

**Хасбулатова Барият Меджидовна**

кандидат экономических наук,  
доцент кафедры маркетинга и коммерции  
Дагестанского государственного института  
народного хозяйства

---

---

**КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ  
ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ  
И ЕЕ РОЛЬ В ОБЕСПЕЧЕНИИ  
ЭФФЕКТИВНОЙ РАБОТЫ НА РЫНКЕ**

---

---

**Аннотация:**

*В статье рассмотрена торговля как комплексный и системообразующий вид экономической деятельности, которая должна обеспечить баланс целей всех заинтересованных в развитии групп: государства, производителей, предпринимателей, потребителей. Автором показано, что среди современных и перспективных целей развития Российской государства основными являются рост и повышение конкурентоспособности всех сфер и субъектов экономической деятельности, рост уровня и качества жизни населения.*

**Ключевые слова:**

*торговля, торговое предприятие, конкурентоспособность, качество жизни, уровень жизни, товар.*

---

---

**Khasbulatova Bariyat Medzhidovna**

PhD in Economics,  
Assistant Professor,  
Marketing and Commerce Department,  
Dagestan State Institute of National Economy

---

---

**COMPETITIVENESS OF COMMERCIAL  
ENTERPRISES AND ITS ROLE  
IN THE SUPPORT OF EFFECTIVE  
MARKET ACTIVITIES**

---

---

**Summary:**

*The article considers the trade as a complex and backbone type of the economic activity, which should support the balance of interests of all the groups concerned with the development: state, producers, entrepreneurs, consumers. The author shows that the growth and competitiveness improvement of all economic spheres and entities, the growth of living standards of the population are the main current and prospective goals of the Russian government.*

**Keywords:**

*commerce, commercial enterprise, competitiveness, quality of life, standard of living, goods.*

---

---

Торговля на протяжении последних лет опережает по темпам роста многие другие отрасли экономики России, внося весомый вклад в валовой внутренний продукт страны. Она является лидером среди всех отраслей российской экономики по количеству созданных рабочих мест.

В секторе торговли работает около 42 % малых предприятий Российской Федерации, на долю которых приходится более 60 % оборота всех малых предприятий страны. Согласно рейтингу компании AT Kearney Россия входит в десятку стран с наиболее инвестиционно привлекательным сектором торговли, что приводит к высокой заинтересованности в российском рынке международных розничных сетей. Иностранские сети обычно эффективнее отечественных торговых предприятий, и их присутствие на российском рынке ведет как к усилению конкуренции, так и к распространению современных стандартов работы. В этих условиях важнейшей задачей отечественных торговых компаний становится повышение своей конкурентоспособности [1].

Объективно существующая в обществе потребность в обмене удовлетворяется деятельностью субъектов специализированной отрасли экономики – торговли. Общество заинтересовано в качественном и эффективном удовлетворении своей потребности в обмене. Эта заинтересованность, в свою очередь, требует адекватной реакции субъектов торговли, которая проявляется в стремлении повысить свою полезность организатора и центрального участника обменного процесса для всех прочих участников товарообмена.

Уровень полезности участия торгового субъекта в обменных процессах характеризуется его конкурентоспособностью. Под конкурентоспособностью торговой компании понимается ее способность стабильно в течение продолжительного времени формировать и удовлетворять в изменяющихся рыночных условиях спрос потребителей на реализуемые компанией товары и сопутствующие услуги. Для обеспечения конкурентоспособности торгового предприятия необходим системный подход, исходным моментом которого является максимизация полезности реализуемых товаров и услуг в расчете на каждую единицу денежных средств, израсходованных покупателем в данном торговом предприятии. Это внутреннее условие успешной деятельности и благополучия субъекта торговли. Однако благополучие и возможность развития торговой компании зависят также и от внешних условий, например, состояния экономики [2].

Экономика как система обеспечения жизнедеятельности человеческого общества, а также образующие эту систему элементы являются предметами пристального внимания и исследования экономистов – ученых и практиков. И это не случайно. Дело в том, что существование человечества зависит от того, имеется ли у него возможность потребления жизненно важных благ.

Источником такой возможности служит производство. Производство и потребление – основа жизнедеятельности людей. Но для успешного взаимодействия этих важнейших элементов необходим еще один, обеспечивающий обмен результатами производства в целях их последующего потребления. Таким элементом является торговля.

Субъектами торговой деятельности являются торговые предприятия. Эти экономически свободные субъекты действуют в конкурентном поле. Конкурентное поле образуют существующие в современных экономических условиях многочисленные субъекты торговой деятельности, каждый из которых стремится превзойти прочих участников торговой деятельности в достижении тех или иных результатов. В основе такого рода стремления лежат вполне определенные возможности, которыми располагает предприятие – его конкурентные преимущества. Конкурентные преимущества позволяют предприятию рассчитывать на успех в его деятельности, определяют в итоге его конкурентоспособность.

В связи с этим нельзя не отметить, что нуждаются в уточнении как сущность конкурентоспособности, так и сущность конкурентных преимуществ. На наш взгляд, и конкурентоспособность, и конкурентные преимущества должны оцениваться и реализовываться не только как источники локальной полезности для отдельных экономических субъектов, будь то торговое предприятие или потребители его услуг, но и как источники общественной полезности, увеличивающей благосостояние всего общества. В последнее время все чаще появляются публикации, в которых содержится критический анализ положений экономической теории, еще недавно считавшихся незыблемыми, но и обнаруживших свою несостоятельность в условиях разразившихся мировых финансового и экономического кризисов. Наиболее существенной ошибкой в методологических подходах, предлагавшихся теорией для практического использования, на наш взгляд, был разрыв между реальными и виртуальными результатами процессов, происходивших в мировом экономическом пространстве. Характерным примером этого, в частности, служат зафиксированные для одного и того же момента времени различия в объемах мирового производства и биржевой продажи нефти без адекватного изменения ее запасов в хранилищах.

Одновременно с меняющейся оценкой практической приемлемости положений экономической теории меняются оценки целевой направленности и содержания многих экономических явлений. Конкуренция как форма участия экономических субъектов в рыночных отношениях должна быть не столько атрибутом или инструментом противодействия между экономическими субъектами, сколько инструментом интеграции их усилий, направленных на достижение более высоких социально значимых результатов. С точки зрения формируемых в экономике общественно значимых результатов представляет интерес общественная эффективность использования ресурсов конкурентной деятельности хозяйствующих субъектов. Необходимо подчеркнуть, что на сегодняшний день отсутствуют теоретические и методологические подходы к оценке общественной эффективности конкурентной деятельности предприятий, в том числе и предприятий торговли.

Деятельность торговых предприятий, их конкурентоспособность зависят от действия совокупности факторов, которая включает как существующие и действующие внутри предприятий, так и действующие во внешней среде факторы. И те, и другие оказывают существенное влияние на деятельность торгового предприятия. Но внешние факторы отличаются тем, что их влияние не может быть прямо преодолено только самим предприятием, но может потребовать консолидации усилий многих субъектов торговой или, точнее, торгово-политической деятельности. Кроме того, внешние факторы нередко инициируют появление принципиально новых по своему характеру внутренних факторов, дополнительно осложняя рыночное положение торгового предприятия. В качестве примеров внешних факторов, влияние которых негативно сказывается или может сказаться на деятельности и перспективе российских торговых предприятий, можно указать состояние торговой инфраструктуры, в частности, российских автомобильных дорог, существенно увеличивающее долю транспортных затрат в стоимости торговых услуг, включая стоимость реализуемых торговыми предприятиями товаров; состояние складского хозяйства, обслуживающего сферу торговли, которое нуждается в системной модернизации и рационализации; состояние геоторговых, геоэкономических и геополитических процессов, тенденции которых в настоящее время труднопрогнозируемы.

Сущность конкуренции, конкурентоспособности, конкурентных преимуществ в сфере торговли предопределяется формулой и целью торговли: торговля – это сфера, в которой происходят процессы обмена товарами путем их купли-продажи с целью доведения содержащейся в товарах полезности до нуждающихся в ней потребителей [3]. Товар является носителем полезности. Поэтому очевидно, что конкурентоспособность торгового предприятия, его конкурентные преимущества в первую очередь будут зависеть от полезности самого товара и от того, насколько эффективно эта полезность будет доведена до потребителя. При этом полезность товара может быть усилена торговым предприятием путем улучшения потребительских свойств,

сообщенных товару его производителем, а также путем создания более благоприятных условий потребителю для использования товара [4].

Таким образом, конкурентоспособность товара является важным фактором конкурентоспособности торгового предприятия, если понимать под этим фактором существенное обстоятельство такого явления, как конкурентоспособность торгового предприятия. При этом конкурентоспособность предприятия носит долговременный характер, а конкурентоспособность продукции – краткосрочный.

#### **Ссылки:**

1. Бабанов В.Н., Воронкина Д.В. Управление переменными факторами производства. М., 2006. 195 с.
2. Макконел К.Р., Брю С.Л. Экономикс. М., 2003. 983 с.
3. Там же.
4. Бабанов В.Н., Воронкина Д.В. Указ. соч.

#### **References:**

1. Babanov, VN & Voronkina, DV 2006, *Management of variable factors of production*, Moscow, 195 p.
2. Macconnell, CR & Brue, SL 2003, *Economics*, Moscow, 983 p.
3. Macconnell, CR & Brue, SL 2003, *Economics*, Moscow, 983 p.
4. Babanov, VN & Voronkina, DV 2006, *Management of variable factors of production*, Moscow, 195 p.