

УДК 339.137

Л.И. Кузьмич, аспирантка

Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси

Конкурентоспособность предприятия как экономическая категория

Аннотация. В статье представлен критический анализ встречающихся в экономической литературе определений категории «конкурентоспособность предприятия». Исследованы подходы к раскрытию ее сущности, а также преимущества и недостатки. Представлена структура факторов внутренней и внешней среды, определяющих конкурентоспособность предприятия.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, факторы конкурентоспособности, потенциал предприятия.

Введение

В условиях рыночной экономики предприятию для осуществления расширенного воспроизводства необходимо поддерживать соответствующий уровень конкурентоспособности, который обеспечивается благодаря эффективному управлению факторами производства и их оптимальному соотношению. Это, в свою очередь, определяет необходимость раскрытия сущности экономической категории «конкурентоспособность предприятия» и классификации оказывающих на нее влияние факторов.

Материалы и методы

Теоретической и методологической основой проведенных исследований послужили труды отечественных и зарубежных ученых-экономистов. Использовались монографический и абстрактно-логический методы исследования.

Результаты исследований

Конкурентоспособность предприятия в условиях рыночной экономики приобретает решающее значение и становится фактором выживаемости, стабильности экономического роста, инновационности деятельности и коммерческого успеха субъекта хозяйствования. Процессы глобализации экономической сферы порождают у населения новые виды потребностей, а также желание удовлетворения старых принципиально новыми способами. Данные обстоятельства стимулируют предприятия к разработке и выводу на рынок новых и усовершенствованных товаров, организации должного сервисного обслуживания, эффективному использованию имеющегося у них потенциала с целью обеспечения прибыльности деятельности и формирования положительного имиджа среди покупателей.

Основой и предпосылкой успешности организации, ее эффективно-го функционирования выступает конкурентоспособность продукции. Однако направленность предприятия в своей стратегической деятельности только на конкурентоспособность реализуемых продуктов, не учитывая при этом показатели издержек на разработку товара, его производство и реализацию, не позволит длительное время сохранить устойчивую позицию на рынке. Предприятие должно ориентироваться на освоение новых рынков, диверсификацию видов деятельности, формирование положительного и привлекательного имиджа и репутации.

К тому же в условиях рынка хозяйствующие субъекты используют ряд методов недобросовестной конкуренции, позволяющих обеспечить товару высокие позиции за счет недостаточного информирования о характеристиках продукции, применения демпинговых цен и др.

В процессе анализа определений понятия «конкурентоспособность предприятия», встречающихся в научной литературе [1–9], были выделены основные подходы к его трактовке:

- выгодное отличие предприятия от предприятий-конкурентов (Н.К. Моисеева, Л.П. Кураков, М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури);
- отождествление с конкурентоспособностью товара (В.И. Нечаев, Р.А. Фатхутдинов);
- способность предприятия приносить прибыль (Л.В. Забелин);
- потенциал, положение предприятия на рынке (Ю.Б. Рубин, Р.Е. Мансуров, И.В. Ковалева, Н.С. Яшин).

Анализируемую категорию авторы рассматривают с разных позиций и закладывают в данное понятие конкретный смысл. Но каждое предложенное определение имеет свои преимущества и недостатки.

Согласно первому выделенному подходу конкурентоспособность предприятия предстает как выгодное его отличие от конкурентов. Н.К. Моисеева акцентировала в определении внимание на превосходстве субъекта на рынке по сравнению с аналогичными производителями по качеству удовлетворения запросов потребителей и показателям эффективности производственной деятельности [4], но не учитывает состояние рынка, имеющийся у предприятия внутренний потенциал, его реальное положение, а также возможности, связанные с расширением рыночной доли. То есть автор первостепенное значение отдает превосходству товаропроизводителя и конечному результату его функционирования.

Многие ученые-экономисты (В.И. Нечаев, Р.А. Фатхутдинов) упрощают понимание категории, сводя ее только к конкурентоспособности товара [5, 7], однако упускают из виду тот факт, что такая позиция может обеспечить лишь кратковременный эффект, а предприятие может быть успешным на рынке даже если некоторые позиции его ассортимента

ряда окажутся неконкурентоспособными. Приведенные трактовки указывают на ведение эффективных видов деятельности с учетом потенциала хозяйствующего субъекта, но не уделяется должного внимания внешним факторам, которые не поддаются управлению со стороны организации.

Л.В. Забелин отождествляет конкурентоспособность предприятия с его возможностью и способностью приносить прибыль. Он закладывает в определение лишь конечную цель, окончательный финансово-экономический эффект от деятельности производителя, не учитывая его ресурсный потенциал, реальные и потенциальные возможности, а также факторы внешней среды[1].

Некоторые авторы трактуют исследуемую категорию как положение предприятия на рынке, его потенциал, обеспечивающие возможность конкурировать, управлять рыночной долей в зависимости от разработанной и принятой стратегии [2, 3, 6, 9]. То есть данная трактовка учитывает потенциал производителя, дает оценку состояния рынка и положения на нем предприятия.

Уровень конкурентоспособности организации зависит прежде всего от результатов производственно-хозяйственной деятельности входящих в ее состав структурных подразделений, факторов внутренней и внешней среды, а также от системы характеризующих категорию индикаторов.

Процесс оценки конкурентоспособности предприятия носит во многом сложный характер ввиду недостаточной формализации показателей, описывающих выявленные причинно-следственные связи. Количественная оценка каждого фактора производится по ряду показателей и критериев. Однако объединить их в единый интегральный индикатор невозможно.

Существенный вклад в рассмотрение факторов конкурентоспособности организации внес профессор Гарвардской школы бизнеса М. Портер, который предлагает производить их классификацию на основании трех основных подходов. Согласно первому подходу им отождествляются факторы конкурентоспособности с факторами производства. В основе второго лежит степень специализации деятельности предприятия, а третий базируется на делении факторов по степени их значимости.

По результатам анализа классификаций, предложенных многими экономистами, нами разработана система факторов, определяющих и задающих уровень конкурентоспособности предприятия.

Внутренние факторы были рассмотрены с точки зрения имеющегося у организации потенциала по видам ресурсов. Предложенная классификация представлена в таблице.

Каждая группа факторов оказывает влияние на конкурентоспособность предприятия через определенный вид имеющегося у него ресурса.

Таблица. Структура внутренних факторов конкурентоспособности предприятия

Потенциал предприятия	Определяющие факторы
Кадровый	– Квалификационный уровень и компетентность управленческих кадров; – уровень мотивации трудовой деятельности работников; – уровень социальной обеспеченности и социальных гарантий; – уровень развития социальной инфраструктуры; – степень соответствия качества труда персонала его квалификационному и профессиональному уровню; – качество организации труда на предприятии; – текучесть кадров; – качество системы повышения квалификации кадров
Маркетинговый	– Конкурентная стратегия предприятия на рынке; – ассортиментная и ценовая политика; – коммуникационная политика и эффективность продвижения товаров на рынок; – качество товара и его позиционирование на рынке; – качество и уровень проведения маркетинговых исследований; – организация сбытовой сети; – диверсификация деятельности
В области менеджмента	– Система менеджмента качества; – качество менеджмента; – качество обработки информационных потоков; – качество управленческих решений; – эффективность и рациональность управленческой структуры; – качество разработки целей, стратегии развития и планирования деятельности предприятия; – репутация предприятия на рынке

Потенциал предприятия	Определяющие факторы
Финансово-экономический	– Финансовая устойчивость; – инвестиционная привлекательность; – рентабельность; – платежеспособность; – ликвидность текущих активов; – структура активов и пассивов
Производственно-технологический	– Инновационная активность; – уровень загрузки производственных мощностей; – скорость оборачиваемости оборотных фондов; – эффективность организации производственного процесса; – рентабельность использования основных фондов; – уровень прогрессивности применяемых технологий и методов организации производства; – система материально-технического снабжения и сбыта; – система контроля качества; – безопасность труда на производстве

Кадровый потенциал включает те условия, от которых напрямую зависит качество исполнения обязанностей трудовым коллективом, мотивация работников к творческой деятельности. Потенциал в области менеджмента характеризует оптимальность и рациональность организационных и управленческих связей внутри предприятия на основе системы контроля, посредством оценки качества обработки информационных потоков, оперативности и эффективности принимаемых управленческих решений, что в конечном итоге определяет стратегию развития организации. Маркетинговый потенциал описывает возможности предприятия на рынке на основе проводимой ценовой, товарной, сбытовой и коммуникативной политики, направленной на расширение рыночной доли и завоевание новых сегментов рынка.

Производственно-технологические факторы включают эффективность использования всех имеющихся в распоряжении предприятия фондов, а также описывают возможности применения рациональных и прогрессивных методов организации производства и технологического процесса. Конечные показатели деятельности организации отражены в финансово-экономическом потенциале, являющемся результативным по отношению к предыдущим и включающим окончательные индикаторы, характеризующие текущее финансовое положение предприятия.

Внешние факторы отражают угрозы со стороны внешней среды. К ним нами были отнесены следующие:

1. *Рыночные.* Описывают условия, сложившиеся на рынке в результате взаимоотношений между его участниками, действия которых направлены на достижение выгодных конкурентных позиций, и включают не только характеристики состояния рынка, непосредственно являющегося целевым для производителя (потенциал и емкость, наличие входных барьеров, его сегментированность), но и конъюнктуру финансовых и фондовых рынков, товаров-заменителей, а также уровень платежеспособного спроса населения, задающий возможные объемы реализации продукции.

2. *Природно-географические.* Являясь полностью неуправляемыми со стороны предприятия, анализируемые факторы требуют постоянного учета и контроля, так как создают базовые предпосылки для осуществления производственной деятельности и включают в себя климатические условия и географическое положение страны, наличие доступа к ресурсам и качество сырья, состояние транспортной и информационной инфраструктуры в регионе.

3. *Институциональные.* Представляют собой нормативно-правовую базу, действующую в стране на основе проводимой властями внутренней и внешней политики в области налогообложения, финансов,

ценообразования, таможенного и экологического законодательства, а также определяющую степень государственного регулирования экономики.

4. *Отраслевые.* Данная группа факторов выступает своеобразной основой, начальной точкой для функционирования предприятия, поскольку отражает накопленный в отрасли потенциал (состояние научно-технической инфраструктуры, системы стандартизации и сертификации, инвестиционного климата и инновационной активности) и предопределяет возможные дальнейшие направления развития организаций через совершенствование технологии, организации, управления и применения инновационных технических средств согласно степени их вовлечения в отрасль.

Заключение

На основании проведенного анализа определений категории конкурентоспособности выявлено, что отдельные из них содержат комплексную оценку деятельности предприятия, включая его внутренний потенциал, учитывают его стратегические и тактические цели, положение на рынке и возможное изменение рыночной доли, а также запросы потребителей. Однако некоторые трактовки отличаются упрощенным и односторонним пониманием экономической категории, не отражающим основные ее особенности.

В процессе структуризации комплекса факторов конкурентоспособности в группу внутренних факторов были включены те, которые непосредственно оказывают влияние на снижение себестоимости производимой продукции, ее качественные характеристики, степень технологической и маркетинговой разработанности, определяющие ее привлекательность на рынке.

Внешние факторы не поддаются влиянию и управлению со стороны организации, поэтому требуют должного внимания. Важно уметь оперативно и быстро адаптироваться к новым макроэкономическим условиям, поскольку они во многом задают и определяют внутренние параметры предприятий.

Список использованных источников

1. Забелин, Л.В. Основы стратегического управления: учеб. пособие / Л.В. Забелин, Н.К. Моисеева. – 2-е изд. – М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 1997. – 173 с.
2. Ковалева, И.В. Маркетинг: учеб. пособие / И. В. Ковалева [и др.]. – Барнаул: АГАУ, 2006. – 560 с.
3. Мансуров, Р.Е. Современные проблемы управления конкурентоспособностью предприятий / Р.Е. Мансуров // Известия УрГЭУ. – 2009. – № 3 (25). – С. 31–35.

4. Моисеева, Н.К. Экономические основы логистики: учебник / Н.К. Моисеева; под ред. В.И. Сергеева. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 528 с.

5. Нечаев, В.И. Экономика предприятий АПК: учеб. пособие / В.И. Нечаев, П.Ф. Парамонов, И.Е. Халявка; рец. Ф.К. Шакиров [и др.]. – М.: Лань, 2010. – 461 с.

6. Рубин, Ю.Б. Будущее конкуренции и конкурентоспособности / Ю.Б. Рубин, Р.А. Фатхутдинов // Вопросы новой экономики. – 2008. – № 3–4 (7–8). – С.63–65.

7. Фатхутдинов, Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: учебник / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Эксмо, 2005. – 544 с.

8. Чайникова, Л.Н. Конкурентоспособность предприятия: учеб. пособие / Л.Н. Чайникова, В.Н. Чайников. – Тамбов: ТГТУ, 2007. – 192 с.

9. Яшин, Н.С. Конкурентоспособность промышленных предприятий: методология, оценка, регулирование / Н.С. Яшин. – Саратов: СГЭА, 1997. – 118 с.

Материал поступил в редакцию 29.02.2012 г.

