

## ПОНЯТИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

**Дёмин С.А.**

*(преподаватель каф. «Основы права и экономики»)*

**Аскарова А.З., Баймуканова А.А.**

*(студенты гр. ОПЭ-09)*

С середины 70-х годов понятие конкурентоспособности становится одним из центральных в оценке мирохозяйственных позиций Казахстана. В условиях жесткой конкуренции с импортными товарами, предприятиям необходимо освоить методы ведения конкурентной борьбы, соответствующие «рынку покупателя». Уровень конкурентоспособности предприятия должен стать барометром экономического состояния предприятия, одним из критериев оценки несостоятельности предприятий, в дополнение к уже существующим. Возможность управления конкурентоспособностью является жизненно важным для выживания и развития отечественных предприятий.

Вопросом изучения конкурентоспособности предприятий, а также ее оценки посвящены работы: Е. П. Голубкова, А. Н. Печенкина, А.С. Глухова, П. С. Завьялова, Г. Л. Багиева, Т. А. Блаженковой, М. О. Ермоловой, А. П. Градова, В. С. Ефремова, Т. М. Каретниковой, М. В. Каретникова, И. К. Максимовой, Н. С. Яшина, А. Ю. Юданова, Дж. Амела, И. Ансоффа, Р. Ватермана, Дж. Кея, Т. Коно, Г. Минтсберга, М. Портера, Ф. Котлера, Е. Дихтля, Р. Т. Паскаля, Т. Петерса, Н. Петса и т.д. [1, с. 361].

Несмотря на значительное количество работ, посвященных данной проблеме, существуют некоторые различия в понимании категории «конкурентоспособность». Многовариантность определений, относительность, а также различие подходов к оценке и анализу конкурентоспособности на разных ее уровнях.

На наш взгляд, для определения понятия «конкурентоспособность» следует рассмотреть следующие вопросы:

- какие составляющие экономической системы имеют свойство конкурентоспособности;
- каковы признаки, присущие конкурентоспособности как экономической категории;
- какие задачи необходимо решить в процессе анализа конкурентоспособности экономических объектов;
- какие методы целесообразно использовать при оценке конкурентоспособности экономических объектов.

Прежде всего, необходимо отметить, что различают конкурентоспособность товаров, товаропроизводителей, отраслей и стран. Между всеми этими уровнями существует тесная взаимосвязь: страновая и отраслевая конкурентоспособность в конечном итоге зависят от способности конкретных производителей выпускать конкурентоспособные товары. Таким образом, в основе всех остальных уровней конкурентоспособности лежит «конкурентоспособность товара», то есть эта категория является базовой [2, с. 11].

Можно выделить следующие основные отличия между понятиями конкурентоспособности товара и предприятия [3, с. 342]:

- оценка конкурентоспособности товара применяется к каждому конкретному его виду, а конкурентоспособность предприятия охватывает всю номенклатуру и ассортимент, а также все виды производственно-экономической деятельности, осуществляемые предприятием;

- признание конкурентоспособности и товара, и предприятия осуществляется на рынке. В то же время в отличие от оценки конкурентоспособности товара оценку конкурентоспособности предприятия дает не только потребитель, но и сам производитель. Именно предприятие решает вопрос о целесообразности выпуска данной продукции в конкретных условиях;

- товар и предприятие имеют разные временные периоды своего жизненного цикла. Если предметом исследования является текущая оценка конкурентоспособности, то фактор времени не имеет определенного значения, но когда речь заходит о долговременном аспекте, то следует учитывать, что жизненный цикл предприятия, как правило, более продолжителен – за период его функционирования может смениться несколько поколений изделий. Вместе с тем, иногда жизненный цикл продукции превышает период функционирования предприятия.

Проанализируем определения категории «конкурентоспособность предприятия», данные некоторыми авторами:

Азоев Г.Л., Завьялов П.С., Лозовский Л.Ш. трактуют ее как способность фирмы, компании конкурировать на рынках с производителями и продавцами аналогичных товаров посредством обеспечения более высокого качества, доступных цен, создания удобства для покупателей, потребителей.

Фатхутдинов Р.А.: «Конкурентоспособность – это свойство объекта, характеризующегося степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке. Она определяет способность выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на данном рынке» [3, с. 36].

Ивахник Д.Е.: «Конкурентоспособность промышленного предприятия – это комплексная характеристика субъекта хозяйствования за определенный период времени в условиях конкретного рынка, отражающая превосходство перед конкурентами по ряду определяющих показателей – финансово-экономических, маркетинговых, производственно-технологических, кадровых и экологических, а также способность субъекта к бескризисному функционированию и своевременной адаптации к изменяющимся условиям внешней среды» [3, с. 36].

Русак Е.С., Сапёлкина Е.И.: «Конкурентоспособность предприятия — это способность создавать и использовать стратегические факторы успеха, выгодно отличающие предприятие от конкурентов и дающие определенные рыночные преимущества выпускаемой продукции» [4, 117-118].

Зайцев Н.Л.: «Конкурентоспособность предприятия – способность предприятия сохранять устойчивое положение на рынке товаров, услуг и т.п.» [5, с.468]

Калдыбаев О., Темирбаев А.: «Конкурентоспособность предприятия — это экономические, технические, организационные возможности предприятия и его преимущество перед конкурентами. Возможности предприятия выдержать конкуренцию: например, снижать издержки производства, повышать качество продукции, устойчиво занимать определенную долю ренты и получать высокие доходы» [6, с.44-48].

Воронов Д.С.: «Конкурентоспособность предприятия есть уровень эффективности использования хозяйствующим субъектом экономических ресурсов относительно эффективности использования экономических ресурсов конкурентами. При этом существуют два источника конкурентоспособности: операционная эффективность и стратегическое позиционирование».

Киперман Г.Я. считает, что это способность противостоять на рынке другим изготовителям и поставщикам аналогичной продукции как по степени удовлетворения своими товарами или услугами конкретной общественной потребности, так и по эффективности производственной деятельности.

Хруцкий В.Е. и Корнеева И. В. дают следующее определение: « конкурентоспособность организации – это способность успешно оперировать на конкретном рынке (регионе сбыта) в данный период времени путем выпуска и реализации конкурентоспособных изделий и услуг».

Эти авторы рассматривают конкурентоспособность предприятия как относительную категорию, то есть каждое предприятие по тем или иным характеристикам сопоставляется с конкурентами. Такой методологический подход к оценке конкурентоспособности предприятия является довольно распространенным и достаточно удобным с точки зрения, как логического восприятия, так и математического описания. Вместе с тем он не отражает всей глубины категории «конкурентоспособность предприятия» и имеет ряд существенных недостатков [3, с. 42]:

- выбор в качестве базы сравнения одного или нескольких конкурентов позволяет ранжировать конкурентные позиции анализируемых предприятий, но сужает возможность обобщенной объективной оценки отраслевой конъюнктуры;
- основной акцент делается на сопоставление показателей конкурентов, в то время как вне поля зрения остается проблема современной адаптации предприятия к изменяющимся условиям среды;
- отсутствует системность оценки конкурентоспособности: и локальные, и интегральные параметры работы предприятия сопоставляются без учета сложных внутрисистемных связей и динамики изменения.

Практически все вышеприведенные определения рассматривают категорию «конкурентоспособность предприятия» как величину постоянную, но она, как и множество других экономических категорий, не является таковой: в определенный период времени предприятие может быть конкурентоспособным, а в следующий период (при изменившейся конъюнктуре рынка и изменившейся внешней среды) – не конкурентоспособным. То есть конкурентоспособность предприятия – категория, зависящая от многих факторов и меняющаяся с течением времени.

Принимая во внимание уже существующие определения конкурентоспособности предприятия и их недостатки, отметим, что данная категория должна отражать следующие позиции:

Конкурентоспособность предприятия в то же время нельзя отождествлять с конкурентоспособностью товара: хотя понятие конкурентоспособности товара - базовое, но по отношению к конкурентоспособности предприятия оно является его составляющим.

Если рассматривать конкурентоспособность предприятия как относительную категорию, то необходимо оговаривать базу сравнения, для получения наиболее объективных результатов:

- конкурентоспособность предприятия – величина непостоянная.
- конкурентоспособность предприятия должна отражать возможности предприятия адаптироваться к постоянно меняющимся условиям внешней и внутренней среды.
- конкурентоспособность предприятия должна отражать возможность бескризисного функционирования.
- конкурентоспособность предприятия – сложный комплексный показатель, то есть ее оценку нельзя свести к определению одного показателя.

Сравнительно недавнее формирование и развитие теории конкурентоспособности обусловило тот факт, что в настоящее время общепринятого определения конкурентоспособности нет, и данное понятие трактуется в зависимости от того, к какому объекту (предмету) оно относится.

В самом общем виде конкурентоспособность в экономической науке понимается как способность конкурировать с аналогичными объектами на конкретном рынке, используя конкурентные преимущества для достижения поставленных целей.

Конкурентоспособность – сложная экономическая категория, которая может рассматриваться на нескольких уровнях.

Исходя из анализа определений понятия «конкурентоспособность», были выявлены признаки, раскрывающие сущность данной категории:

1. Конкурентоспособность проявляется на рынке.
2. Понятие «конкурентоспособность» обладает свойством универсальности и распространяется как на объект рыночных отношений (товар, услуга), так и на субъект (организация, отрасль, страна в целом).
3. Конкурентоспособность обладает многоуровневостью (микро-, мезо- и макроуровень, на каждом из которых используется свой набор характеристик для определения конкурентоспособности).
4. Конкурентоспособность объектов и субъектов хозяйствования находится в динамичном и неустойчивом состоянии в связи с постоянно меняющейся конкурентной средой.

5. Конкурентоспособность величина относительная, где базой для сравнения выступают аналогичные показатели конкурентов.

6. Конкурентоспособность продукции и предприятия являются взаимосвязанными понятиями, так как предприятие является опосредованным носителем конкурентоспособности через свои товары и услуги, вместе с тем конкурентоспособность предприятия определяется характеристиками, отличными от используемых при определении конкурентоспособности продукции.

С учетом всего вышеперечисленного можно сформулировать следующее определение: конкурентоспособность предприятия – это комплексная характеристика (способность) предприятия, характеризующая его возможность в любой момент времени и в пределах своей компетенции обеспечивать свои конкурентные преимущества и прибыльность с учетом адаптации к постоянно изменяющимся условиям внутренней и внешней среды, а также выгодно отличающие предприятие от конкурентов и дающие рыночные преимущества выпускаемой продукции.

#### Литература:

1. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия – Мн.: Новое знание, 2002., с.361
2. Романов А.Н.: Маркетинг, М.,1995., с.11
3. Ковалев В.В. Финансовый анализ: методы и процедуры.- М.: Финансы и статистика, 2002. с.342
4. Экономика предприятия: ответы на экзаменац.вопр/ Е.С.Русак, Е.И.Сапёлкина. – 2-е изд. – Минск: ТетраСистемс, 2009. – с.117-118
5. Зайцев Н.Л. Экономика, организация и управление предприятием: Учеб.пособие. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 491 с. – (Серия «Высшее образование»), с.468
6. Калдыбаев О., Темирбаев А. Экономика предприятия (фирмы). – Учебное пособие. – Алматы, «Санат», 1997. – 208 стр. (44-48 стр.)