

УДК 338.2
БАК 08.00.05

Сурат Игорь Львович,

кандидат экономических наук, Ректор НОЧУ ВО «Московский
экономический институт», г. Москва

e-mail: surat@list.ru

ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В ПРОЦЕССЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы обеспечения конкурентоспособности предприятия в процессе управленческой деятельности. Описаны основные направления и механизм конкурентоспособности предприятия. Сформулированы основные факторы, воздействующие на конкурентоспособность организации.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность продукции, конкурентоспособность предприятия, факторы конкурентоспособности предприятия, механизм обеспечения конкурентоспособности.

Surat Igor Lvovich,

candidate of economic sciences, Rector of the NOCU VO «Moscow Economic
Institute», Moscow

ENSURING COMPETITIVENESS IN THE MANAGEMENT OF THE ENTERPRISE

Abstract. The article examines the issues of ensuring the competitiveness of the enterprise in the process of management activity. The main directions and mechanism of enterprise competitiveness are described. The main factors influencing the competitiveness of the organization.

Key words: competition, product competitiveness, enterprise competitiveness, enterprise competitiveness factors, the mechanism for ensuring competitiveness.

Для того, чтобы успешно действовать на рынке в условиях высокой конкуренции и поддерживать необходимый уровень конкурентоспособности, предприятия и организации осваивают новые виды услуг, вводят новые формы ведения бизнеса, стимулируют своих сотрудников и борются за привлечение каждого клиента. При планировании своей деятельности предприятие учитывает не только

потребности клиентов, но также и стратегии конкурентов. Исходя из информации, поступающей в ходе изучения условий конкуренции, во многом формируется стратегия предприятия по освоению рынка, а также общая стратегия деятельности предприятия. Таким образом, достигается положительный результат в конкурентной борьбе, как закономерный итог постоянных и грамотных усилий управленческой деятельности. Насколько этот результат будет положительным – во многом зависит от конкурентоспособности предприятия. Данные аспекты и объясняют большой интерес и актуальность темы данной статьи.

На современном этапе экономического развития проблема конкурентоспособности занимает центральное место в экономической политике государства. Создание конкурентных преимуществ перед соперником становится стратегическим направлением деятельности государства и его органов в области обеспечения конкурентоспособности национальной экономики.

Сегодня конкуренция обязывает участников рынка создавать и развивать конкурентные преимущества, под которыми понимается ценность, обеспечивающая превосходство предприятия над конкурентами. Каждый участник конкурентной борьбы обладает определенным набором факторов, показывающих наличие у него свойств, интересующих потребителей. Подобные ценные свойства и их востребованность изменяются во времени в зависимости от конкретных особенностей потребителя.

Необходимость решения проблемы обеспечения соответствующего уровня конкурентоспособности предприятий обусловлены неустойчивыми темпами развития производства и многочисленными научными исследованиями по проблемам товарно-рыночной конкуренции, которые позволяют рассматривать процесс систематического ухудшения основных

показателей рентабельности производства и реализации товарной продукции.

Поддержание и повышение конкурентоспособности хозяйствующих субъектов для современной России является центральной проблемой, решение которой играет ключевую роль в обеспечении оборонного, экономического и технологического развития страны. Особую значимость проблема повышения конкурентоспособности предприятий приобретает в связи с процессами глобализации и ростом открытости российской экономики.

Конкурентоспособность интегрально характеризует положение страны на мировом рынке. Вместе с тем, поле конкуренции для российских предприятий значительно расширилось: отечественным товаропроизводителям приходится конкурировать с зарубежными компаниями, как на внутреннем, так и на внешнем рынке.

Как показывает практика, многие отечественные предприятия не готовы к активному ведению конкурентной борьбы, выявлению и завоеванию конкурентных позиций. Основными причинами создавшейся ситуации являются недостаточная проработанность теоретических и методологических основ построения систем обеспечения конкурентоспособности, отсутствие у предприятий эффективных управленческих и организационных механизмов реагирования на изменения внутренней и внешней среды.

Конкурентоспособность организации - это его превосходство по отношению к иным организациям данной сферы внутри государства и за его рубежами.

Конкурентоспособность организации - условная величина, характеризующая действительную и вероятную способность организации в существующих ситуациях конструировать, изготавливать и реализовывать

продукцию (товары, услуги), которые по существенным свойствам наиболее интересны для потребителя, чем товары их конкурентов.

Конкурентоспособность не представляет собой внутреннее свойство предприятия, подобное объясняется тем, что конкурентоспособность предприятия имеет возможность быть оценена только лишь в пределах категории предприятий, имеющих отношение к одной и той же области, или предприятий, выпускающих подобного рода продукцию.

Только лишь при использовании сопоставления между собой предприятий, как в соотношении конкретного государства, так и в соотношении крупного экономического рынка, под силу раскрыть конкурентоспособность предприятия.

Для того чтобы организация была конкурентоспособной относительно остальных первенствующих на рынке компаний, значимы абсолютно новые подходы осуществления процесса производства и управления, чем в частности те, на которые руководители ориентировались в прошлом.

Многовариантность определения понятия «конкурентоспособность» связана с тем, что существует несколько уровней данной характеристики экономического субъекта. Так, выделяют конкурентоспособность продукции, предприятий и организаций, отраслей и сфер деятельности, а также конкурентоспособность стран. Каждый последующий уровень опирается на предыдущий. Так, конкурентоспособность страны зависит от отраслевой конкурентоспособности, которая, в свою очередь, обусловлена конкурентоспособностью предприятий отрасли. Для отдельных же предприятий имеет большое значение конкурентоспособность каждого вида выпускаемой продукции и услуг. Таким образом, между всеми уровнями конкурентоспособности имеет место тесная взаимосвязь. Данная взаимосвязь приводит к важному выводу: конкурентоспособность продукции является базовым понятием, т.е. на нем строятся все остальные уровни конкурентоспособности. Под конкурентоспособностью продукции

понимается степень её привлекательности для потребителя. При этом под привлекательностью понимается возможность удовлетворения целой совокупности требований потребителей.

Некоторые исследователи считают, что понятия «конкурентоспособность продукции» и «конкурентоспособность предприятия» идентичны. Например, конкурентоспособность предприятия понимается как реальная и потенциальная способность в реальных условиях проектировать, изготавливать и сбывать товары, которые по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательны для потребителей, чем товары конкурентов.

Но отметим, что конкурентоспособность товара и необходима для обеспечения конкурентоспособности предприятия, но не является для этого единственным условием. Так, фирма может не быть конкурентоспособной, но при этом производить продукцию, которая характеризуется высоким уровнем конкурентоспособности. Таким образом, нельзя приравнивать понятия конкурентоспособности продукции и конкурентоспособности предприятия. Далее перечислим основные признаки отличия между этими понятиями:

- степень охвата;
- субъект оценки;
- периоды жизненного цикла.

Опираясь на экономическое содержание понятия конкуренции, многие авторы дают определение понятию конкурентоспособность, акцентируя свое внимание на различных ее аспектах. Следует отметить, что единого общепризнанного в научном сообществе и управленческой практике определения конкурентоспособности, как и конкуренции, способного всесторонне отразить ее сущность, как экономической категории, в настоящее время не существует.

Большинство исследователей, предлагающие собственные трактовки данной экономической категории, лишь в некой степени дополняют уже существующие.

Конкурентоспособность – это свойство объекта, характеризующегося степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке. Конкурентоспособность определяет возможность выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на данном рынке. Данное определение рассматривает общее понятие конкурентоспособности с позиций рынка и внешней среды.

Конкурентоспособность предприятия – это 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 [2] к изменяющимся условиям внешней среды. В данном определении конкурентоспособность рассматривается как свойство конкурировать на рынке, при этом перечислены условия и показатели конкурентоспособности.

Таким образом, конкурентоспособность предприятия представлена в качестве относительной категории. На наш взгляд, данный подход к определению конкурентоспособности предприятия – достаточно распространенный и простой: с таким представлением о конкурентоспособности предприятия ее легко оценить и понять логически, а также описать математически. В то же время данный подход не рассматривает некоторые важные стороны понятия конкурентоспособности предприятия. Далее выделим основные, на наш взгляд, недостатки этого подхода:

- при оценке уровня конкурентоспособности предприятия необходимо выбрать предприятие-конкурента, которое бы послужило отправной точкой отсчета. Так, подобное базовое предприятие позволяет проранжировать оцениваемые предприятия по конкурентным признакам. Но при этом значительно сокращаются возможности для общей объективной оценки этих предприятий и отрасли вообще;

- несмотря на акцентирование внимания на сравнении показателей конкурентов, не уделяется внимание некоторым вопросам менеджмента, которые непросто оценить в количественных показателях, например, приспособление предприятия к изменениям внешней среды;

- при сопоставлении показателей деятельности предприятия и его конкурентов используются показатели разного характера, без учета их особенностей и взаимосвязей. Так, среди множества показателей деятельности предприятия существуют локальные и интегральные параметры, между ними имеет место сложное взаимовлияние. Таким образом, данный подход к определению конкурентоспособности предприятия не позволяет обеспечить системность оценки.

Рассмотренный подход рассматривает конкурентоспособность предприятия как постоянную величину. Но отметим, что все показатели предприятия постоянно меняются. Это относится и к конкурентоспособности. Поэтому в определенный момент времени предприятие может оцениваться как конкурентоспособное, а в другой период времени – например, после изменений в конъюнктуре рынка или внешней среде, предприятие может стать неконкурентоспособным. То есть конкурентоспособность предприятия является комплексным показателем, который зависит от множества факторов и условий, которые обуславливают её изменение с течением времени.

Учитывая рассмотренные подходы к определению конкурентоспособности предприятия, их преимущества и недостатки,

выделим основные позиции, которые должно содержать понятие конкурентоспособности предприятия:

- конкурентоспособность предприятия нельзя приравнивать к конкурентоспособности продукции, несмотря на то, что конкурентоспособность продукции является основой для всех прочих уровней конкурентоспособности, все же для конкурентоспособности предприятия оно является лишь составной частью;

- при рассмотрении конкурентоспособности предприятия как относительной категории, нужно четко устанавливать базу сравнения. Это даст более объективные результаты её оценки;

- конкурентоспособность предприятия является непостоянной, меняющейся с течением времени величиной;

- конкурентоспособность предприятия – понятие, которое должно выражать способность предприятия приспосабливаться к изменяющимся условиям внешней и внутренней среды;

- конкурентоспособность предприятия как показатель должна отражать возможность бескризисной деятельности предприятия;

- конкурентоспособность предприятия должна быть комплексным, сложным показателем.

Учитывая перечисленные аспекты, под конкурентоспособностью предприятия будем понимать комплексное сложное свойство предприятия, которое выражает его способность в любой период времени обеспечивать свои конкурентные преимущества, получать прибыль и иметь эффективную деятельность, а также быстро и эффективно приспосабливаться к постоянно изменяющимся условиям внешней среды и рынка.

Значительную роль в обеспечении конкурентоспособности отводится кадровой политике предприятия.

Эффективное использование трудовых ресурсов предприятия достигается путем реализации рациональной кадровой политики и стратегии [2].

При оценке своих возможностей в борьбе с конкурентами и в процессе разработки мер повышения конкурентоспособности предприятия обычно уделяют много внимания оценке своих сильных и слабых сторон, так как они и обеспечивают успех предприятия на рынке [1]. В процессе проведения маркетинговых исследований для оценки уровня конкурентоспособности используются как количественные, так и качественные показатели. Данные показатели характеризуют степень стабильности и устойчивости деятельности предприятия, его возможности по выпуску продукции в необходимом объеме, а также уровень спроса, который обеспечивает предприятию получение определенных результатов.

Набор показателей конкурентоспособности должен включать в себя результативность производственной и сбыточной деятельности, а также эффективность инвестиционных вложений и оценку резерва сокращения затрат производства. Помимо этого, большое значение имеет анализ затрат обращения для определения нерезультативных затрат во всей распределительной системе предприятия и при передаче продукции от продавца потребителю.

Качественная оценка показателей конкурентоспособности предполагает применение следующих параметров:

- потребность в инвестиционных вложениях текущего и стратегического характера в целом по предприятию и по отдельным видам продукции и услуг;
- широта и глубина ассортимента продукции и услуг предприятия;
- характеристики рыночных сегментов для каждого вида продукции и услуг предприятия;

- уровень потребности в средствах для обеспечения спроса и стимулирование сбыта продукции;
- набор мер и механизмов для обеспечения преимуществ предприятия перед конкурентами на рынке;
- характеристика инновационной политики, а именно – скорости обновления продукции предприятия и наличие собственных разработок в этом направлении [5].

Рассмотрим главные условия обеспечения необходимого уровня конкурентоспособности предприятия.

К ним относятся:

- использование научных методов управления всеми направлениями деятельности предприятия;
- обеспечение стабильности и пропорциональности развития техники, технологии, экономической составляющей и менеджмента;
- использование современных методик исследования и оценки;
- обеспечение взаимосвязей всех функций управления на предприятии в любых условиях;
- внедрение комплекса мер и обеспечение конкурентоспособности отдельных объектов предприятия.

Для повышения уровня конкурентоспособности предприятия применяются следующие организационные мероприятия:

- обеспечение первостепенности продукции для предприятия;
- изменение уровня качества продукции и его технико-эксплуатационных характеристик для обеспечения выполнения требований потребителей;
- формирование преимуществ продукции предприятия по сравнению с товарами-заменителями;
- определение недостатков аналогичной продукции, которая производится конкурентами;

- исследование мер конкурентов по повышению качества аналогичной продукции;
- формирование определенной ценовой стратегии по повышению конкурентоспособности продукции на рынке в части цен;
- формирование и изучение новых перспективных сфер применения продукции предприятия [4];
- разделение продукции предприятия, которая формирует стойкие преимущества потребителей, отдаваемые другим видам товаров-субститутов;
- изучение влияния на потребителя конкурентных свойств продукции через искусственное ограничение поступления на рынок новых товаров, проведения рекламных мероприятий и других мер по стимулированию сбыта.

Оценка уровня конкурентоспособности предприятия предусматривает определение факторов, влияющих на мнение потребителей о предприятии и его продукции и как итог – изменение доли рынка предприятия. Все факторы, оказывающие влияние на конкурентоспособность предприятия, делятся в зависимости от формирующей их среды на внешние и внутренние.

Факторы обеспечения конкурентоспособности предприятия - это те явления и процессы производственно-хозяйственной деятельности предприятия и социально-экономической жизни общества, которые вызывают изменение абсолютной и относительной величины затрат на производство, и в результате изменение уровня конкурентоспособности предприятия.

Изучив факторы внешней и внутренней среды, можно сказать, что конкурентоспособность организации является совокупностью, с одной стороны, характеристик самой организации, а с другой, - характеристик внешних факторов, которые влияют на нее.

Отметим, что факторы могут оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на конкурентоспособность организации. При положительном влиянии, они становятся конкурентными преимуществами, а при отрицательном - конкурентными проблемами.

Несмотря на несомненную простоту рассмотренных подходов, нельзя акцентировать внимание на исследовании отдельных факторов. В этом случае целесообразным является применение комплексного подхода, выражающегося в одновременном рассмотрении экономических, технических, технологических, социальных, экологических, организационных аспектов решения проблемы роста конкурентоспособности предприятий.

Резервы повышения конкурентоспособности предприятия - это неиспользованные возможности развития субъектов хозяйствования наиболее эффективными экономическими, управленческими и маркетинговыми методами.

Список литературы

1. Борщева А.В., Ильченко С.В. Оценка эффективности кадровой политики организации. Вестник экспериментального образования. 2017 № 4 (13). С. 41-51.
2. Ильченко С.В. Компетентностный подход в управлении человеческими ресурсами организации. Вестник экспериментального образования: научно-методический электронный журнал, № 2, 2015, с.7-13.
3. Ильченко С.В., Кивит Е.А., Оришев А.Б. Кадровая политика предприятия. М.: ООО «Самполиграфист», 2015.
4. Казаков В.Б., Калачева Л.В., Петров И.В., Сурат И.Л. Развитие угольной промышленности в условиях создания высокопроизводительных рабочих мест, перехода на наилучшие доступные технологии и импортозамещения. Уголь. 2017. № 6 (1095). С. 48-50.

5. Сурат И.Л., Тебекин А.В. Современные тенденции развития проектного управления в экономических системах. Транспортное дело России. 2014. № 6. С. 36-40.