(cc) BY

Степанова Василиса Витальевна
бакалавр экон. наук, специалист
АО «РУСАЛ Красноярск»
магистрант
Торгово-экономический институт
ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»
г. Красноярск, Красноярский край
Соловьева Наталья Александровна
канд. экон. наук, доцент, преподаватель
Торгово-экономический институт
ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»
г. Красноярск, Красноярский край

ПОНЯТИЕ «КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА»

Аннотация*: в статье рассматриваются определения конкурентоспособности предприятия различных авторов. Отмечаются достоинства и недостатки авторских подходов. Предложено авторское определение понятия «конкурентоспособность организации», которое учитывает выявленные недостатки.*

Ключевые слова*: конкуренция, хозяйствующий субъект, рыночная экономика, предприятие, коммерческая организация, конкурентоспособность организации.*

В современных условиях экономического развития проблема конкурентоспособности по праву занимает центральное место, как в сфере науки, так и практической деятельности. Теоретическая значимость проблемы определяется ее сложностью и многогранностью, а также востребованностью нахождения вариантов ее эффективного решения со стороны бизнес-сообщества. Последнее обусловлено тем, что высокий уровень конкурентоспособности хозяйствующего субъекта позволяет ему занимать значительную нишу на соответствующем

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

рынке, постоянно увеличивая сегмент покрытия, что влечет за собой решение главной задачи, поставленной перед менеджментом субъекта рыночной экономики его инвесторами – рост финансовой отдачи на вложенный капитал.

Успешное управление конкурентоспособностью дает возможность определить назревшие проблемы в производстве, менеджменте и сбыте продукции, а также очередность их решения, быстро адаптироваться к постоянно меняющимся условиям и факторами внешней среды, обеспечивая непрерывный мониторинг уровня конкурентоспособности самого предприятия и его конкурентов, оценку перспектив развития.

Конкурентоспособность – многогранная экономическая категория, которая во множестве источников трактуется неоднозначно. Большое количество трактовок конкурентоспособности как среди отечественных, так и зарубежных специалистов отражает объективную сложность проблемы в связи со [1, с. 17]:

– спецификой постановки целей и задач исследования, что приводит к акцентированию внимания на том или ином аспекте конкурентоспособности;

– особенностями выбора предмета исследования (товар или услуга), субъекта конкуренции (предприятия, отрасли, регионы, национальная экономика, государство в целом), объекта конкуренции (спрос, факторы производства, рынок), масштаба деятельности (товарные рынки, отраслевые рынки, региональные рынки, межрегиональные рынки, мировые рынки).

Многообразные трактовки конкурентоспособности, которые приводятся в научной литературе, как правило, не противоречат, а скорее дополняют друг друга, охватывая отдельные сферы. В данной статье остановимся на подходах к определению понятия «конкурентоспособность предприятия», т.е. проанализируем существующие определения в отношении исследуемого понятия применительно к субъектам конкуренции.

М. Портер понятие конкурентоспособности предприятий определяет, как «свойство товара, услуги, субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присутствующими там аналогичными товарами, услугами или конкурирующими субъектами рыночных отношений» [6, с. 15]. Данное определение

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

носит в большей части описательный характер, в нем отсутствует общепринятая на сегодня система уровней конкурентоспособности (товар – предприятие – отрасль – страна), в нем не отражены причины такого соперничества, отсутствуют критерии количественной оценки конкурентоспособности на различных уровнях управления.

Под конкурентоспособностью предприятия Т. Коно рассматривает совокупность характеристик, включающих в себя: захваченную предприятием долю рынка; способность предприятия к производству, сбыту и развитию; способность высшего звена руководства к реализации поставленной цели [7]. Однако в характеристиках рассматриваемого понятия, предложенных эти ученым, отсутствует такая, как: возможность предприятия управлять конкурентоспособностью на долгосрочную перспективу. Важность данного аспекта характеристики конкурентоспособности предприятия определяется том, что его деятельность зависит не только от внутренних факторов (профессионализм руководства), но и от внешних, которые нужно учитывать в процессе осуществления хозяйственно – финансовой деятельности и рассматривать возможность управления ими.

М.О. Ермолов предлагает для оценки конкурентоспособности предприятия использовать не только качественные, но и количественные характеристики, отражающие отличия процесса развития данного производителя от производителя-конкурента как по степени удовлетворения своими товарами или услугами конкретной общественной потребности, так и по эффективности производственной деятельности [5, с. 214]. Эта трактовка позволяет определить показатели деятельности предприятия, непосредственно характеризующие уровень конкурентоспособности предприятия и ранжировать его место среди конкурентов.

Ю.Ю. Донец и Э.Б. Фигурнов справедливо считают в качестве важнейшей составляющей конкурентоспособности предприятия эффективность использования его производственного потенциала (возможность наращивать конкурентоспособность изготавливаемой продукции в более быстром темпе, нежели потенциал конкурента) [4, с. 18] В этом понятии на первое место выводится способность фирм к эффективному управлению, которое проявляется в его

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

конкурентоспособности за счет своевременного и эффективного реагирования на внешние и внутренние факторы при максимальном использовании ресурсов. Но, в этом определении конкурентоспособность учитывается только при производстве товара как конечного объекта и не учитывается после производственное обслуживание.

П. Диксон считает, что конкурентоспособность предприятия показывает, насколько продуктивна и эффективна фирма по отношению к конкурентам, посредникам и при обслуживании заказчиков [3, с. 25]. Несомненно, выбор в качестве базы сравнения одного или нескольких конкурентов позволяет провести ранжирование конкурентных позиций анализируемых предприятий, однако существенно сужает возможность обобщенной оценки отраслевой конъюнктуры. Кроме того, вне поля зрения остается проблема современной адаптации к изменяющимся условиям среды.

Таким образом, необходимо отметить, что на текущий момент времени отсутствует четкое и удовлетворяющее всех участников рынка определение понятия «конкурентоспособность предприятия». Кроме того, сама формулировка предмета исследования представляется не вполне грамотной с юридической точки зрения. В данном случае возникает вопрос о правомерности применения термина «предприятие» в формулировке субъекта хозяйствования в условиях рыночной. Дело в том, что в Гражданском кодексе для определения субъекта хозяйствования используется термин «организация». Согласно ч. 1, гл. 4 ст. 50, юридические лица подразделяются на коммерческие организации (имеющие основной целью своей деятельности получение прибыли) и некоммерческие организации (не имеющие целью своей деятельности получение прибыли) [2]. Следовательно, субъектом конкурентоспособности должно являться не предприятие, а коммерческая организация. Причем, прилагательное «коммерческая» можно опустить во избежание тавтологии, поскольку конкурентоспособность представляется рыночной категорией, а на рынке функционируют только коммерческие организации.

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

Изучение содержания определений понятия «конкурентоспособность предприятия» позволило обобщить встречающиеся в них характеристики и сформулировать собственное, в соответствии с которым под конкурентоспособностью организации экономики понимается ее способность проектировать, производить и реализовывать продукцию с возрастающей добавленной стоимостью, наилучшим образом удовлетворяющую потребности потребителей за счет эффективного использования факторов производства, реализации своих потенциальных возможностей в условиях рынка при условии более эффективной конкурентной стратегии, по сравнению с конкурентами».

В данном определении акцентировано внимание на таких аспектах конкурентоспособности предприятия, как:

– сочетание интересов потребителей и производителей, что является основной предпосылкой высокого уровня конкурентоспособности коммерческой организации;

– формирование эффективной стратегии управления конкурентоспособностью для изыскания потенциальных возможностей повышения ее уровня в перспективе;

– организация эффективного менеджмента на всех этапах жизненного цикла продукта, позволяющая обеспечить экономию ресурсов и, как следствие, повышение уровня конкурентоспособности коммерческой организации;

– создание возрастающего объема добавленной стоимости как фактора обеспечения высокого уровня конкурентоспособности коммерческой организации.

Представляется, что уточненное определение понятия «конкурентоспособность организации» на основе выявления составных элементов его содержания позволит практическому менеджменту сфокусировать внимание на ключевых предпосылках, обеспечивающих повышение уровня конкурентоспособности хозяйствующих субъектов.

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

Список литературы

1. Воронов А. Конкуренция в XXI веке / А. Воронов. – М.: Маркетинг, 2012. – №5. – С. 16–24.

2. Гражданский кодекс Российской Федерации. В 4 ч. Ч. 2: Федер. закон от 26.01.1996 №14-ФЗ ред. от 20.12.2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://grazhkod.ru

3. Диксон П.Р. Управление маркетингом. – Форт-Уорт, Драйден Пресс, 2014. – 560 с.

4. Емельянов С.В. США: международная конкурентоспособность национальной промышленности. 90-е годы XX века. – М.: Экономика, 2011. – 405 с.

5. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах / П.С. Завьялов. – М.: Инфра-М, 2013. – 496 с.

6. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер; пер. с англ.; под ред. В.Д. Щетинина. – М.: Международные отношения, 2013. – 895 с.

7. Экономико-этимологический словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://dictionary-economics.ru/

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)