

УДК 339.137(47)
ББК 65.011.33

Е.А. СТАРОДУБЦЕВА
*аспирант Байкальского государственного университета
экономики и права, г. Иркутск
e-mail: starodubzeva-ea@mail.ru*

К ВОПРОСУ О ТРАКТОВКЕ ПОНЯТИЯ «КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ»

Рассмотрены и проанализированы различные подходы к определению понятия «конкурентоспособность предприятия». Указано на целесообразность выработки интегрированного подхода к трактовке рассматриваемого понятия с точки зрения повышения эффективности управления конкурентоспособностью предприятия.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, конкурентоспособность продукции, конкурентный потенциал, конкурентное преимущество.

E.A. STARODUBTSEVA
*post-graduate student, Baikal State University
of Economics and Law, Irkutsk
e-mail: starodubzeva-ea@mail.ru*

ABOUT INTERPRETATION OF «ENTERPRISE COMPETITIVENESS» CONCEPT

The article studies and analyzes various approaches to the definition of «enterprise competitiveness» concept. The author emphasizes the expediency of working out an integrated approach to the interpretation of the considered concept from the point of view of increasing management efficiency of enterprise competitiveness.

Keywords: enterprise competitiveness, production competitiveness, competitive potential, competitive advantage.

Конкурентоспособность предприятия представляет собой важнейший критерий его выживания и успешности на рынке в условиях перманентно возрастающих ожиданий и требований со стороны потребителей, особенно с учетом развития процессов глобализации и международных экономических отношений. Задача повышения конкурентоспособности, как правило, интересует руководителя любой коммерческой организации, не являющейся монополистом в сфере своей деятельности. Исследование конкурентоспособности предприятия целесообразно для повышения эффективности управления его конкурентоспособностью, поэтому требуется формирование четкого представления о сущности данного явления. В настоящее время в научной литературе нет единого подхода к определению конкурентоспособности предприятия и к трактовке сущности этого понятия. Осложняет изучение конкурентоспособности предприятия тот факт, что по

своей сути конкурентоспособность — понятие относительное: конкурентоспособность зависит от состояния конкретного рынка, временного периода и от уровня развития экономики страны.

В таблице представлены некоторые трактовки понятия «конкурентоспособность предприятия». Так, Т.Г. Философова и В.А. Быков, исходя из этимологии термина «конкурентоспособность», определяют ее как способность конкурировать.

С позиции маркетинга конкурентоспособность предприятия определяется наличием спроса на его продукцию и долей его на рынке: чем последняя больше, тем конкурентоспособнее предприятие. В качестве примера можно привести определение И.У. Зилькарнаева и Л.Р. Ильясовой. В данном случае следует понимать, что доля рынка — это скорее один из показателей конкурентоспособности, а не сама конкурентоспособность, при этом средства достижения этого показателя

и сущность исследуемого явления остаются за границами определения. В качестве положительного момента подобного подхода можно отметить то, что выявление уровня конкурентоспособности предприятия при таком подходе представляется относительно простым: для этого достаточно вычислить, какова доля предприятия на том или ином рынке.

Другая позиция заключается в сведении конкурентоспособности предприятия к конкурентоспособности его продукции. Такой позиции придерживаются, в частности, Э.В. Минько и М.Л. Кричевский, а также Р.А. Фатхутдинов, который отмечает, что «в понятие конкурентоспособности организации вкладывается ее способность выпускать конкурентоспособную на конкретном рынке продукцию» [13, с. 9]. Понятие конкурентоспособности продукции (товара, услуги)

также имеет неоднозначную трактовку. Например, Е.И. Мазилкина и Г.Г. Паничкина дают следующее определение: «Конкурентоспособность продукции — это относительная и обобщенная характеристика продукции предприятия, выражающая ее выгодные отличия от продукции конкурента по степени удовлетворения потребности и затратам на ее удовлетворение» [7, с. 28]. И.М. Лифиц утверждает, что «конкурентоспособность продукции — ее способность отвечать требованиям данного рынка в рассматриваемый период» [6, с. 92].

Приведенные определения позволяют сделать вывод, что в основе конкурентоспособности продукции лежит соотношение ее качества и цены, отвечающее требованиям рынка: продукция является конкурентоспособной, если ее качественные и ценовые характеристики удовлетворяют потребителя.

Трактовки понятия «конкурентоспособность предприятия»

Авторы	Определение	Определяющее понятие
Т.Г. Философова, В.А. Быков	«...Способность конкурировать на рынках товаров и услуг» [14, с. 183]	Способность конкурировать
И.У. Зилькарнаев, Л.Р. Ильясова	«Интегральная конкурентоспособность предприятия по отношению к другим предприятиям — это его способность занимать определенную долю рынка продукции и способность увеличивать / уменьшать эту долю» [3, с. 17]	Доля на рынке
Э.В. Минько, М.Л. Кричевский	«Конкурентоспособность определяется совокупностью потребительских свойств продукции, необходимых и достаточных для того, чтобы она в определенный момент времени могла быть реализована по сопоставимым ценам на конкретном рынке» [8, с. 83]	Конкурентоспособность продукции
А.А. Чурсин	«...Способность поддерживать высокие темпы экономического роста в средне- и долгосрочном плане» [15, с. 220]	Экономический рост в средне- и долгосрочной перспективе
М. Портер	«Конкурентоспособность обусловлена скорее эффективностью, с которой фирмы на местах используют мощности для производства товаров и услуг» [10, с. 162]	Эффективность использования ресурсов
Ж.-Ж. Ламбен, Р. Чумпитас, И. Шулинг	«...Способность удовлетворять нужды потребителей лучше, чем это делают ... конкуренты» [5, с. 66]	Степень удовлетворения нужд потребителей
В. Грибов, В. Грузинов	«...Преимущество по отношению к другим предприятиям данной отрасли внутри страны и за ее пределами» [2, с. 12]	Конкурентное преимущество
Ю.Б. Рубин	«...Способность применять совокупный конкурентный потенциал для борьбы с соперниками и достижения конкурентных преимуществ» [11, с. 35]	Конкурентный потенциал
Л.М. Калашникова	«Конкурентоспособность предприятия — понятие комплексное, которое обусловлено системой и качеством управления, качеством продукции, широтой и глубиной ассортимента, востребованного обществом или отдельными его членами, стабильным финансовым состоянием, способностью к инновациям, эффективным использованием ресурсов, целенаправленной работой с персоналом, уровнем системы товародвижения и сервиса, имиджем фирмы» [4, с. 15]	Система и качество управления, качество и ассортимент продукции, финансовое состояние предприятия, инновации, эффективное использование ресурсов, система товародвижения и уровень сервиса, имидж предприятия

Определение конкурентоспособности предприятия исключительно с помощью понятия «конкурентоспособность продукции» не совсем корректно и не вносит вклад в решение рассматриваемого вопроса. Во-первых, жизненный цикл предприятия, как правило, значительно продолжительнее, чем жизненный цикл продукции, особенно в современных условиях, когда обновление ассортимента продукции предприятия происходит практически непрерывно. Несмотря на то что конкурентоспособность устанавливается на текущий момент, при ее определении необходимо учитывать наличие предпосылок для сохранения предприятия и в будущем, в средне- и долгосрочной перспективе, что, в частности, подчеркивает А.А. Чурсин (см. табл.). Во-вторых, потребители при покупке наряду с качественными характеристиками продукции обращают внимание и на ряд других факторов, влияние которых в рамках данного подхода не учитывается. Например, для потребителя может иметь значение бренд компании, социальная ориентация ее деятельности, реализуемые компанией социальные программы и др.

Еще одна позиция в отношении определения конкурентоспособности предприятия, сторонником которой, в частности, является известный экономист М. Портер, состоит в том, что конкурентоспособность обуславливается в первую очередь эффективностью и результативностью деятельности предприятия. Из этого следует, что чем эффективнее предприятие использует имеющиеся ресурсы, тем выше его конкурентоспособность.

Положение о степени удовлетворения нужд потребителей лежит в основе определения конкурентоспособности предприятия, предложенного известным европейским маркетинговым профессором Ж.-Ж. Ламбеком (см. табл.).

Некоторые исследователи при определении конкурентоспособности предприятия делают акцент на его конкурентных преимуществах и конкурентном потенциале. Под конкурентным преимуществом может пониматься «какая-либо эксклюзивная ценность, которой обладает система и которая дает ей превосходство перед конкурентами» [13, с. 197], а потенциал предприятия понимают как «совокупность показателей и факторов, определяющих его возможности, средства, запасы,

способности, ресурсы, производственные резервы, которые могут быть использованы в хозяйственной деятельности» [1, с. 107]. Предприятие конкурентоспособно, если у него есть конкурентное преимущество по отношению к другим предприятиям данной отрасли [2, с. 12]. Ю.Б. Рубин, например, наряду с конкурентным преимуществом рассматривает конкурентный потенциал как основу для формирования конкурентного преимущества (см. табл.). Х.А. Фасхиев и Е.В. Попова, в управлении конкурентоспособностью предприятия выделяют три процесса: «...управление конкурентоспособностью выпускаемой продукции, конкурентным потенциалом, а также сам процесс управления конкурентоспособностью предприятия» [12, с. 107]. Согласно данному подходу, конкурентоспособность предприятия складывается из конкурентоспособности производимой продукции и конкурентного потенциала предприятия, которые при эффективном управлении способны обеспечить ему конкурентное преимущество перед другими предприятиями рынка.

На наш взгляд, для наиболее полного раскрытия сущности понятия «конкурентоспособность предприятия» целесообразно воспользоваться интегрированным подходом, объединив перечисленные подходы с целью получения наиболее полной трактовки понятия. В данном аспекте приемлемым является подход Х.А. Фасхиева и Е.В. Поповой. Комплексно рассматривает конкурентоспособность предприятия Л.М. Калашникова, которая считает, что в основе конкурентоспособности предприятия лежат конкурентоспособность системы управления, конкурентоспособность продукции, а также эффективное использование потенциала предприятия (см. табл.). Наиболее полным представляется определение, предложенное Т.М. Плотицкой: «Конкурентоспособность предприятия — это оцененное субъектами внешней среды его превосходство на выбранных сегментах рынка над конкурентами в данный момент времени, достигнутое без ущерба окружающим, определяемое конкурентоспособностью его конкретных товаров и уровнем конкурентного потенциала, характеризующего способность в будущем разрабатывать, изготавливать, сбывать и обслуживать товары, превосходящие по

качеству и цене аналоги» [9, с. 209]. В рамках данного определения учитывается ряд параметров: конкретный рынок, временной период, конкурентоспособность продукции и конкурентный потенциал предприятия.

Таким образом, с позиции интегрированного подхода конкурентоспособность предприятия можно определить как оцененное внешней средой превосходство его над конкурентами на конкретном рынке в опреде-

ленный период, достигнутое без нанесения ущерба внешним субъектам, обусловленное конкурентоспособным соотношением цены и качества выпускаемой продукции, долей предприятия на рынке и уровнем конкурентного потенциала, характеризующего его способность успешно конкурировать с другими предприятиями не только в настоящий момент, но и в средне- и долгосрочном периоде.

Список использованной литературы

1. Войцеховская И.А. Проблемы конкурентоспособности в современной экономике // Проблемы современной экономики. 2005. № 1. С. 107–111.
2. Грибов В., Грузинов В. Экономика предприятия. М., 2006.
3. Зулькарнаев И.У., Ильясова Л.Р. Метод расчета интегральной конкурентоспособности промышленных, торговых и финансовых предприятий // Маркетинг в России и за рубежом. 2001. № 4 (24). С. 17–27.
4. Калашникова Л.М. Конкурентоспособность предприятий и их продукции // Машиностроитель. 2003. № 11. С. 15–18.
5. Ламбен Ж.-Ж., Чумпитас Р., Шулинг И. Менеджмент, ориентированный на рынок / пер. с англ. под ред. В.Б. Колчанова. 2-е изд. СПб., 2008.
6. Лифиц И.М. Конкурентоспособность товаров и услуг: учеб. пособие. М., 2007.
7. Мазилкина Е.И., Паничкина Г.Г. Управление конкурентоспособностью: учеб. пособие. 2-е изд., стер. М., 2008.
8. Минько Э.В., Кричевский М.Л. Качество и конкурентоспособность. СПб., 2006.
9. Плотицина Т.М. Определение конкурентоспособности предприятия // Вестник Тамбовского государственного технического университета. 2010. Т. 16, № 1. С. 205–211.
10. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отрасли и конкурентов / пер. с англ. М., 2007.
11. Рубин Ю.Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции: учеб. 6-е изд., перераб. и доп. М., 2007.
12. Фасхиев Х.А., Попова Е.В. Модель управления конкурентоспособностью предприятия // Маркетинг в России и за рубежом. 2009. № 6 (74). С. 107–122.
13. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: учеб. 2-е изд., испр. и доп. М., 2005.
14. Философова Т.Г., Быков В.А. Конкуренция и конкурентоспособность: учеб. пособие. М., 2007.
15. Чурсин А.А. Управление конкурентоспособностью организации. М., 2006.

Bibliography (transliterated)

1. Voitsekhovskaya I.A. Problemy konkurentosposobnosti v sovremennoi ekonomike // Problemy sovremennoi ekonomiki. 2005. № 1. S. 107–111.
2. Gpibov B., Gpyzinov B. Ekonomika predpriyatiya. M., 2006.
3. Zul'karnaev I.U., Il'yasova L.R. Metod rascheta integral'noi konkurentosposobnosti promyshlennykh, torgovykh i finansovykh predpriyatii // Marketing v Rossii i za rubezhom. 2001. № 4 (24). S. 17–27.
4. Kalashnikova L.M. Konkurentosposobnost' predpriyatii i ikh produktsii // Mashinostroitel'. 2003. № 11. S. 15–18.
5. Lamben Zh.-Zh., Chumpitas R., Shuling I. Menedzhment, orientirovannyi na rynok / per. s angl. pod red. V.B. Kolchanova. 2-e izd. SPb., 2008.
6. Lifits I.M. Konkurentosposobnost' tovarov i uslug: ucheb. posobie. M., 2007.
7. Mazilkina E.I., Panichkina G.G. Upravlenie konkurentosposobnost'yu: ucheb. posobie. 2-e izd., ster. M., 2008.
8. Min'ko E.V., Krichevskii M.L. Kachestvo i konkurentosposobnost'. SPb., 2006.
9. Plotitsina T.M. Opredelenie konkurentosposobnosti predpriyatiya // Vestnik Tambovskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta. 2010. T. 16, № 1. S. 205–211.
10. Porter M. Konkurentnaya strategiya: Metodika analiza otrasli i konkurentov / per. s angl. M., 2007.
11. Rubin Yu.B. Teoriya i praktika predprinimatel'skoi konkurentsii: ucheb. 6-e izd., pererab. i dop. M., 2007.
12. Faskhiev Kh.A., Popova E.V. Model' upravleniya konkurentosposobnost'yu predpriyatiya // Marketing v Rossii i za rubezhom. 2009. № 6 (74). S. 107–122.
13. Fatkhutdinov R.A. Upravlenie konkurentosposobnost'yu organizatsii: ucheb. 2-e izd., ispr. i dop. M., 2005.
14. Filosofova T.G., Bykov V.A. Konkurentsia i konkurentosposobnost': ucheb. posobie. M., 2007.
15. Chursin A.A. Upravlenie konkurentosposobnost'yu organizatsii. M., 2006.