

ОПРЕДЕЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**Т.М. Плотичина**

*Кафедра «Организация перевозок и безопасность дорожного движения»,
ГОУ ВПО «ТГТУ»; avto@mail.tambov.ru*

Представлена членом редколлегии профессором Б.И. Герасимовым

Ключевые слова и фразы: внутренняя и внешняя деятельности фирмы; конкурентоспособность предприятия; товарная составляющая конкурентоспособности.

Аннотация: Дан краткий анализ известных определений конкурентоспособности предприятия. Сформулировано определение конкурентоспособности, учитывающее выявленные недостатки.

С развитием конкуренции во всех областях жизнедеятельности человека возрастает интерес к вопросам управления конкурентоспособностью предприятий. Ежегодно в отечественной и зарубежной печати публикуется большое количество научных работ в данной области. Многообразие публикаций, применение в них разного понятийного аппарата, подходов и методов исследования косвенно показывает сложность категории «конкурентоспособность предприятия».

При проведенном анализе публикаций в области конкурентоспособности предприятий выявляется, что каждый автор в зависимости от целей и задач исследования, исследуемых аспектов конкретных объектов, требований субъектов рыночных отношений дает свое определение конкурентоспособности предприятия.

Так, в результате изучения лишь небольшого количества работ по данной тематике было обнаружено более 30 определений, некоторые из которых приведены в табл. 1.

Таблица 1

Определение категории «конкурентоспособность предприятия»

Автор [источник]	Определение
1	2
1. Определения, базирующиеся на внутренней и внешней деятельности фирмы	
1. Баринов А.В. [1]	Конкурентоспособность объектов складывается из конкурентоспособности его элементов и их организованности для достижения цели.
2. Блинов А.О., Захаров В.Я. [2]	Под конкурентоспособностью предприятия мы понимаем способность создавать такое превосходство над конкурентами, которое позволяет достичь поставленных целей.

1	2
3. Захаров А.Н. [6]	Конкурентоспособность организации – обладание свойствами, создающими преимущества для субъекта экономического соревнования.
4. Калашникова Л.М. [9]	Конкурентоспособность предприятия – комплексное понятие, 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.
5. Селезнев А. [7]	Конкурентоспособность – это обусловленное экономическими, социальными, политическими факторами положение товаропроизводителя на внутреннем и внешнем рынках, отражаемое через показатели (индикаторы), адекватно характеризующие такое состояние и его динамику.
6. Конно Т. [7, с. 18]	Конкурентоспособность предприятия – 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. Куприянова Т. [10]	Борьба за ограниченный объем платежеспособного спроса, ведущаяся фирмой на доступных ей сегментах.
8. Маракулин М.В. [11]	Конкурентоспособность компании – способность компании работать в динамичной конкурентной среде при удержании имеющихся конкурентных преимуществ, как минимум, в неизменном виде (лучше – с положительной динамикой).
9. Фигурнов Э.Б., Донец Ю.Ю. [7, с.18]	Конкурентоспособность предприятия – это эффективность использования его производственного потенциала (способность наращивать конкурентоспособность изготавливаемой продукции в более быстром темпе, чем потенциал конкурента).
10. Старовойтов М.К., Фомин Б.Ф. [15]	Конкурентоспособность – «уровень предприятия» является общей мерой интереса и доверия к услугам предприятия на фондовом, финансовом и трудовом рынках. В числе главных определяющих факторов этой меры выступают стоимость предприятия, техническая оснащенность рабочих мест, реализуемая концепция управления, управленческие технологии, организационная система, человеческий капитал, стратегический маркетинг, техническая, инвестиционная и инновационная политики.

1	2
11. Яшин Н.С. [7]	Конкурентоспособность предприятия – это возможность и динамика приспособления его к условиям рыночной конкуренции.
12. Петров В. [7]	Конкурентоспособность – это внутреннее свойство субъекта рыночных отношений, выявляемое в процессе конкуренции и позволяющее занять свою нишу в рыночном хозяйстве капиталистического типа для расширения воспроизводства, что предполагает покрытие всех издержек производства и получение прибыли от легальной хозяйственной деятельности.
13. Светуных С.Г. [14]	Конкурентоспособность – это свойство объекта, имеющего определенную долю соответствующего рынка, которое характеризует степень соответствия технико-функциональных, экономических, организационных и других характеристик объекта требованиям потребителей, определяет долю рынка, принадлежащую данному объекту, и препятствует перераспределению этого рынка в пользу других объектов.
14. Завьялов П.С. [7]	Конкурентоспособность предприятия – это возможность эффективной хозяйственной деятельности и ее практической прибыльной реализации в условиях конкурентного рынка.

2. Определения, базирующиеся на товарной составляющей конкурентоспособности

15. Миронов М.Г. [12]	Конкурентоспособность предприятия – это способность прибыльно производить и реализовывать продукцию по цене не выше и по качеству не хуже, чем у любых других контрагентов в своей рыночной нише.
16. Фатхутдинов Р.А. [17]	Конкурентоспособность – это свойство объекта, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке.
17. Фатхутдинов Р.А. [18]	Конкурентоспособность организации – это ее способность производить конкурентоспособный товар.
18. Эрлих М., Хайн Дж. [7, с. 15]	Конкурентоспособность – это способность страны или фирмы продавать свои товары.
19. «European management forum» [7, с. 18]	Конкурентоспособность фирмы – это реальная и потенциальная способность компаний, а также имеющих у них для этого возможностей проектировать, изготавливать и сбывать товары, которые по ценовым и неценовым характеристикам в комплексе более привлекательны для потребителя, чем товары конкурента.

1	2
20. Васильева З.А. [12]	Конкурентоспособность предприятий (для потребителей) – способность удовлетворять потребности (решать проблемы) потребителей на основе производства товаров и услуг, превосходящих конкурентов по требуемому набору параметров.
21. Дулисова И.Л. [14]	Свойство объекта, характеризующее степень удовлетворения конкретной потребности по сравнению с лучшими аналогичными объектами, или конкурентоспособность – это способность выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами.
22. Зулкарнаев И.У., Ильясова Л.Р. [8]	Интегральная конкурентоспособность предприятия по отношению к другим предприятиям – это его способность занимать определенную долю рынка продукции и способность увеличивать/уменьшать данную долю.
3. Определения, сочетающие товар и производственную деятельность субъекта	
23. Донцова Л.В. [13]	Способность предприятия противостоять на рынке другим изготовителям аналогичной продукции (услуги) как по степени удовлетворения своими товарами конкретной общественной потребности, так и по эффективности производственной деятельности.
24. Рубин Ю.В., Шустов В.В. [15]	Реальная и потенциальная способность компании, а также имеющихся у нее для этого возможностей проектировать, изготавливать и сбывать товары, которые по ценовым и неценовым характеристикам в комплексе более привлекательны для потребителей, чем товары конкурентов.
25. Сергеев И.В. [13]	Под конкурентоспособностью предприятия понимается способность предприятия производить конкурентоспособную продукцию за счет его умения эффективно использовать финансовый, производственный и трудовой потенциал.
26. Фасхиев Х.А. [16]	Под конкурентоспособностью предприятия подразумевается как реальная, так и потенциальная способность компании разрабатывать, изготавливать, сбывать и обслуживать в конкретных сегментах рынка конкурентоспособные изделия, то есть товары, превосходящие по качественно-ценовым параметрам аналоги и пользующиеся более приоритетным спросом у потребителей.
27. Ермолов М.О. [7]	Конкурентоспособность предприятия – это относительная характеристика, отражающая отличие процесса развития данного производителя от производителя конкурента как по степени удовлетворения своими товарами или услугами конкретной общественной потребности, так и по эффективности производственной деятельности.

Сравнительный анализ определений «конкурентоспособность предприятия» позволяет сделать следующие выводы.

1. Вся совокупность определений можно разделить на 3 группы:

1) характеризующие внутреннюю и внешнюю деятельность фирмы, без упоминания товара;

2) базирующиеся только на товарной составляющей конкурентоспособности;

3) сочетающие товар и производственную деятельность субъекта.

2. Лишь один из приведенных доводов содержит слово «превосходство». Конкурентоспособность – это сравнительная категория, то есть должен применяться математический аппарат оценки и ранжирования сравниваемых объектов.

3. Используемые определения однозначно не устанавливают состав смыслообразующих элементов термина «конкурентоспособность предприятия», что препятствует выработке метода измерения ее уровня.

4. Приведенные определения не ориентированы на решение управленческих задач. Менеджмент, прежде всего, интересуется проблема управления уровнем конкурентоспособности предприятия. Сравнивая результаты оценки конкурентов по одной и той же методике, можно их ранжировать по конкурентоспособности.

5. Ни в одном из используемых определений не указывается, кто же оценивает конкурентоспособность предприятия. Однозначно, что для внешнего пользования она должна оцениваться субъектами внешней среды.

6. В использованных определениях не указывается временной фактор конкурентоспособности. Конкуренция на рынке – процесс непрерывный, поэтому «победитель» в конкурентной борьбе определяется на конкретный момент времени как баланс предприятия.

7. Лишь в некоторых определениях подчеркивается, что конкурентоспособность предприятия устанавливается на определенном рынке. Предприятие, во-первых, не может одновременно присутствовать на всех рынках, во-вторых, оно может быть конкурентоспособным на одних и неконкурентоспособным на других рынках, где присутствует.

8. В используемых определениях, если даже упоминается товар, не производится его конкретизация. Конкурентоспособность предприятия целесообразно оценить по отношению к конкретному товару. Не исключается, что у одного и того же производителя могут быть одни товары конкурентоспособны, а другие – годами «лежать на полках».

9. Используемые определения чаще ориентированы на оценку конкурентоспособности предприятий на текущий момент, по фактическим данным, тогда как для управленческих целей важнее ориентация на будущее, учет потенциала роста.

Проведенный анализ литературных источников в исследуемой области позволяет заключить, что общепринятого, удовлетворяющего всех участников рыночных отношений определения конкурентоспособности предприятий, нет.

С учетом вышеприведенных замечаний сформулирован возможный вариант определения: «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».

Данное определение подчеркивает следующие аспекты конкурентоспособности предприятия такие как:

1) цели общественного суждения, которые оцениваются внешними субъектами;

- 2) оценка, которая ведется на сегментах рынка, где присутствует предприятие;
- 3) оценка, которая представляет собой превосходство над конкурентами;
- 4) оценка, которая ведется в конкретный момент времени, и поэтому могут использоваться фактические и прогнозные показатели;
- 5) оценка, интегрирующая два комплексных показателя: конкурентоспособность товара и конкурентный потенциал предприятия;
- 6) показатель, ориентированный на будущее;
- 7) взаимосвязь элементов маркетинга и квалиметрии;
- 8) метод измерения конкурентоспособности предприятия;
- 9) решение управленческих задач.

Таким образом, критический обзор понятия «конкурентоспособность предприятия» позволил выявить недостатки известных определений и с учетом их сформулировать новое определение, которое расширяет горизонты дальнейших исследований в области управления конкурентоспособностью хозяйствующих субъектов.

Список литературы

1. Баринов, А.В. Развитие организации в конкурентной борьбе / А.В. Баринов // Менеджмент в России и за рубежом. – 2000. – № 6. – С. 3–13.
2. Блинов, А.О. Имидж организации как фактор ее конкурентоспособности / А.О. Блинов, В.Я. Захаров // Менеджмент в России и за рубежом. – 2003. – № 4. – С. 20–24.
3. Васильева, З.А. Иерархия понятий конкурентоспособности субъектов рынка / З.А. Васильева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – № 2. – С. 83–90.
4. Данилов, И.П. Проблемы конкурентоспособности электротехнической продукции / И.П. Данилов. – М. : Пресс-сервис, 1997. – 129 с.
5. Долинская, М.Г. Маркетинг и конкурентоспособность промышленной продукции / М.Г. Долинская, И.А. Соловьев. – М. : Экономика, 1999. – 43 с.
6. Захаров, А.Н. Конкурентоспособность предприятия: сущность, методы оценки и механизмы увеличения / А.Н. Захаров, А.А. Зокин // Бизнес и банки. – 2004. – № 1–2. – С. 1–5.
7. Завьялов, П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах / П.С. Завьялов. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 496 с.
8. Зулкарнаев, И.У. Метод расчета интегральной конкурентоспособности промышленных, торговых и финансовых предприятий / И.У. Зулкарнаев, Л.Р. Ильясова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 4(24). – С. 17–27.
9. Калашникова, Л.М. Конкурентоспособность предприятия и их продукции / Л.М. Калашникова // Машиностроитель. – 2003. – № 11. – С. 15–18.
10. Куприянова, Т. Управляемая конкурентоспособность: как ее добиться? / Т. Куприянова // Консультант директора. – 2001. – № 22. – С. 17–29.
11. Маракулин, М.В. Управление компромиссами как фактор конкурентоспособности компании / М.В. Маракулин // Менеджмент в России и за рубежом. – 2003. – № 4. – С. 25–31.
12. Миронов, М.Г. Ваша конкурентоспособность / М.Г. Миронов. – М. : Альфа-Пресс, 2004. – 160 с.
13. Рубин, Ю.В. Конкуренция: реалии и перспективы / Ю.В. Рубин, В.В. Шустов. – М. : Знание, 1990. – 64 с.
14. Светуных, С.Г. Прогнозирование экономической конъюнктуры в маркетинговых исследованиях / С.Г. Светуных. – СПб. : Питер, 1997. – 264 с.

15. Старовойтов, М.К. Практический инструментарий организации управления промышленным предприятием : монография / М.К. Старовойтов, Б.Ф. Фомин. – М. : Высшая школа, 2002. – 294 с.

16. Фасхиев, Х.А. Анализ методов оценки качества и конкурентоспособности грузовых автомобилей / Х.А. Фасхиев // Методы менеджмента качества. – 2001. – № 3. – С. 24–29.

17. Фатхутдинов, Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхутдинов. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 312 с.

18. Фатхутдинов, Р.А. Управление конкурентоспособностью организации / Р.А. Фатхутдинов. – М. : Эксмо, 2004. – 544 с.

Company Competitiveness Determination

T.M. Plotitsina

Department “Transportation and Road Safety”, TSTU; avto@mail.tambov.ru

Key words and phrases: commercial element of competitiveness; company competitiveness; internal and external company performance.

Abstract: The paper presents the brief analysis of the existing definitions of company competitiveness. The definition of the competitiveness taking into account temporary drawbacks is formulated.

Bestimmung der Konkurrenzfähigkeit des Betriebs

Zusammenfassung: Es ist die kurze Analyse der bekannten Bestimmungen der Konkurrenzfähigkeit des Betriebs angegeben. Es ist die die gezeigten Nachteile berücksichtigende Bestimmung der Konkurrenzfähigkeit formuliert.

Définition de la compétitivité de l'entreprise

Résumé: Est proposée une courte approche des définitions connues de la compétitivité de l'entreprise. Est formulée la définition de la compétitivité qui tient en compte les défauts révélés.

Автор: *Плотицина Татьяна Михайловна* – лаборант кафедры «Организация перевозок и безопасность дорожного движения», ГОУ ВПО «ТГТУ»; аспирант, ГОУ ВПО «Воронежская государственная лесотехническая академия».

Рецензент: *Пархоменко Лев Васильевич* – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Бухгалтерский учет и аудит», ГОУ ВПО «ТГТУ».