



КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ И ФАКТОРЫ ИХ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ

А. Г. Спирина, студент магистратуры 1-го курса ИФЭМ ФГБОУ ВО
«Калининградский государственный технический университет»
В. Л. Даниленков, канд. экон. наук, доц., ФГБОУ ВО «Калининградский
государственный технический университет»

В статье рассматривается трудность, связанная с конкурентоспособностью предприятий. Ключевая задача изучения - определение сути понятий «конкурентоспособность предприятия» и «конкурентное преимущество». Автором было выявлено отсутствие единства трактовки терминов «конкурентоспособность предприятия» и «конкурентное преимущество». На основе рассмотренного анализа автор устанавливает собственные требования терминам «конкурентоспособность предприятия» и «конкурентное преимущество». Также писатель в своей статье концентрирует внимание на ключевые признаки конкурентоспособности предприятия.

конкурентоспособность, инновация, новшества, комплексный показатель, конкуренция, качество

Конкурентоспособность предприятия - это его свойство, которое характеризуется уровнем действительного или возможного удовлетворения им определённой потребности по сравнению с подобными объектами, которые представлены на данном рынке. На российском рынке в данный момент прослеживается значительное увеличение конкуренции, в связи с этим, на этой стадии развития как никогда необходимы исследования по улучшению конкурентоспособности российских предприятий.

Конкурентоспособность устанавливает способность выносить конкуренцию в сравнении с такими же объектами на данном рынке, считает Филип Котлер.

Управляющие организаций находятся в постоянном поиске новейших инструментов управления предприятиями и рычагов увеличения конкурентоспособности с учётом настоящих условий российской экономики.

Конкурентоспособность - это понятие не простое, оно формируется из групп факторов, которые влияют на состояние и формирование производственной концепции, непосредственно такие как:

- технологические процессы организации и управление организацией;
- характер влияния внешней среды на производственную систему;
- степень промышленной и экономической подготовки персонала предприятия;
- степень развития науки в конкурентной деятельности;
- экономические возможности, которые используются на предприятии.

Конкурентоспособность того или иного предприятия создаётся через установление конкурентных преимуществ, которыми будет владеть предприятие. Несомненно, чем шире у предприятия комплекс конкурентных преимуществ, тем более благосклоннее, ранее предшествующие обстоятельства для эффективной деятельности и тем стабильнее считается точка зрения фирмы в определённых сегментах рынка.

В табл. 1 рассмотрены отдельные определения для выявления своего мнения о понятии конкурентоспособности.

№ п/п	Автор	Определение
1	Баринов В. [1]	Конкурентоспособность формируется из конкурентоспособности его элементов и их дисциплинированности для достижения цели
2	Блинов А.О., Захаров В.Я. [2]	Конкурентоспособность фирмы – это способность создавать такое превосходство над конкурентами, которое даёт возможность достичь установленных целей
3	Захаров А.Н. [5]	Конкурентоспособность организации – владение свойствами, формирующими преимущества для субъекта экономического соревнования
4	Калашникова Л.М. [6]	Под конкурентоспособностью предприятия понимается комплексное понятие, которое обуславливается системой и качеством управления, качеством продукции, широтой и глубиной ассортимента, нужного обществу или отдельными его членами, стабильным финансовым состоянием, возможностью работать с инновациями, результативным использованием ресурсов, целенаправленной работой с персоналом, уровнем системы товародвижения и сервиса, имиджем фирмы
5	Маракулин М.В. [9]	Конкурентоспособность фирмы – способность фирмы работать в активной конкурентной среде при удержании имеющихся конкурентных преимуществ, как минимум, в постоянном виде (лучше – с позитивной динамикой)
6	Дементьева А.В. [4]	Конкурентоспособность компании – это умение применять свои сильные стороны и сосредотачивать свои усилия в той области производства товаров или услуг, где она может занять лидирующую позицию на внутреннем и внешнем рынках
7	Миронов М.Г. [10]	Конкурентоспособность организации – умение прибыльно осуществлять и реализовывать продукцию по цене не выше и по качеству не хуже, чем у любых других контрагентов в своей рыночной нише

Из всего вышеизложенного, дадим трактовку понятия конкурентоспособности предприятия: конкурентоспособность предприятия - превосходство над конкурентами, создаваемое преимущественными способностями к инновациям и проявляя свои сильные стороны для того, чтобы фирма занимала лидирующую позицию на рынке.

В книге «Конкурентоспособность товаров и услуг», И. М. Лифиц [8] отметил ключевые аспекты, которые выражают особенное воздействие на конкурентоспособность:

- научно-техническую новизну;
- промышленную пригодность;
- исполнимость, которая, в свою очередь, означает способность выполнять требования потребителей;
- сверхполученный доход от ввода инноваций;
- непостоянность высококвалифицированных сотрудников.

Руководству фирмы обязательно необходимо сконцентрировать своё внимание на исследование и введение новых технологий, которые будут использоваться для повышения конкурентоспособности.

Инновации – это применение новшеств, не применяемых до этого или которые были использованы не в полном объёме.

Главное устройство развития инноваций - это финансовые инструменты. Немаловажно осознавать, что внедрение инноваций, для увеличения конкурентоспособности, подразумевает не дополнительное расходование денежных потоков фирмы, а их более разумное использование.

Но кроме финансовых инструментов имеется большой ряд неотъемлемых мероприятий, которые связаны с организацией продуктивного управления и работы штатных сотрудников фирмы, например, таких: сбор сведений об обстановке на рынке, анализ деятельности предприятий-конкурентов, как складывается культура труда на предприятии и т. д.

Р. А. Фатхутдинов [11] к основным факторам конкурентного преимущества предприятия относит следующие:

1. Внешние факторы:

- низкое формирование системы финансирования инновационной деятельности банками и фондами;
- защита рынка от низкокачественной продукции или некачественных услуг;
- неприменение в полном объёме возможностей наших учёных для выполнения необходимых исследований;
- неумение использовать интересные для потребителя продукты, услуги.

2. Внутренние факторы:

- недостаточная результативность управления инновационными процессами, в связи с недостатком финансовых возможностей предприятия;
- большой период времени для окупаемости инноваций из-за первоначально завышенной цены;
- безнадёжно устарелое оборудование;
- недостаток сведений об обстановке на рынке и о новых технологиях предприятий-конкурентов, в связи с отсутствием информационных баз.

Существенная задача и трудность - это установление и расчёт конкурентоспособности. Существуют показатели конкурентоспособности - количественные и качественные. В теории обширно презентованы методики расчёта количественных показателей и недостаточно рассмотрены качественные аспекты оценки конкурентоспособности.

Конкурентоспособность – это оценивающий показатель, который отображает степень преимущества предмета (объекта), т. е. мы встречаем сравнительную оценку. Многие авторы, например И. М. Лифиц [8], И. А. Данилов, Е. В. Волкова [3], используют понятие конкурентоспособности как степень преимущества одного объекта над другим, что отображает уровень конкурентоспособности. Мнение автора данной статьи аналогично с мнениями вышеперечисленных авторов.

Многие показатели конкурентоспособности основываются на оценочных величинах, определённых потребителем. Все предприятия могут оценить своё собственное конкурентное положение только через систему суждений потребителей, осуществляющих разделение степени предпочтений согласно соответственным характеристикам.

В основании обеспечения конкурентоспособности товара или услуги заложено соотношение цены, качества и сервиса. Однозначно, причиной успеха или не успеха фирмы может быть воздействие таких факторов, как: реклама, престиж, марка и др. Но конкурентоспособность подставляется на этапе основания и проектирования предприятия, поэтому оно поддается воздействию маркетинга.

Количественные оценки подразумевают исследование балльной системы. В итоге нужно рассчитать общий балл, показывающий преимущества одного объекта над другим, с которым и происходит сравнение. Балльную систему можно исследовать по различной шкале баллов. В данной статье автор будет исследовать 5-балльную систему исследования.

Качественные показатели отображают внутреннее качественное преимущество свойств объекта.

Таблица 2 - Балльная система

№ п/п	Критерии оценки	Спектр оценок		
		(низкая) 1-2 балла	(средняя) 3-4 балла	(высокая) 5 баллов
1	Особенности товара (работы, услуги)	Низкое качества товара	Средний товар	Товар уникален
2	Издержки (затраты по производству товара)	Больше, нежели у конкурента	Одинаковые с конкурентом	Пониже, чем у конкурента
3	Степень введения новшеств	Трудно вводится	Легко вводится	Полностью введены
4	Квалификация специалистов	Низкоквалифицированные	Среднеквалифицированные	Высококвалифицированные
5	Имидж фирмы	Отсутствует	Развит	Положительный имидж
6	Концепция мотивации оплаты труда	Нет никакой системы	Недостаток	Отличная система мотивации

Исходя из всего вышеизложенного, хочется сделать вывод, что конкурентоспособность – это комплексный показатель, который содержит много элементов, отражающих все, без исключения, стороны деятельности фирмы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Баринов, А. Развитие организации в конкурентной среде // Менеджмент в России и за рубежом. - 2010. - №6. – 13 с.
2. Блинов, А. О. Имидж организации как фактор её конкурентоспособности / А. О. Блинов, В. Я. Захаров // Менеджмент в России и за рубежом. – 2003. - № 4. С. 20-24.
3. Данилов, И. А. Ретроспективный анализ трактования терминов «конкурентоспособность» и «конкурентное преимущество» отечественными и зарубежными авторами / И. А. Данилов, Е. В. Волкова // Вестник Челябинского государственного университета. - 2010. - №3 (184). - С.132.
4. Дементьева, А. В. Конкурентоспособность международных компаний / А. В. Дементьева // Маркетинг. – 2010 – 64 с.
5. Захаров, А. Н. Конкурентоспособность предприятия: сущность, методы, оценки и механизмы увеличения // Бизнес и банки. – 2004. - № 1-2.
6. Калашникова, Л. М. Конкурентоспособность предприятий и их продукции // Машиностроитель. – 2013. -№ 11. - С. 15-18.

7. Куприянова, Т. Управляемая конкурентоспособность: как её добиться? // Консультант директора. – 2001. - №22. – С. 17–29.
8. Лифиц, И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг, пособие / И. М. Лифиц. - 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Высшее образование; Юрайт-Издат, 2009. – 460 с.
9. Маракулин, М. В. Управление компромиссами как фактор конкурентоспособности компании // Менеджмент в России и за рубежом. – 2013. - С. 29 - 34
10. Миронов, М. Г. Ваша конкурентоспособность / М. Г. Миронов. – Москва: АльфаПресс, 2004 – 160 с.
11. Фатхутдинов, Р. А. Управление конкурентоспособностью организации: учебник / Р. А. Фатхутдинов. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Эксмо, 2005. – 544 с.
12. Четыркина, Н. Ю. Система управления конкурентоспособностью: уровни, параметры и конкурентные преимущества // Креативная экономика. - 2012. - № 3 (63). - С. 15-20.

COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISES AND FACTORS OF THEIR COMPETITIVE ADVANTAGES

A. G. Spirina, Undergraduate student, Kaliningrad State Technical University
V. L. Danilenkov, Candidate of Economic Sciences , Associate Professor, Kaliningrad State Technical University

In this article the problem connected with competitiveness of the enterprises is considered. The main essence of studying - definition of an essence of the concepts "competitiveness of the enterprise" and "competitive advantage". The author has revealed absence of unity of interpretation of the terms "competitiveness of the enterprise" and "competitive advantage". On the basis of the considered analysis the author defines own requirements to the terms "competitiveness of the enterprise" and "competitive advantage". Also the author in the work pays attention to key signs of competitiveness of the enterprise.

competitiveness, innovation, innovation, comprehensive index, competition, quality