

А.Ф. Лещеня, 2 курс

*Научный руководитель – Ж.Г. Шумак
Полесский государственный университет*

В современных условиях развития экономики и рыночных отношений большую роль играет конкурентоспособность предприятия. Это обусловлено тем, что конкурентоспособность помогает определить стратегию и тактику деятельности предприятия на рынке, определить его преимущества и недостатки, выбрать пути повышения технического уровня предприятия и качества производимой продукции.

В настоящее время в теории и на практике содержание термина «конкурентоспособность предприятия» ещё не устоялось. Существует большое количество определений данного термина, но их авторы отягощают его различными прямыми и косвенными факторами, влияющими на функционирование предприятия.

Впервые попытка создать единую теоретическую концепцию конкурентоспособности была предпринята американским учёным М.Портером – основоположником теорий конкурентных преимуществ и кластерного анализа. Конкурентоспособность по Портеру – это свойство товара, услуги, субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присутствующими там аналогичными товарами, услугами, или конкурирующими субъектами рыночных отношений. [1, с. 588]

Проведя сравнительный анализ определений «конкурентоспособности предприятия» можно разделить их на три группы (табл.): характеризующие внутреннюю и внешнюю деятельности фирмы, без упоминания товара; базирующиеся только на товарной составляющей конкурентоспособности; сочетающие товар и производственную деятельность субъекта.

Таблица – Обзор определений конкурентоспособности предприятия

Авторы	Определения, базирующиеся на внутренней и внешней деятельности фирмы
Блинов А.О. Захаров А.Н. Калашникова Л.М. Селезнев А. Конно Т. Фигурнов Э.Б., Донец Ю.Ю. Яшин Н.С.	В данных определениях сделан упор на способности предприятия создавать такое превосходство над конкурентами, которое позволяет достичь поставленных целей как на внутреннем, так и на внешнем рынках.
Миронов М.Г. Фатхутдинов Р.А. М. Эрлих и Дж. Хайн European management forum Васильева З.А. Зборина И.М. Зулькарнаев И.У., Ильясова Л.Р.	Определения, базирующиеся на товарной составляющей конкурентоспособности Данные определения характеризуют способность предприятия производить конкурентоспособный товар или услугу, превосходящих конкурентов по требуемому набору параметров.
Фасхиев Х.А. Ермолов М.О. Мазилкина Е.И., Паничкина Т.Г. Иванова Е.А. Зайцев Н.Л.	Определения, сочетающие товар и производственную деятельность субъекта Данные определения базируются на отличии процесса развития данного производителя от производителя конкурента как по степени удовлетворения своими товарами или услугами общественных потребностей, так и по эффективности производственной деятельности.

Примечание – Источник: собственная разработка.

Таким образом, проведённый анализ литературных источников в исследуемой области позволяет сделать вывод о том, что общепринятого определения конкурентоспособности предприятий, удовлетворяющего всех участников рыночных отношений, нет.

Принимая во внимание уже существующие определения конкурентоспособности предприятия и их недостатки, можно отметить следующие позиции, которые должна отражать данная категория:

- «Конкурентоспособность предприятия» нельзя отождествлять с конкурентоспособностью товара, поскольку эти понятия соотносятся между собой как часть и целое;
- Конкурентоспособность предприятия – величина непостоянная («победитель» в конкурентной борьбе определяется на конкретный момент времени);
- Конкурентоспособность предприятия должна отражать возможности предприятия адаптироваться к постоянно меняющимся условиям внешней и внутренней среды;
- Конкурентоспособность предприятия – сложный комплексный показатель, т. е. ее оценку нельзя свести к определению одного показателя.

Анализ конкурентоспособности предприятия также предполагает изучение определённых факторов. Под факторами конкурентоспособности предприятия понимают те явления или процессы производственно–хозяйственной деятельности предприятия и социально–экономической жизни общества, которые вызывают изменения абсолютной и относительной величины затрат на производство, а в результате – изменение уровня конкурентоспособности предприятия. [2, с. 9]

По мнению французских экономистов А.Оливье, А.Дайана и Р.Урсе, предприятие должно обеспечить себе уровень конкурентоспособности по восьми факторам:

- 1) концепция товара и услуги, на которой базируется деятельность предприятия;
- 2) качество, выражающееся в соответствии продукта высокому уровню товаров рыночных лидеров;
- 3) цена товара с возможной наценкой;
- 4) финансы – как собственные, так и заемные;
- 5) торговля – с точки зрения коммерческих методов и средств деятельности;
- 6) послепродажное обслуживание, обеспечивающее предприятию постоянную клиентуру;

- 7) внешняя торговля предприятия;
- 8) предпродажная подготовка, которая свидетельствует о его способности не только предвидеть запросы будущих потребителей, но и убедить их в исключительных возможностях предприятия удовлетворить эти потребности. [3, с. 112]

Ряд отечественных экономистов (Фатхутдинов Р., Селезнев А., Ермолов М.) к ключевым факторам рыночного успеха относят:

- финансовое положение предприятия;
- развитость базы для собственных научно–исследовательских и опытно–конструкторских разработок предприятия и уровень расходов на них;
- наличие передовой технологии;
- обеспеченность высококвалифицированными кадрами;
- способность к продуктовому и ценовому маневрированию;
- наличие сбытовой сети;
- состояние технического обслуживания;
- возможность кредитования;
- действенность рекламы и средств стимулирования сбыта;
- обеспеченность информацией, платежеспособность основных покупателей. [4, с. 77]

Существует множество других способов классификации факторов конкурентоспособности предприятия, использование которых зависит от целей исследования, от общей экономической ситуации, в которой они проводятся, а также от характера задач, которые предстоит решать. Однако, все данные факторы показывают, насколько сложна проблема повышения конкурентоспособности и удержания позиций предприятия на рынке.

Список использованных источников

1. Портер М., Конкуренция: Учебное пособие/ М. Портер. – М.: Вильямс, 2005. – 608 с.
2. Круглов В.Н. Конкурентоспособность перерабатывающих предприятий / В.Н. Круглов // Аудит и финансовый анализ. – 2009, №3. – С.9
3. Маркина Н.С. Методы определения конкурентоспособности предприятия / Н.С. Маркина // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – 2010, №585. – С.112
4. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации [Текст]: учеб. пособие / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Эксмо, 2004. – 544 с.