

УДК 339.13.012.42

УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

*канд. экон. наук, доц. В.В. БИЧАНИН
(Полоцкий государственный университет)*

В условиях становления и интенсивной интернационализации и глобализации внешних рынков рассматриваются проблемы обеспечения конкурентоспособности национальной экономики, отраслей, субъектов хозяйствования. Показаны основные организационно-управленческие, экономико-стратегические пути и направления решения проблемы конкурентоспособности. Обращено внимание на неоднозначное толкование научными школами понятия «конкуренция», многофакторность определения сущности конкурентоспособности товара, предприятия, на необходимость усиления аналитической работы, конкурентного анализа с целью выявления конкурентных преимуществ при планировании рыночной конкурентной стратегии. Исследованы существующие методологические подходы к оценке конкурентоспособности товара и предприятия на примере машиностроительной отрасли России, объединений автомобильного и сельскохозяйственного машиностроения Республики Беларусь. Обоснована практическая необходимость усиления роли и ответственности отделов и служб экономического блока, менеджмента и маркетинга предприятий при стратегическом планировании.

В программе социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011–2015 годы отмечается, что «обеспечение конкурентоспособности отечественной продукции на мировом рынке возможно только при переходе к инновационному пути развития экономики, основанному на высокотехнологичном национальном производстве, переснащенных и модернизированных действующих мощностях предприятий и организаций». При этом, как следует из программных документов, в первую очередь планируется внедрение инновационных проектов в ведущие отрасли и производства машиностроения, являющиеся базовыми для импорта замещения. Цель и задачи на пятилетку определены, исходя из структуры производства, сформировавшейся в предыдущий период времени, структуры экономики, которая зависит от импортного сырья и энергоресурсов. Также отмечены относительно низкий уровень производительности труда в стране, фондоотдачи основного капитала, высокая материалоемкость продукции. Как следствие, на рынке недостаточно конкурентоспособные товары, оказываемые услуги, выполняемая работа.

Основная часть. Поставленные в программе цели и задачи вполне логичны и своевременны. Слабой стороной производственной и экономической деятельности предприятий промышленного производства является медленная восприимчивость отраслей и предприятий к инновационной стратегии развития. В прошлые годы при формировании национальной экономической стратегии недостаточно учитывался опыт развитых европейских стран, медленно развивалось международное научное, техническое и инновационное сотрудничество, инфраструктура. В программе обращено внимание на указанные аргументы, поэтому цель и задачи сформулированы в ней исходя из итогов и темпов социально-экономического развития, темпов роста валового национального продукта в предыдущий период.

В Программе и годовых планах на 2011–2015 годы определены важнейшие меры и поставлены четкие задачи. Отмечается, что «главными направлениями реализации задач в области инвестиционной и инновационной деятельности субъектов хозяйствования являются: повышение эффективности инвестиционных проектов; создание условий для привлечения инвестиций в высокотехнологичные проекты всех секторов экономики; вложение инвестиций в наукоемкие, ориентированные на экспорт производства; модернизация действующих мощностей, осуществляемая на основе новейших инновационных технических решений и проектов». В планах на пятилетку отмечается, что это позволит обеспечить инновационную конкурентоспособность продукции в общем объеме отгруженной потребителям до 20–21%, значительно расширить рынки ее сбыта [1].

Принципиальное условие программы – обеспечить конкурентоспособность каждого субъекта хозяйствования, к какой бы сфере деятельности в экономической системе он не относился. Однако не только программные постулаты решают проблему конкурентоспособности экономики страны.

Насколько реально реализовать стратегию, достичь цели и повысить конкурентоспособность национальной экономики при реализации пятилетней программы, попытаемся проследить на финише пятилетки. При этом важно отметить, что национальная экономика страны за четверть века после распада СССР формировалась в условиях открытой рыночной экономической системы. В какой-то степени Беларусь развивала и укрепляла со многими странами мирового сообщества научное, техническое, экономическое сотрудничество, углубляла развитие внешнеэкономических связей и внешней торговли. Многие отечественные предприятия, объединения и организации успешно осуществляют реализацию совместных проектов на основе вложения инвестиционного и человеческого капитала.

Открытость страны и экономики, вовлеченность в глобальные мировые корпоративные и экономические связи позволяют определить приоритеты развития на длительную перспективу и снизить зависимость национальной экономики от экономической и рыночной конъюнктуры, постепенно повышать конкурентоспособность страны в сфере экономического развития и внешней торговли. В то же время республика реально ощутила необходимость учета исторического научного аспекта экономической теории, что дифференциация деятельности, приоритеты больших и малых стран в рыночной открытой экономике различаются. В больших странах мира «с численностью населения более 100 млн. человек отношение внешне-торгового оборота (сумма экспорта и импорта товаров и услуг) в валовом внутреннем продукте редко превышает 50%, а в малых странах с численностью 10 млн. человек и меньше она составляет 100% и более».

Чем меньше экономика, тем меньше в ней отраслей. Закрытая экономика достигает равновесия согласно «модели доходов и расходов» при условии, что сбережения граждан (S) равны инвестициям (I) [2]. Под сбережениями понимают превышение дохода над тем, что затрачено на потребление. Вовлечение сбережений и других источников капитала в увеличение конечной ценности продукции характеризует инвестиционную политику в решении важнейшей проблемы рыночной экономики – повышение конкурентоспособности продукции, предприятия, отдельной отрасли, экономики страны.

Существует и иная концепция рассматриваемой проблемы. В работе «Общая теория занятости, процента и денег» Дж.М. Кейнс отмечает, что «сбережения и инвестиции не обязательно равны между собой». «Акт индивидуального сбережения означает лишь решение сегодня не обедать, но не обязательно влечет за собой решение пообедать через неделю, год, спустя определенное время». Таков механизм сбережений угнетает деятельность сегодня, «не стимулирует подготовку к будущему акту потребления и не выступает как замена текущего потребительского спроса будущим потребительским спросом», не способствует развитию производства. Как полагает Дж.М. Кейнс, «это чистый вычет из такого спроса», который оказывает «депрессивное влияние на будущее потребление» и в конечном итоге «сокращает как нынешний инвестиционный спрос, так и нынешний потребительский спрос».

«Если бы сбережение состояло не только в воздержании от нынешнего потребления, но выступало одновременно как определенный заказ для будущего потребления, результат мог бы быть совершенно иным. Возросли бы ожидаемые выгоды от инвестиций и ресурсы, пусть даже неравные высвобожденным из нынешнего потребления, могли бы быть обращены на цели будущего потребления» [3].

Рассматривая проблему соизмерения сбережений и инвестиций, следует осознавать, что в действительности владельца сбережений интересует не вложение сбережений в капитальное имущество, а «ожидаемый доход от этого имущества». А ожидаемый доход целиком зависит от предполагаемого эффективного спроса. Поэтому если акт сбережений никак не повышает ожидаемый доход, он не будет стимулировать инвестиции. Этот постулат реально ощущается в экономической жизни страны. Ставка рефинансирования национального банка соизмерима с процентной ставкой депозитов. Выгоды от сбережений нет. Вследствие этого все дискуссии на телевизионных «форумах», «позициях», «опросах», токшоу, в прессе сходятся на одном – вкладывать сбережения в свое дело, собственность, покупку валюты. А реальное осуществление инновационной политики по реализации инвестиционных проектов отраслями машиностроения, нефтехимической промышленности, сельскохозяйственного производства и другими, предусмотренной программой социально-экономического развития на пять лет, достигается за счет обременительных кредитных ресурсов и источников, увеличивающих внешний долг.

Социально-экономическое развитие открытой рыночной экономики малой страны невозможно без внешних связей с партнерами других стран и внешних рынков сбыта. Сбалансированность производственных и торговых отношений, установление равновесия в открытой экономике определяется не только суммой сбережений и инвестиций, но и объемом экспорта (X) и импорта (M). Если ввести в модель экономической системы страны внешний сектор, то условие «сбережения – инвестиции» примет вид $I + X = S + M$ [1].

Таким образом, система приоритета производственно-экономических связей в открытой экономике характеризуется не только внутренним равновесием, традиционно выражающимся условием $I = S$, но и обусловлена результатами внешнеэкономической деятельности, то есть соотношением экспорта и импорта, или хотя бы равенством $X = M$. На это равновесие, тем более динамику экспорта, влияют валютный курс, движение капитала, зависящие от развития внешней торговли. То есть предполагается, что текущий счет расчетов между субъектами уравнивается счетом движения и внешнеторгового капитала. В противном случае инвестиционные программы по расширению или модернизации производств, предприятий, сооружению новых промышленных объектов будут осуществляться за счет государственных вложений, в том числе и снижающих золотовалютные резервы, а их пополнение в дальнейшем будет порождать увеличение государственного долга, усиливать внешнюю экономическую зависимость, снижать экономическую безопасность и конкурентоспособность страны, национальной экономической системы.

Как считает Председатель Совета Министров Республики Беларусь Андрей Кобяков, «любой экономический рост не должен быть искусственным и не должен возникать за счет наращивания внешних

долгов». По его мнению, ключ к успеху – прежде всего в выполнении намеченных показателей в 2015 году по экспорту [4], поскольку в условиях открытой рыночной экономики расширение внутреннего и завоевание внешнего рынков всецело обусловлено конкурентоспособностью отдельных отраслей национального производственно-хозяйственного комплекса, предприятий, их продукции и товаров на рынке.

Традиционно конкурентоспособность трактуют как обусловленное политическими, экономическими, социальными, правовыми факторами устойчивое положение субъектов хозяйствования на внутреннем и внешнем рынках, как эффективное управление и способность противостоять конкуренции и конкурентам. В основу сущности конкурентоспособности заложено понятие «конкуренция», употребляемое в рыночной экономике повсеместно в производственной деятельности, научных исследованиях, научно-технических разработках и проектах, новых образцах продукции. Понятие конкуренции стало нарицательным по принадлежности к рыночной экономике и превратилось в универсальную категорию, используемую для характеристики форм взаимодействия, выяснения противоречий в различных сферах, имеющих место в обществе, природе, межгосударственных отношениях, в политике, сфере науки и техники, спорте и т.д.

Как свидетельствуют исследования, среди экономистов не совпадают мнения о сути и содержании, вкладываемых в термин «конкуренция», хотя эта проблема имела и имеет место для обсуждения, дискуссий, исследований уже на протяжении не одного столетия. Ключевую роль в развитии экономической науки, и в частности экономического либерализма, сыграли представители классической школы: Уильям Петти, Адам Смит, Давид Рикардо, Жан-Батист Сэй и другие, которые отстаивали принцип полной экономической свободы личности и свободной конкуренции, не ограниченной вмешательством государства. Классическая школа рассматривала человека, прежде всего, как «человека экономического», а его стремление к максимизации своего богатства – как путь к приумножению богатства всего общества; «невидимую руку», то есть рынок, – как направление разрозненных действий отдельных производителей и потребителей, что позволяет приводить всю систему в состояние долгосрочного равновесия [5].

В XIX веке исследования концентрируются на рассмотрении конкурентных отношений рыночных агентов. Изменяется название научной мысли, происходит отказ от традиционного, классического толкования и утверждения неоклассического направления «кембриджской школы» А. Маршалла, которое акцентирует внимание на анализе «условий, при которых потребители и производители максимизируют свое благосостояние» [5]. Такая максимизация возможна лишь только в условиях свободной конкуренции тогда, когда рынок находится в состоянии сбалансированности, равновесия. Таким образом, сторонники неоклассической теории под конкуренцией понимали «концепцию рынка», «состояние рынка», «форму взаимодействия», причем считали ее не самой привлекательной. Конкуренции отводилась роль вспомогательного инструмента, используемого при анализе эффективности действия рыночного механизма, так как в трактовке усматривали смешение двух разных концепций: концепции рынка и концепции конкуренции. Это вносило путаницу, неопределенность между понятиями экономической эффективности результатов рынка и конкуренцией, отражающей деловое поведение.

В реальной жизни полагают, что конкуренция – не одновременное застывшее состояние, а процесс сотрудничества, состязательности, соперничества, соревнования. Каждое перечисленное содержательное утверждение носит определенный смысл действия рынка. Например, участие в сотрудничестве на рынке возможно при реализации совместных проектов, где участники имеют общее дело, при взаимодействии – общие цели и средства для их достижения. «Сотрудничество имеет место там, где участники взаимодействия имеют общую цель и общие средства ее достижения», когда нет внутрифирменных и внешних противоречий, отношения строятся на доверии и взаимопонимании. Когда выстроены деловые рыночные отношения между участниками. В противоположность сотрудничеству *соперничество* возникает тогда, когда взаимодействующие юридические или физические лица преследуют индивидуальные цели либо расходятся в средствах их достижения, то есть когда возникает конфликт интересов. Соперничество характерно для производственной, инновационной, коммерческой деятельности. Соперничество может быть реализовано в форме *состязательности*, то есть выражено в осознанно применяемых действиях, направленных на достижение цели. Любое состязание между продавцами товара предполагает механизм, изначально ориентированный на противодействие участников достижения цели или позитивного результата и может не прекращаться даже тогда, когда участники рынка не осуществляют адресных действий между собой. Но очень важно, что противоречия выясняются на рынке на основе проводимой маркетинговой деятельности по изучению рынка, его участников и товаров. В рыночном противостоянии субъектов достаточно оснований на ужесточение соперничества и обострение состязательности, даже не в результате «действия соперников, а в результате их присутствия» [6]. Соперничество может быть реализовано через взаимодействие сторон, сделки купли и продаж, что определяет порядок, правила установления деловых отношений в условиях стремления каждого участника обеспечить преимущество и эффективный результат деятельности. Преимущественное положение своего предприятия, своей продукции каждый участник рынка отстаивает за счет *ограничения рыночных возможностей конкурента*.

Именно это свойство выступает критерием для понятия «конкуренция», которое обуславливает в определенной степени конкурентоспособность товара, предприятия, отрасли, экономики. Чем выше, например, конкурентоспособность товара, представленного на рынке, тем конкурентоспособнее предприятие, отрасль. Большинство исследователей выделяют ценовую и структурную рыночную конкурентоспособность системы, когда конкурируют условия производства вопреки цене. В связи с этим при осуществлении инновационной политики для повышения конкурентоспособности предприятия и продукции структура элементов управления конкурентным предприятием формируется в виде целевого блока конкретных программных мер: организационных, технологических, экономических, социальных.

Однако из-за системного характера конкуренции, отраслевого и межотраслевого разделения производства непросто определить отраслевую специфику конкуренции. Для этого, на наш взгляд, требуется выработка дифференцированных отраслевых методик и рекомендаций. Кроме этого, необходима организация и проведение профессионального менеджмента как «искусства достижения целей в условиях ограниченности ресурсов», проведение маркетинговых исследований в каждой отрасли и профессионального текущего и перспективного технико-экономического анализа деятельности. Такие меры будут способствовать созданию эффективных, конкурентоспособных моделей управления, позволят противостоять конкуренции, обеспечивать конкурентные преимущества своего товара и собственно предприятия на рынке.

Основа конкурентоспособности отдельного субъекта – конкурентоспособность его продукции на рынке. С позиции отдельного субъекта рынка конкурентные преимущества товара – это характерное его отличие от аналогичных других. Это может быть: новая технология, по которой изготавливается продукция; оборудование; технологический процесс, позволяющий минимизировать общие затраты на производство единицы продукции; приобретенное право собственности на новую машиностроительную или другую продукцию; торговая марка; первый образец; срок службы; более низкие эксплуатационные затраты у потребителя и др.

Таким образом, конкурентные преимущества определяются на предприятии совокупностью характеристик свойств продукции, которые позволяют создавать превосходство над рыночными конкурентами. Понятие «конкурентное преимущество» логично отождествлять с достижением идентичных или более значимых целей предприятием, фирмой, предпринимателем в результате рыночного соперничества и стремления получить превосходство на рынке при продаже продукции. Если конкурентное преимущество достигнуто за счет выпуска уникальной, новой продукции, произведенной на основе внедрения собственных инновационных проектно-конструкторских технических решений, модернизации мощности, вывода на рынки новой продукции, конкуренту для достижения аналогичного преимущества необходимо определенное время и значительные финансовые источники.

В рыночной экономической системе конкурентоспособной считают экономику, которая соответствует и удовлетворяет национальным жизненным потребностям всех слоев общества, а товары успешно реализуются на внутреннем и внешних рынках. Это обуславливает необходимость выработки направлений повышения конкурентоспособности предприятий, а экономическая система в целом призвана базироваться на стратегическом понимании приоритетов, включая важнейшие первоочередные задачи и функции, такие как обновление ассортимента, повышение качества продукции и выход с новой продукцией на рынки. Задачи смежных субъектов по совместной деятельности – поставщиков сырья, материалов, энергоресурсов, транспорта, запасных частей – заключаются в том, чтобы синхронизировать свою деятельность адекватно производителю. Исключительно важной задачей управленческой модели предприятия является создание оптимальных условий для привлечения основных клиентов – покупателей товара и установление с ними долгосрочных надежных связей. При этом потребности покупателей новой продукции являются главным индикатором деловой модели управления конкурентоспособностью и важнейшей задачей менеджмента и маркетинговых исследований.

Для объективной оценки конкурентоспособности товара существует перечень показателей. Различают показатели качества и экономические.

Показатели качества классифицируются на стандартизированные и регламентируемые. Стандартизированные показатели определяются действующими стандартами, нормами, рекомендациями. К ним относятся: показатели назначения, эргономические, эстетические, унификации. Параметры назначения, в свою очередь, подразделяются на классификационные, характеризующие принадлежность продукции к определенному классу. Они используются для оценки изделия на этапе выбора области применения, а конструктивные основаны на проектно-конструкторских решениях. Показатели технической эффективности характеризуют прогрессивность технических решений (долговечность, безотказность, удобство техобслуживания и ремонта). Регламентируемые показатели определяются техническими регламентами по безопасности, правовыми и платежными критериями, экологической безопасности. Эргономические показатели характеризуют продукцию с точки зрения ее соответствия свойствам человеческого организма при обслуживании, выполнении трудовых операций, оптимизации в системе «человек – машина». Эстетические показатели составляют основу дизайна, внешнего вида, целостности композиции.

Экономические показатели различают как единовременные затраты (стоимость изделия, транспортные расходы, налоги и сборы, расходы на монтаж) и текущие затраты на эксплуатацию изделия, вещи (обслуживание, амортизация, ремонт, топливо и энергия, утилизация и прочие).

Не менее важный показатель, характеризующий эффективность управленческой модели производством новой продукции, – повышение прибавочной стоимости. Прибавочная стоимость – это часть стоимости товара, услуги, приращенная непосредственно на данном предприятии, в фирме. Предпосылкой производства прибавочной стоимости является «превращение рабочей силы в товар» в условиях функционирования рынка труда в рыночной экономике. Реально понятие прибавочная стоимость выступает в виде прибыли, которая в процессе реализации и распределения принимает форму «предпринимательского дохода, банковского процента или земельной ренты». Все эти конкретные виды дохода имеют свои особенности. Общее между ними состоит в том, что у них один источник – «неоплаченный труд рабочих» [7]. Заметим, что органы управления, экономисты, ученые обратили внимание на показатель «прибавочная стоимость» в наше время, хотя механизм образования ее К. Маркс доступно разъяснил в четвертом томе «Капитала» более ста лет назад.

В открытой рыночной системе конкурентоспособность экономики, предприятия, продукции характеризуется динамикой экономических, финансовых, количественных, качественных и других показателей. Однако, как показывает практика, на предприятиях для оперативного менеджмента, докладов и отчетных сообщений в трудовых коллективах и на более высоком уровне управления производственно-экономические отделы, заводские подразделения готовят узкую повседневную информацию по техническим, экономическим, финансовым показателям, без глубокого экономико-технического и аналитического исследования.

Микроэкономический комплексный, целевой анализ практически не проводится. Хотя он необходим для оценки результатов финансово-хозяйственной и коммерческой деятельности субъекта хозяйствования, эффективности производственных и технологических процессов, чтобы выявить недостатки и определить направления по совершенствованию производства в перспективе. На основе комплексного микроэкономического анализа хозяйственной деятельности достигается познание действительного, реального места предприятия в конкурентной среде.

Учитывая, что каждое предприятие представляет собой сложную социально-экономическую систему, оно одновременно имеет техническую, экономическую, экологическую, социальную, коммерческую и другие подсистемы, отличающиеся определенными функциями, видами деятельности, задачами и целями. В контексте деятельности предприятие гармонично, однако требуется проведение на практике анализа его хозяйственной деятельности. Каждая форма анализа имеет свои особенности, целевое назначение результатов является доказательной базой истины в любой сфере деятельности на предприятии при определении конечных результатов. Одновременно анализ ориентирует структуру управления на необходимость осуществления первоочередных мер по совершенствованию производства с целью повышения его эффективности и конкурентоспособности продукции.

Комплексный технико-экономический анализ предполагает следующую классификационную структуру: по времени проведения – оперативный, текущий, перспективный; по объектам управления – функциональный, технический, экономический, социальный, экологический; по функционально взаимосвязанным объектам управления – функционально-стоимостной, технико-экономический, социально-экономический, экологический; по уровням управления – внутрипроизводственный, отраслевой, региональный, народно-хозяйственный [8].

Анализ хозяйственной деятельности проводится с целью: уточнения и конкретизации отдельных технических и экономических показателей; определения необходимости осуществления дополнительных функций регулирования производственного процесса; выявления необходимости принятия нового управленческого решения; оценки эффективности использования производственной мощности; выявления причин негативных явлений в функциях управления подразделениями предприятия; определения задач, стратегии, и тактики достижения долгосрочной цели; научного обоснования перспективного плана развития предприятия, отрасли или региона; разработки и внедрения инновационного проекта; выработки стратегии выхода на новые рынки или более широкие сегменты; определения мер и разработки стратегии по повышению конкурентоспособности продукции и др.

Оперативный анализ позволяет за короткое время проанализировать выполнение планов, месячных заданий по структурным подразделениям, обеспеченность предприятия ресурсами, выполнение заданий по реализации продукции и др. Аналогичные цели имеет и *текущий анализ*, но в более глубокой форме и за длительный период времени.

Использование *перспективного анализа* позволяет повысить научную обоснованность разрабатываемых планов и программ развития предприятия. Применение того или иного классификационного вида анализа хозяйственной деятельности может быть обусловлено различием целей, задач, экономической си-

туации на рынках, изменением денежно-кредитной и налоговой политики, нормативно-правовых актов, условий договорных отношений с партнерами по бизнесу и сотрудничеству, внешним связям и др.

Для потребителей не безразличен технический уровень изделий и их качество как совокупность свойств, обуславливающих конкурентоспособность и пригодность продукции удовлетворять потребности соответствующего назначения. Эти параметры приобретают особую значимость в условиях жесткой конкурентной борьбы и разнообразия видов аналогичных или подобных изделий на рынках готовой продукции. Экономическая сторона качества продукции выясняется в процессе анализа показателей, характеризующих качество изделия, машины, агрегата и оценки стоимости их потребления, что в свою очередь обуславливает необходимость проведения более глубокого анализа.

Предметом функционального анализа являются потребительские свойства конкретного изделия. Цель функционального анализа – оптимизировать его свойства для потенциального удовлетворения запросов потребителей с учетом инновационных критериев её разработки и выпуска. В процессе анализа дается оценка конкурентоспособности с учетом эксплуатационных требований. При необходимости на основании анализа и выводов определяются основные направления по улучшению изделия. Это является доказательной базой его конкурентного преимущества и позволит увеличить спрос, расширить рынки, обеспечить конкурентоспособность предприятия.

Однако функциональный анализ не позволяет установить причинно-следственные связи технических процессов и их влияние на хозяйственную деятельность предприятия. Эта цель в большей степени должна достигаться на стадии конструкторской и технологической подготовки выпуска новой продукции, при внедрении инновационных технических решений, что и предполагается отражать в техническом предложении проектно-конструкторской организации заказчику.

Выявление причинно-следственных связей в технологическом процессе, их влияние на хозяйственную деятельность – экономическая основа предмета технического анализа. Выясняется, в какой мере они зависят, изменяются при обновлении производства, внедрении инновационных технологий. Так как при конструкторской и технической подготовке нового производства формируется технический уровень изделий, в процессе технического анализа уточняется, насколько будущее новое изделие будет соответствовать инновационной принадлежности по качественно-техническим показателям (надежности, производительности, долговечности) и является конкурентоспособным. Одновременно оценивается необходимость модернизации оборудования, внедрения новой инновационной технологии по изготовлению проектируемого изделия. На наш взгляд, технический анализ имеет определяющее значение при оценке конкурентоспособности продукции на внутреннем и внешнем рынках. Результаты анализа могут являться основным критерием для определения программы модернизации или технического перевооружения отдельных производств, цехов или предприятия в целом на инновационной основе.

Технический анализ не в полной мере затрагивает вопросы экономического блока. Следовательно, важно одновременно анализировать и экономические процессы (например, сравнение плановых и отчетных показателей по себестоимости единицы продукции), структуру затрат живого и овеществленного труда, выяснить динамику показателей, характеризующих эффективность производства (выработку, трудоемкость, фондоотдачу, рентабельность продукции и производства), и по ним оценивать конкурентоспособность, рыночный спрос.

В рыночных условиях предприятие, поставляющее товары на внутренний и внешний рынки, не может длительное время занимать устойчивые позиции, не учитывая мировой уровень издержек, цен и показателей качества. С этой целью требуется нести и другие затраты, например, на проведение маркетинговых исследований. Нормативной базой для предприятия при проведении маркетинговых исследований является система конкурентоспособных технических и экономических показателей хозяйственной деятельности передовых или развивающихся на инновационной основе предприятий, к которым необходимо стремиться, чтобы обеспечить приоритет в рыночных отношениях, соперничать и состязаться. То есть речь идет о проектировании системы производства конкурентоспособной продукции и управлении этой системой.

Для обеспечения и поддержания конкурентоспособности предприятия на уровне, соответствующем рыночному устойчивому соперничеству с фирмами однотипного профиля или отрасли в целом, необходимо поддерживать его постоянное развитие. Оптимальный вариант мер по развитию предприятия возможен при условии, если будут выполняться два условия:

- 1) вложенные средства будут приносить прибыль, соизмеримую с прибылью, полученной от вложения тех же средств, что и в другие сферы экономики;
- 2) чистый доход предприятия – амортизация и чистая прибыль – должен приоритетно направляться на развитие действующего производства [9].

Условия жесткие, но оптимальные для обеспечения динамичного развития любого субъекта хозяйствования в рыночной экономике.

На основе такого подхода осуществляется деятельность ряда предприятий машиностроения в Российской Федерации. Один из примеров системной работы по данному принципу – производственное объ-

единение «Туламашзавод». На объединении выработан методологический подход к оценке технико-экономических показателей работы предприятия, позволяющий на научной основе осуществлять управление развитием, конкурентоспособной деятельностью объединения и повышать конкурентоспособность продукции на рынке. На основе методической модели анализа разработана «Методика оценки и анализа работы предприятий, входящих в объединение». С целью выполнения первого условия, то есть эффективной, конкурентоспособной работы коллектива, в объединении основное внимание, прежде всего, придается анализу рентабельности использования *собственных* активов, продаж, оборачиваемости активов, определению финансового рычага, рассчитываемого как отношение собственных и заемных средств. Выполнение второго условия, то есть направление чистого дохода на инновационное развитие и совершенствование производства, позволяет закладывать основы для изготовления высококачественных, конкурентоспособных изделий, повышения конкурентоспособности и имиджа объединения в целом. Кроме этого, следует отметить, что на объединении систематически отслеживается динамика темпов роста производительности труда и темпов роста средней заработной платы, их соотношение, поскольку между ними существует функциональная связь, что позволяет обеспечивать создание прибавочной стоимости.

Зависимость между средней заработной платой и производительностью труда устанавливается на основе анализа работы предприятия и определяется по формуле:

$$ЗП_M = \frac{ПТ_G}{12} \cdot K_C,$$

где $ЗП_M$ – средняя заработная плата работника за месяц; $ПТ_G$ – производительность труда работника за год; K_C – коэффициент, характеризующий соотношение между средней заработной платой и производительностью труда, который показывает величину зарплаты в одном рубле производительности.

По мнению аналитиков, в современных условиях изменение K_C допускается в пределах от 0,16 до 0,23. Если величина K_C для предприятия близка к 0,16, возможно повышение средней заработной платы в заданных пределах [9].

Из приведенного примера видно, что всякий успех в условиях всеобъемлющей рыночной конъюнктуры достигается в результате поиска и внедрения новых управленческих решений, проявления инициативы, основанной на аналитико-методологическом обосновании. Такая форма методологической работы придает уверенность о целесообразности принятых решений по обеспечению конкурентоспособности продукции, предприятия, трудового коллектива.

Технический и экономический анализы протекают одновременно, однако они принципиально отличаются по содержанию и форме от повседневной работы экономиста, бухгалтера, менеджера и других специалистов предприятия. Экономические процессы на стадии планирования и прогнозирования носят абстрактный характер, так как рассчитываются плановые (ожидаемые) показатели: себестоимость единицы продукции, затраты на единицу каждого вида изделия, ожидаемая рентабельность изделия, норма прибыли и др. С этой целью применяются относительные значения.

Для проведения экономического и технического анализов применяются многоплановые источники информации: нормативы, расчетно-калькуляционные нормы, процентные и налоговые ставки, нормы всевозможных начислений и отчислений, цены. Данная информация необходима для соблюдения социально-правовых требований и обязательств перед смежными организациями, государственными институтами с целью соблюдения норм национального и международного права. Однако целью комплексного анализа все же является поиск неиспользуемых возможностей и резервов для повышения эффективности производственной и хозяйственной деятельности предприятия и повышения его конкурентоспособности. Посредством анализа реализуется важнейшая цель – выясняется, как обеспечивается реализация рыночной стратегии предприятия, достижение конкурентного преимущества на рынке, место предприятия в конкурентной среде, конкурентоспособность товара на рынках.

С целью поиска путей и вариантов повышения конкурентоспособности предприятия, его продукции на рынке указанные формы анализа не всегда достаточны. В этом случае требуется проведение комплексного функционально-стоимостного и технико-экономического анализа, равнозначного исследованию. Здесь объектами исследования выступают потребительские свойства, функции изделия, обусловленная ими стоимость и т.д. Цель комплексного анализа – оценка оптимизации функций изделия, затрат на их обеспечение на основе установления причинно-следственных связей между стоимостью потребительской и рыночной.

На основе *функционально-стоимостного анализа* представляется возможным исследовать состав функций изделия, их роль и место в повышении конкурентоспособности за счет технического уровня и снижения затрат факторов производства. Функционально-стоимостной анализ показывает, что наибольшая результативность производства достигается за счет вносимых незначительных изменений в эксплуатационные характеристики выпускаемых видов продукции.

Технико-экономический анализ, как правило, проводится как по отдельным объектам, так и в целом по предприятию; составными частями его являются технический и экономический анализы, описанные выше. По существу в организации аналитической работы технический (экономический) и технико-экономический анализы имеют один и тот же предмет исследования – причинно-следственные связи. Выявление причины нежелательного явления, ухудшающего показатели деятельности предприятия, направлено, прежде всего, на раскрытие его сущности. Но принципиальное значение имеет и утверждение: «бессмысленно настаивать на абсолютно исчерпывающем познании всех причинно-следственных связей какого-либо объекта». Следовательно, выявление негативных производственных ситуаций во времени имеет определяющее значение в аналитической работе. Их принято называть причинами, а вызываемые ими изменения – следствием. Выяснение связи причины и следствия является необходимым элементом аналитической работы экономистов, технологов, менеджеров и другого персонала предприятия. Если есть причина неэффективной работы предприятия, важно выяснить условия, ее порождающие. Ибо следствие, произведенное причиной, само становится причиной другого явления и т.д. Эту «последовательность явлений, связанных друг с другом отношениями внутренней необходимости, называют причинно-следственной цепью». На основании анализа причинно-следственных связей достигается основная цель исследования – оптимизация способов, форм и методов создания факторов, обеспечивающих конкурентоспособность продукции, соответствующей ранее указанным показателям.

Результаты технико-экономического анализа позволяют определить, как повысить уровень и качество всей производственно-хозяйственной и управленческой работы на предприятии и какие управленческие решения необходимо принять. В определенной степени этот анализ позволяет выявить возможности применения и внедрение новых технологий, более производительного оборудования, высокой отдачи сырьевых ресурсов, повышения производительности труда. На основе технико-экономического анализа может быть принято решение об оптимизации способов и методов создания конкурентоспособной продукции, обусловленной минимизацией затрат на единицу изделия, или по другим критериям.

В современной практике ведения комплексной аналитической работы неотъемлемым разделом является экономико-экологический анализ. Объекты исследования – экологические и экономические процессы, связанные с улучшением экологической среды. Цель анализа – механизм постоянного контроля за недопущением нарушения экологического законодательства, санитарно-допустимых норм по производственным выбросам вредных веществ, обеспечением сохранения естественной экологической среды, здоровья людей и созданием экологически чистых производств и продукции. Выработанная модель такого анализа на предприятии способствует соблюдению санитарно-экологической безопасности и предельно экономному планированию расходов на ее поддержание.

Раздел социально-экономического анализа ставит целью исследование возможностей дальнейшего социально-экономического развития трудового коллектива, повышение мотивации работников в производственном труде. Объектом анализа являются социальные процессы и их влияние на результаты конкурентной производственно-хозяйственной деятельности.

Таким образом, грамотно построенная методология аналитической системы работы на предприятии является неотъемлемым элементом профессионального управления предприятием или объединением и позволяет обеспечивать его конкурентоспособность, соответствовать современной рыночной стратегии и тактике конкурентоспособного развития.

В открытой экономике конкурентоспособность предприятия и его продукции характеризуется не только динамикой экономических показателей, устойчивым положением на рынке, но и мощностью управленческой модели конкурентоспособности, рыночной стратегией организации, поступательным обеспечением конкурентных преимуществ.

Мощность управленческой модели конкурентоспособности рассчитывается как отношение рыночной стоимости общего капитала предприятия к годовому доходу [10]:

$$M_{д.м} = \frac{C_p}{D_p},$$

где $M_{д.м}$ – мощность управленческой деловой модели; C_p – рыночная стоимость общего капитала предприятия. Рыночная стоимость включает объем общего капитала предприятия (собственного, акционерного, долгосрочного); D_p – рыночный доход.

Обеспечить конкурентоспособную взвешенную стратегию деятельности и конкурентные преимущества субъекта невозможно без системного конкурентного анализа деятельности и исследования рынка. Под конкурентным анализом в мировой практике понимают «комплекс методов и средств по сбору, обобщению и анализу информации о конкурентной среде, существующих и потенциальных конкурентах». Конкурентный анализ целесообразно проводить при разработке рыночной стратегии предприятия, пер-

спективного плана и годовой производственной программы, заключении договоров и контрактов на покупку ресурсов и поставку продукции потребителям, при выходе на новые рынки, при организации конструкторской и технологической подготовки производства нового конкурентоспособного продукта и т.д.

Модель конкурентного анализа основана на теоретической методологии, близкой к понятиям конкуренция, конкурентоспособность. В мировой конкурентной среде выживание всецело зависит от рыночной конкурентоспособной стратегии. Определить конкурентоспособную стратегию, конкурентные преимущества предприятия, продукта позволяют только проводимые исследования. В развитых странах мира конкурентоспособную стратегию и разрабатывают на основании конкурентного анализа. Конкурентный анализ рассматривают как один из разделов менеджмента знаний, стратегического планирования, маркетинга и используют как инструмент для повышения конкурентоспособности предприятия; осуществляют в каждый временной период при определении стратегии развития и завоевании новых рынков.

Проблема конкурентного анализа освещается в исследовании Н.В. Сморшковой. Под «конкурентным анализом, считает автор этой работы, следует понимать комплекс методов и средств по сбору, анализу информации о конкурентной среде, существующих и потенциальных конкурентах, а также моделирование стратегии конкурентного поведения объекта или субъекта на основе обработанной конкурентной информации» [11]. Автором рассматриваемого исследования сформулирована гипотеза разработки рыночной конкурентной стратегии потенциальной организации на основе конкурентного анализа. Проведены исследования и опросы, собрана и обобщена информация на предприятиях, объединениях и других объектах автомобильного и сельскохозяйственного машиностроения Республики Беларусь. Сформулирована цель, задачи исследования, которые легли в основу оценки уровня и возможности использования конкурентного анализа при проектировании рыночной стратегии с целью выявления источников конкурентных преимуществ на рынках. Методика исследования предполагает стройную систему изучения проблемы конкуренции и конкурентоспособности; основывается на последовательном сборе и обобщении информации в соответствии с поставленной целью и гипотезой, сформулированной в форме предположения о возможности разработки конкурентоспособной рыночной стратегии предприятия как участника рыночных отношений. В частности, представляют интерес предложенные Н.В. Сморшковой методы конкурентного анализа, действий субъекта, которые возможно применять для изучения конкурентных позиций на рынке. Она обращает внимание на роль отделов и служб предприятий, которым свойственно нести ответственность за конкурентный анализ и разработку рыночной конкурентоспособной стратегии и др. Однако, как свидетельствуют результаты проведенного Н.В. Сморшковой исследования, «только 3 из 25 организаций, анализируют свое положение на рынке и на этой основе принимают решения по изменению или разработке рыночной стратегии» для повышения конкурентоспособности. Это в 5–8 раз меньше, чем выполняется аналитических разработок в организациях других развитых стран.

Методика анализа, по нашему мнению, интересна, заслуживает внимания для изучения и применения. Подобные исследования вполне реально проводить в каждом регионе, отрасли, объединениях, на предприятиях города, области при заинтересованности предприятий и организаций.

Заключение. Исследование проблемы конкуренции на рынке, конкурентоспособности товаров субъектов хозяйствования является первоочередной задачей и стратегической целью в рыночной экономике. Эту проблему следует рассматривать как важнейший аспект практической деятельности предприятия, как актуальную тему экономической науки и стратегию менеджмента, цель которого – достижение высокой эффективности производства на основе лучшего использования ресурсного потенциала предприятия. Повышение конкурентоспособности производства оценивается на основе роста добавленной стоимости, создаваемой на предприятии, которая отражает сущность эффективности. При этом определяющее значение имеет соотношение добавленной стоимости и затрат на ее создание, то есть, рост добавленной стоимости на единицу затрат.

Конкурентоспособность предприятия и его продукции проявляется в результате рыночного соперничества. Для обеспечения рыночного преимущества в развитых странах систематически проводятся маркетинговые исследования, прогнозируются целевые сегменты внешних и внутреннего рынков и на основе этого определяется рыночная стратегия. Кроме этого широко применяется метод конкурентного анализа. «Конкурентный анализ за рубежом рассматривается как один из разделов менеджмента знаний, стратегического планирования и маркетинга» и используется как инструмент для повышения конкурентоспособности предприятия, фирмы, компании. Наиболее популярными формами анализа являются анализ конкурентов и финансовый анализ. Как отмечалось, такие исследования проводятся и в нашей стране, на примере отраслей автомобильного и сельскохозяйственного машиностроения. Результаты исследования свидетельствует об актуальности и своевременности организации этой работы.

На наш взгляд, в Беларуси имеются возможности реализации исследований и проведения практической аналитико-экономической работы на предприятиях с участием профессорско-преподавательского состава учебных заведений областей и регионов. Основное препятствие организации и выполнения подобных исследований – ограниченность и недоступность первичной информации на предприятиях. Вся ин-

формация находится под «мнимой» экономической тайной даже при условии, что предприятие не осуществляет инновационную или коммерческую деятельность, не производит инновационную продукцию.

ЛИТЕРАТУРА

1. Основные положения программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011–2015 годы // Советская Беларусь. – 2010. – 11 нояб.
2. Макроэкономика: учеб. пособие / И.В. Новикова [и др.]; под ред. И.В. Новиковой и Ю.М. Ясинского. – Минск: Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь, 2006. – 343 с.
3. Кейнс, Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег / Дж.М. Кейнс. – М.: Прогресс, 1978. – 720 с.
4. Без внешних долгов: комментарий // Аргументы и факты. – 2015. – № 30.
5. Курс экономической теории: учебник / М.Н. Чепурин [и др.]. – 4-е, доп. и перераб. изд. – Киров: АСА, 2000. – 752 с.
6. Тарануха, Ю.В. Экономическая природа и сущность конкуренции / Ю.В. Тарануха // Маркетинг в России и за рубежом. – 2011. – № 1. – С. 4–16.
7. Большая Советская Энциклопедия / гл. ред. А.М. Прохоров. – изд. 3-е. – М.: Сов. Энцикл., 1975. – Т. 20. – С. 546–548.
8. Теория анализа хозяйственной деятельности: учебник / В.В. Осмоловский [и др.]; под общ. ред. В.В. Осмоловского. – Минск: Новое знание, 2001. – 318 с.
9. Самочкин, В.Н. Повышение конкурентоспособности машиностроительных предприятий за счет достижения заданных конкурентно обеспечивающих технико-экономических показателей / В.Н. Самочкин // Маркетинг в России и за рубежом. – 2011. – № 1. – С. 74–81.
10. Овчинникова, Т.И. Модель управления конкурентоспособностью предприятий и регионов (на примере Воронежской области) / Т.И. Овчинникова, М.В. Попов // Менеджмент в России и за рубежом. – 2008. – № 2. – С. 81–87.
11. Сморшкова, Н.В. Конкурентный анализ в организациях машиностроения Республики Беларусь / Н.В. Сморшкова // Белорус. экон. журнал. – 2010. – № 3. – С. 57–65.
12. Экономическая теория: учеб.-метод. компл. для студ. неэкономических специальностей / В.В. Бичанин [и др.]; под общ. ред. В.В. Бичанина. – Новополоцк: ПГУ, 2010.

Поступила 05.10.2015

COMPETITIVENESS MANAGEMENT OF AN ENTERPRISE

V. BICHANIN

In the conditions of formation and intensive internationalization and foreign markets globalization competitiveness problems of the national economy, industries and business entities are considered. The basic organizational-administrative, economic and strategic direction of the way and problem solving of competitiveness are shown. Attention is drawn to the ambiguous glossary and scientific schools of the concept "competition", multifactorial nature of determining the competitiveness of the goods of the enterprise, the need to strengthen the analysis, competitive analysis to identify competitive advantages in the planning of market competition strategy. The existing methodological approaches to the assessment of the competitiveness of goods and enterprises on the example of Russian machine-building industry, automobile associations and agricultural engineering Belarus are studied. The practical need to strengthen the roles and responsibilities of departments and services of the economic block, management and marketing of enterprise-prises in strategic planning is substantiated.