

УДК 336.6

**МЕХАНИЗМ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ
КАК ОСНОВА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ****Р.В. КЕРИМОВ***(Представлено: канд. экон. наук, доц. С.Н. КОСТЮКОВА)*

Рассмотрен категориальный аппарат понятия «конкурентоспособность», раскрыты взаимосвязи со взаимозависимыми понятиями. Приведена сущность понятия «механизмы повышения конкурентоспособности», рассмотрены направления его практического применения

На современном этапе экономического развития, проблема конкурентоспособности занимает центральное место в экономической политике государства. Создание конкурентных преимуществ становится стратегическим направлением государственной деятельности в области обеспечения конкурентоспособности национальной экономики, конкуренция и ее повышение (процесс поиска конкурентных преимуществ) является одним из приоритетных в экономической политике государства.

Необходимость выполнения данной задачи соответственно закреплена и законодательно, так «повышение конкурентоспособности отечественных товаров на основе модернизации производства» прописано как необходимость для совершенствования структур потребления и производства «Национальной стратегией устойчивого социально-экономического развития до 2020 г.» [1]. Одновременно значимость проблемы повышения конкурентоспособности возрастает в условиях растущей глобальной экономической конкуренции за право каждой страны занять достойное место в системе мирового хозяйства. Конкурентоспособность неразрывно связана с глобализацией, так как она неопределима вне данного контекста. В рамках рассмотрения данной проблемы особый интерес представляют способы ее решения [2].

В целях выработки направлений совершенствования механизма конкурентоспособности необходимо раскрыть его категориальный аппарат.

Значение слова «Механизм» может быть определено, как: внутреннее устройство, система функционирования чего-нибудь, аппарат какого-нибудь вида деятельности [3]. Механизм повышения конкурентоспособности в каждой стране включает набор средств и методов регулирования деятельности предприятий, целью которого является содействие успеху этих предприятий в межфирменном соперничестве на мировом рынке. Эти меры включают арсенал средств промышленной политики, в том числе научно-исследовательской и инновационной, меры по содействию продаж национальной промышленности за рубежом и создание торгово-политических условий для реализации продукции на мировом рынке [2].

Так же в свете выбранной темы необходимо рассмотреть экономическую сущность понятия «конкурентоспособность» и понятий, взаимосвязанных с ним: понятие «конкурентоспособности» является производным и его существование невозможно без конкуренции. Звеном, соединяющим эти понятия, выступают конкурентные преимущества. Конкурентное преимущество - система, обладающая, какой-либо эксклюзивной ценностью, дающая ей превосходство над конкурентами в экономической, технической и организационной сфере деятельности [4].

Таким образом, можно утверждать, что, если понятие «конкурентоспособность» по умолчанию подразумевает в своем составе конкурентные преимущества, а процесс конкуренции есть процесс поиска конкурентных преимуществ, то процесс конкурентной борьбы вырабатывает у организаций, достигающих успеха при поиске конкурентных преимуществ, свойство конкурентоспособности. Т.е. налицо причинно-следственная обусловленность. Взаимосвязь всех описанных выше понятий представлена на рисунке 1.

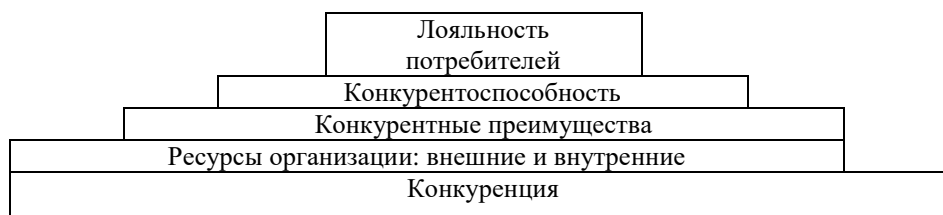


Рисунок 1. – Условное представление взаимосвязи понятий «конкуренция», «конкурентоспособность» и «конкурентное преимущество»

Источник: собственная разработка [5].

С учетом поставленной в работе цели практический интерес представляет изучение понятия конкурентоспособности предприятия (организации):

Таблица 1. – Сводная таблица подходов к определению сущности понятия «конкурентоспособность предприятия (организации)»

Автор, источник	Определение
З. А. Васильева	Конкурентоспособность предприятий (для потребителей) – способность удовлетворять потребности (решать проблемы) потребителей на основе производства
И. Л. Дулисова	Конкурентоспособность организации – свойство объекта, характеризующее степень удовлетворения конкретной потребности потребителей продукции (услуг)
А. Н. Захаров	Конкурентоспособность организации – обладание свойствами, создающими преимущества для субъекта экономического соревнования
И. В. Сергеев	Под конкурентоспособностью предприятия подразумевается способность организации производить конкурентоспособную продукцию за счет ее умения эффективно использовать имеющиеся ресурсы
Х. А. Фасхиев	Под конкурентоспособностью предприятия подразумевается как реальная, так и потенциальная способность компании разрабатывать, изготавливать, сбывать и обслуживать в конкретных сегментах рынка конкурентоспособные изделия
М. О. Ермолов	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

Источник: [7–12].

На основании приведенных трактовок, нами конкурентоспособность определена как: свойство объекта, которое при должном развитии, способно создать экономическое преимущество в долгосрочной перспективе.

Понятие «конкурентоспособность» применимо к различным экономическим категориям, таким как экономика страны, региона, товара и организации. Упорядочить данные понятия возможно лишь при системном изучении понятия конкурентоспособности. Так, Г. Азоев и А. Челенков выделяют иерархическую структуру, последовательно включающую оценку товара, предприятия, отрасли и экономики с точки зрения их превосходства над аналогичными конкурирующими объектами [6].

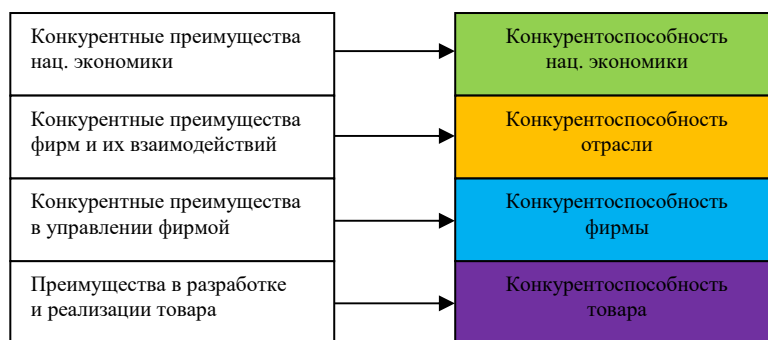


Рисунок 2. – Иерархическая структура конкурентоспособности по Г. Азоеву и А. Челенкову

Источник: [6].

Таким образом, исследуемое понятие обладает свойством иерархичности, является системным, т.е. определяющие факторы могут быть поняты только при взаимосвязанном обмене между элементами, формирующимися на различных уровнях общественной системы [6].

В соответствии с приведенными свойствами повышение конкурентоспособности касается всех уровней ее иерархии: продукции, предприятия, отрасли, региона и страны в целом, но особую важность приобретает конкурентоспособность предприятия как основного звена экономики. Несмотря на большое количество факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятия, все же основным и определяющим из них остается его способность производить конкурентоспособную продукцию и создавать условия для ее продвижения на рынок [13].

Достижение устойчивой конкурентоспособности предприятия обеспечивается, как правило, не за счет преимущества в одном из ее детерминантов, а в силу приоритета в нескольких факторах конкурентоспособности. Это, с одной стороны, позволяет нивелировать недостатки прочих детерминантов конкурентоспособности, с другой – снизить зависимость от конъюнктурных колебаний факторов конкурентоспособности. Кроме того, исследователи сходятся в том, что повышение конкурентоспособности предприятия не может быть достигнуто одновременно, краткосрочно [13].

Различными авторами описываются множественные направления повышения конкурентоспособности предприятия. Наиболее распространенными из них являются: рост объемов реализации продукта; улучшение качества выпускаемого продукта; уменьшение расходов [14-17].

Наиболее полное и системное решение данного вопроса, на наш взгляд, предлагают Айтжанова Д.А. и Айтжанова Б.Б. Данные ученые систематизировали абсолютное множество встречающихся в научной литературе направлений совершенствования по трем основным сферам (рис. 3).



Рисунок 3. – Направления совершенствования механизмов повышения конкурентоспособности предприятий

Источник: [2].

Таким образом, что конкурентоспособность организации – основа конкурентоспособности национальной экономики. В этой связи повышение конкурентоспособности производимых внутри страны товаров прописано законодательно. Поэтому изучение механизмов совершенствования конкурентоспособности является актуальной задачей. Механизмы повышения конкурентоспособности представляют собой набор средств и методов регулирования деятельности предприятий, целью которого является содействие успеху этих предприятий в межфирменном соперничестве на мировом рынке. Эти меры включают арсенал средств промышленной политики, в том числе научно-исследовательской и инновационной, меры по содействию продаж национальной промышленности за рубежом и создание торгово-политических условий для реализации продукции на мировом рынке. В качестве решения данной проблемы различными авторами предлагаются различные направления совершенствования, однако главный залог успеха при их использовании – это системность.

ЛИТЕРАТУРА

1. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 г. [Электронный ресурс] : одобрена Нац. комиссией по устойчивому развитию Респ. Беларусь (прот. № 11/15 ПР от 6 мая 2004 г.) и Президиумом Совета Министров Респ. Беларусь (прот. № 25 от 22 июня 2004 г.). – Минск, 2004. – Режим доступа: http://un.by/images/library/thematic-publications/sustainable-development/OON_sMall_Rus.pdf. – Дата доступа: 10.04.2017.
2. Айтжанова, Д.А. Совершенствование механизма повышения конкурентоспособности фирмы в условиях интеграции мирового [Электронный ресурс] / Д.А. Айтжанова, Б.Б. Айтжанова // Новая экономическая политика – основа устойчивого развития региона : материалы междунар. науч.-практ. конф. – Караганда, 2006. – Режим доступа: <https://www.keu.kz/ru/keuk-o-nas/80-sci.html>. – Дата доступа: 25.09.2017.
3. Ушаков, Д.Н. Толковый словарь / Д.Н. Ушаков – М. : ИНФРА-М, 1935-1940. – 369 с.
4. Мазилкина, Е.И. Управление конкурентоспособностью / Е.И. Мазилкина, Г.Г. Паничкина. – М. : ОмегаЛ, 2009. – 267 с.
5. Фахтутдинов, Р.А. Управление конкурентоспособностью организации / Р.А. Фахтутдинов. – М. : Эксмо, 2005. – 300 с.
6. Азоев, Г.П. Конкурентные преимущества фирмы / Г.П. Азоев, А.П. Челенков. – М. : Тип. «Новости», 2000. – 560 с.
7. Васильева, З.А. Иерархия конкурентоспособности субъектов рынка / З.А. Васильева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – № 2. – С. 83.
8. Дулисова, И.Л. Конкурентоспособность фирмы и конкурентоспособность товара [Электронный ресурс] / И.Л. Дулисова // Научный портал. – СПб., 2005. – Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru>. – Дата доступа: 01.06.2017.
9. Захаров, А.Н. Конкурентоспособность предприятия: сущность, методы, оценки и механизмы увеличения / А.Н. Захаров // Бизнес и банки. – 2004. – №1–2. – С. 17.
10. Данилов, И.П. Проблемы конкурентоспособности электротехнической продукции / И.П. Данилов. – М. : Пресс-сервис, 1997. – 159 с.
11. Фасхиев, Х.А. Анализ методов оценки качества и конкурентоспособности грузовых автомобилей / Х.А. Фасхиев // Методы менеджмента качества. – 2001. – № 3. – С. 24.
12. Фасхиев, Х.А. Определение конкурентоспособности предприятия / Х.А. Фасхиев // Менеджмент в России и за рубежом. – 2009. – №4. – С. 75.
13. Давлетгареев, Н.Р. Пути повышения конкурентоспособности предприятий / Н.Р. Давлетгареев, Т.Б. Давлетгареева // Проблемы управления рыночной экономикой : межрегион. сб. науч. тр. – Томск : Изд-во ТПУ, 2015. – Т. 1. – С. 76–81.
14. Захаров, А.Н. Конкурентоспособность предприятия: сущность, методы оценки и механизмы увеличения / А.Н. Захаров, А.А. Зокин // Бизнес и банки. – 2004. – № 1-2.
15. Криворотов, В.В. Механизм повышения конкурентоспособности отечественных предприятий / В.В. Криворотов. – Екатеринбург : УГТУ-УПИ, 2006.
16. Кудрявцев, К.А. Способы повышения конкурентоспособности предприятий / К.А. Кудрявцев // Креативная экономика. – 2010. – № 12 (48). – С. 123–128.
17. Лифиц, И.М. Конкурентоспособность товаров и услуг / И.М. Лифиц. – 2-е изд., перераб и доп. – М. : Высш. образование, 2009. – 460 с.