

УДК 330.354

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ПОНЯТИЯ «КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ»

А.С. БОРОЗНА

(Представлено: канд. техн. наук, доц. М.Ж. БАНЗЕКУЛИВАХО)

Проработаны дефиниции понятия «конкурентоспособность предприятия» как экономическая категория с точки зрения различных авторов и специалистов представленной области. Проанализированы подходы к определению данной категории и обозначена ключевая роль конкурентоспособности на предприятии как свойство, способствующее повышению эффективности функционирования предприятия.

В современных условиях рыночного хозяйствования с элементами жёсткой конкуренции далеко не каждое предприятие, выпускающее высококачественную продукцию или оказывающее востребованные услуги, может быть конкурентоспособным как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

Для выявления экономической сущности понятия «конкурентоспособность предприятия» необходимо рассмотреть его определение с точки зрения различных ученых и специалистов этой области, так как на данный момент единства мнений по этому поводу нет.

Результаты исследования дефиниций понятия «конкурентоспособность предприятия» как экономическая категория с позиции ученых и специалистов представлены в таблице 1.

Таблица 1

Дефиниции понятия «конкурентоспособность предприятия»

Автор/источник 1	Определение 2
Барышникова Н.А. [1, с.121]	Конкурентоспособность предприятия – способность прибыльно производить и реализовывать продукцию по цене не выше и по качеству не хуже, чем у любых других контрагентов в своей рыночной нише.
Васин С.Г. [2, с.91]	Конкурентоспособность предприятия – это возможность эффективной хозяйственной деятельности и ее практической прибыльной реализации в условиях конкурентного рынка.
Габимова М.Ш. [3, с.85]	Конкурентоспособность предприятия – это способность противостоять на рынке изготовителям и поставщикам аналогичной продукции (конкурентам) как по степени удовлетворения своими товарами или услугами конкретной потребности потребителей, так и эффективности производственной, маркетинговой и финансовой деятельности.
Головачев А.С. [4 с.84]	Конкурентоспособность предприятия – это умение организации проектировать, производить и реализовывать на рынке товар (услугу) наиболее успешно и полно по сравнению с предприятием-конкурентом, удовлетворяя потребности рынка и обеспечивая получение прибыли, расширенное воспроизводство, экономическое и социальное развитие.
Горбашко Е.А. [5, с.30]	Конкурентоспособность предприятия – потенциальная возможность эффективной деятельности предприятия на рынке для достижения конкурентных преимуществ.
Горфинкель В.Я. [6, с.68]	Конкурентоспособность предприятия – это сохранение или увеличение объемов продаж (доли рынка) при сохранении или увеличении доходов и капитала.
Дюков И.И. [7, с.8]	Конкурентоспособность предприятия – это способность обеспечить коммерческий успех товара в условиях конкуренции.
Казакова Н.А. [8, с.181]	Конкурентоспособность предприятия – это его потенциальные и фактические возможности использования внешних и внутренних ресурсов с целью максимизации прибыли.
Калачев С.Л. [9, с.395]	Конкурентоспособность предприятия – взаимоотношения между производителями или продавцами по поводу установления цен и объемов предложения товаров на рынке.
Коротков Э.М. [10, с.515]	Конкурентоспособность предприятия – возможность организации успешно конкурировать с соперниками и на этой основе укреплять потенциал своего развития.
Лякин А.Н. [11, с.255]	Конкурентоспособность предприятия – получение и удержание конкурентных преимуществ, необходимых для лидерства предприятия в определенном сегменте.
Мазилкина Е.И. [12, с.29]	Конкурентоспособность предприятия – это относительная характеристика, которая выражает степень отличия развития данной организации от конкурентов по степени удовлетворения своими товарами потребностей людей.
Нуралиев С.У. [13, с.156]	Конкурентоспособность предприятия – возможность и способность предприятия использовать свои сравнительные преимущества в производстве и реализации товаров и услуг по отношению к производителям и поставщикам аналогичных товаров и услуг.
Оковкина О.Н. [14, с.37]	Конкурентоспособность предприятия – это относительная характеристика, которая выражает степень отличия данного предприятия от конкурентов в сфере удовлетворения потребностей.

Окончание таблицы 1

1	2
Савкина Р.В. [15, с.137]	Конкурентоспособность предприятия – это комплекс конкурентных преимуществ, обеспечивающих предприятию стабильное получение прибыли не ниже среднеотраслевого уровня независимо от изменений внешних условий деятельности предприятия.
Смитиенко Б.М. [16, с.60]	Конкурентоспособность предприятия – способность конкретного товаропроизводителя выпускать конкурентоспособный товар.
Тюрин Д.В. [17, с.165]	Конкурентоспособность предприятия – реальная и потенциальная способность организаций проектировать, изготавливать, реализовывать продукцию, которая по ценовым и неценовым характеристикам в комплексе более привлекательна для потребителей, чем продукция их конкурентов.
Хотяшева О.М. [18, с.59]	Конкурентоспособность предприятия – способность компании создавать и использовать стратегические факторы успеха, которые выделяют ее среди конкурентов и дают рыночное преимущество ее продукции.
Цахаев Р.К. [19, с.210]	Конкурентоспособность предприятия – соперничество, борьба между отдельными товаропроизводителями и участниками каналов товародвижения за наиболее выгодные условия производства и сбыта товаров и услуг, состязательность между ними за лучшие результаты труда, за получение наибольшей прибыли.
Чайникова Л.Н. [20, с.22]	Конкурентоспособность предприятия – это способность предприятия бороться за рынок (увеличивать, уменьшать либо сохранять занимаемую долю рынка в зависимости от стратегии предприятия)

Примечание: собственная разработка на основе изучения специальной экономической литературы.

На основании приведенных в таблице 1 дефиниций понятия «конкурентоспособность предприятия» как экономическая категория, можно выделить подходы, присущие многим авторам. Обобщим взгляды авторов в таблице 2.

Таблица 2

Подходы к определению понятия «конкурентоспособность предприятия»

Автор/источник	Подходы			
	основа конкурентных преимуществ	в основе товарная составляющая	повышение эффективности функционирования	другое мнение
Барышникова Н.А. [1, с. 121]		+		
Васин С.Г. [2, с. 91]			+	
Габимова М.Ш. [3, с. 85]		+	+	
Головачев А.С. [4, с. 84]	+	+	+	
Горбашко Е.А. [5, с. 30]	+		+	
Горфинкель В.Я. [6, с. 68]			+	
Дюков И.И. [7, с. 8]		+	+	
Казакова Н.А. [8, с. 181]			+	
Калачев С.Л. [9, с. 395]				+
Коротков Э.М. [10, с. 515]	+			
Лякин А.Н. [11, с. 255]	+			
Мазилкина Е.И. [12, с. 29]	+	+		
Нуралиев С.У. [13, с. 156]	+	+		
Оковкина О.Н. [14, с. 37]	+			
Савкина Р.В. [15, с. 137]	+		+	
Смитиенко Б.М. [16, с. 60]		+		
Тюрин Д.В. [17, с. 165]	+	+		
Хотяшева О.М. [18, с. 59]	+	+		
Цахаев Р.К. [19, с. 210]	+	+	+	
Чайникова Л.Н. [20, с. 22]				+
Итого	55%	50%	45%	10%

Примечание: собственная разработка на основе данных таблицы 1.

Согласно данным таблицы 2, можно выделить три подхода к трактовке понятия «конкурентоспособность предприятия».

Первый подход (Головачев А.С., Горбашко Е.А., Коротков Э.М., Лякин А.Н., Мазилкина Е.И., Нуралиев С.У., Оковкина О.Н., Савкина Р.В., Тюрин Д.В., Хотяшева О.М., Цахаев Р.К.) рассматривает конкурентоспособность предприятия как основу его конкурентных преимуществ. Сущность данного подхо-

да заключается в наличии у предприятия факторов и характеристик, за счет которых оно занимает более выигрышные позиции на фоне своих конкурентов.

Второй подход (Барышникова Н.А., Габибова М.Ш., Головачев А.С., Дюков И.И., Мазилкина Е.И., Нуралиев С.У., Смитиенко Б.М., Тюрин Д.В., Хотяшева О.М., Цахаев Р.К.) формируется на основе товарной составляющей конкурентоспособности предприятия. Приверженцы данного подхода рассматривают конкурентоспособность предприятия путем реализации его качественных и востребованных товаров и услуг.

Третий подход (Васин С.Г., Габибова М.Ш., Головачев А.С., Горбашко Е.А., Горфинкель В.Я., Дюков И.И., Казакова Н.А., Савкина Р.В., Цахаев Р.К.) предлагает конкурентоспособность предприятия как инструмент повышения эффективности его функционирования. Данный подход раскрывается за счет определения влияния конкурентоспособности на производственную и финансовую деятельность предприятия (увеличение прибыли, завоевание новых рынков сбыта, поиск своего потребителя и т.д.).

Также есть авторы, рассматривающие понятие «конкурентоспособность предприятия» с иных ракурсов. К ним относятся: Калачев С.Л.: «Конкурентоспособность предприятия – взаимоотношения между производителями или продавцами по поводу установления цен и объемов предложения товаров на рынке» [9, с. 395]; Чайникова Л.Н.: «Конкурентоспособность предприятия – это способность предприятия бороться за рынок (увеличивать, уменьшать либо сохранять занимаемую долю рынка в зависимости от стратегии предприятия)» [20, с. 22].

Таким образом, проанализировав подходы различных авторов, можно предложить следующее, интегрированное, понятие конкурентоспособности предприятия: «Конкурентоспособность предприятия – это свойство предприятия, характеризующееся степенью его конкурентоспособных преимуществ, раскрываемых путем производства и реализации товаров и услуг, удовлетворяющие потребности потребителя эффективнее товаров-конкурентов, с целью улучшения результатов его хозяйственной деятельности». Данное понятие раскрывает направления всех авторов, что делает его наиболее полным и достоверным.

ЛИТЕРАТУРА

1. Барышникова, Н.А. Экономика предприятия : учеб. пособие / Н.А. Барышникова, Т.А. Матеуш, М.Г. Мионов. – М. : Изд-во Юрайт, 2015. – 191 с.
2. Васин, С.Г. Управление качеством. Всеобщий подход : учебник / С.Г. Васин. – М. : Изд-во Юрайт, 2015. – 404 с.
3. Габибова, М.Ш. Пути повышения конкурентоспособности предприятия / М.Ш. Габибова // Актуальные вопросы экономики и управления : материалы III междунар. науч. конф., Москва, июнь 2015 г. – М. : Буки-Веди, 2015. – С. 85–87.
4. Головачев, А.С. Конкурентоспособность организации : учеб. пособие / А.С. Головачев. – Минск : Выш. шк., 2012. – 319 с.
5. Горбашко, Е.А. Управление конкурентоспособностью. Теория и практика : учебник / Е.А. Горбашко, И.А. Максимцева ; под ред. Е.А. Горбашко. – М. : Изд-во Юрайт, 2015. – 447 с.
6. Экономика фирмы : учебник / В.Я. Горфинкель [и др.] ; под ред. В.Я. Горфинкеля. – 3-е изд. – М. : Изд-во Юрайт ; ИД Юрайт, 2016. – 485 с.
7. Дюков, И.И. Управление конкурентоспособностью компании : учеб. пособие / И.И. Дюков. – СПб. : СПбГУ ИТМО, 2011. – 100 с.
8. Казакова, Н.А. Современный стратегический анализ : учебник / Н.А. Казакова. – М. : Изд-во Юрайт, 2016. – 500 с.
9. Калачев, С.Л. Теоретические основы товароведения и экспертизы : учебник / С.Л. Калачев. – 2-е изд. – М. : Изд-во Юрайт ; ИД Юрайт, 2015. – 477 с.
10. Коротков, Э.М. Менеджмент : учебник / Э.М. Коротков. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Изд-во Юрайт ; ИД Юрайт, 2016. – 640 с.
11. Лякина, А.Н. Экономическая политика : учебник / А.Н. Лякина. – М. : Изд-во Юрайт ; ИД Юрайт, 2015. – 432 с.
12. Мазилкина, Е.И. Управление конкурентоспособностью : учеб. пособие / Е.И. Мазилкина, Г.Г. Паничкина. – М. : Омега-Л, 2009. – 328 с.
13. Нуралиев, С.У. Маркетинг : учебник / С.У. Нуралиев, Д.С. Нуралиева. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2013. – 362 с.
14. Оковкина, О.Н. Пути повышения конкурентоспособности предприятия / О.Н. Оковкина, А.М. Чупайда // Экономический журнал. – 2010. – № 19. – С. 37–42.
15. Савкина, Р.В. Планирование на предприятии : учебник / Р.В. Савкина. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2013. – 324 с.
16. Смитиенко, Б.М. Мировая экономика : учебник / Б.М. Смитиенко, Н.В. Лукьянович ; под ред. Б.М. Смитиенко. – 3-е изд. – М. : Изд-во Юрайт, 2015. – 583 с.
17. Тюрин, Д.В. Маркетинговые исследования : учебник / Д.В. Тюрин. – М. : Изд-во Юрайт, 2016. – 342 с.
18. Хотяшева, О.М. Инновационный менеджмент : учебник / О.М. Хотяшева, М.А. Слесарев. – 3-е изд. – М. : Изд-во Юрайт, 2016. – 326 с.
19. Цахаев, Р.К. Маркетинг : учебник / Р.К. Цахаев, Т.В. Муртузалиева. – 2-е изд. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2013. – 552 с.
20. Чайникова, Л.Н. Конкурентоспособность предприятия : учеб. пособие / Л.Н. Чайникова, В.Н. Чайников. – Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 192 с.