

Дудин М. Н.

*доктор экономических наук, доцент,
профессор кафедры «Менеджмент организации»,
Российская академия предпринимательства
e-mail: dudinmn@mail.ru*

Вдовина И. В.

*кандидат педагогических наук, доцент,
профессор кафедры «Управление персоналом»,
Российская академия предпринимательства
e-mail: obshiy@rusacad.ru*

Конкурентоспособность предприятия: основные пути повышения и ее оценка

За последние годы в российской экономике произошли радикальные изменения, обусловленные переходом к построению социально ориентированной рыночной экономики, что приводит к усилению роли конкуренции в экономической жизни. В современной конкурентной борьбе при всей ее масштабности, динамизме и остроте выигрывает тот, кто постоянно анализирует и борется за свои позиции, обеспечивает системный подход к разработке мероприятий, направленных на достижения и сохранения высокого уровня конкурентоспособности. Конкурентоспособность выступает критерием экономической целесообразности функционирования субъектов хозяйствования, поэтому в рыночном механизме управления предприятием оценка конкурентоспособности требует постоянного внимания и контроля, что обуславливает необходимость ее превращение в самостоятельную участок аналитической работы, результаты которой должны стать основой для принятия управленческих решений. Существующей научно-методической базы оценки конкурентоспособности предприятий для применения в современных условиях хозяйствования с учетом кризисных явлений в мировой экономике недостаточно, ввиду этого требуются дальнейшие исследования в этом направлении.

Ключевые слова: *оценка; конкурентоспособность предприятия; финансовый анализ, комплексная сравнительная характеристика.*

Dudin M. N.

*Doctor of Science (Economics), associate professor,
professor of «Management organization» department,
Russian academy of entrepreneurship*

Vdovina I. V.

*PhD (Pedagogics), associate professor,
professor of «Human Resource Management» department,
Russian academy of entrepreneurship*

Competitiveness of the enterprise: the main ways to increase and its evaluation

In recent years the Russian economy has undergone radical changes due to the transition to building a socially oriented market economy, which leads to the strengthening of the role of competition in economic life. In today's competitive environment for all its scale, dynamism and urgency winner is the one who constantly analyzes and fighting for their positions, provides a systematic approach to the development of measures aimed at achieving and maintaining a high level of competitiveness. Competitiveness is a criterion of economic feasibility of the operation of business entities, so the market mechanism of management of the enterprise competitiveness evaluation requires constant attention and monitoring that necessitates its transformation into an independent plot of the analytical work, the results of which should be the basis for making management decisions. The existing methodology for assessing the competitiveness of enterprises for use in modern conditions of managing the crisis phenomena in the global economy is not enough, in view of this further research is required in this direction.

Keywords: *evaluation; competitiveness of the enterprise; financial analysis, a comprehensive comparative characteristics.*

Современные методы управления конкурентоспособностью предприятия позволяют обеспечить своевременность принятия управленческих решений, направленных на повышение устойчивости к негативным воздействиям, достижения целевых рыночных позиций при минимизации уровня предпринимательского риска.

Каждое предприятие сталкивается с тем или иным видом конкуренции на рынке. Однако преследуя одну цель — максимизацию прибыли — в конечном итоге каждая фирма, на наш взгляд, имеет дело с одним единственным видом конкуренции — конкуренцией за доллар покупателя. Потому что именно наличие платежеспособного спроса обеспечивает прибыль предприятия, а доля фирмы в этом платежеспособном спросе определяет размер этой прибыли, объем оборота фирмы. В целом же от характеристик спроса на продукцию зависят многие параметры функционирования предприятия: объемы оборотов, скорость оборота, рентабельность предприятия, его финансовая устойчивость. Поэтому создание таких условий, способных привлекать покупателей есть цель каждой фирмы в долгосрочной перспективе.

Конкурентоспособность выступает как часть механизма самоселекции рынка: она отсеивает те предприятия, чьи функции на рынке по тем или иным причинам исчерпали себя. На наш взгляд, конкурентоспособность во многом отражает спрос и в целом состояние рыночной среды, являясь их посредником. Они бросают вызов субъектам рынка в виде определенных критериев, соответствие которым, в нашем представлении, и есть конкурентоспособность. Однако не все предприятия способны быстро принимать те конфигурации, которые обеспечат им высокий уровень эффективности. Негибкость грозит процедурой банкротства для фирм, что в свою очередь приведет к росту безработицы, к падению совокупного платежеспособного спроса (что ухудшит положение оставшихся фирм), к угрозе монополизации, роста цен, а также к росту дефицита бюджета. В этом и заключается актуальность данного исследования: определение механизмов повышения конкурентоспособности ускорит адаптацию предприятий к меняющимся условиям внешней среды. А укрепление позиций фирм на рынке будет способствовать оптимизации макроэкономических процессов. Для России необходимость нахождения элементов конкурентоспособности обуславливается также ее вступлением в ВТО и перспективами конкуренции с более гибкими предприятиями.

Некоторые авторы, например, С. И. Савчук, определяет конкурентоспособность субъектов экономики микроэкономического уровня следующим образом — это способность экономических субъектов бесконечно долго осуществлять «нормальный» воспроизводственный цикл за счет собственных ресурсов в условиях конкуренции. Согласно этой теории, если предприятие способно в условиях конкуренции самостоятельно теоретически бесконечно долго производить и сбывать свою продукцию, обеспечивать себя материальными, финансовыми и трудовыми ресурсами, адаптироваться и развиваться с учетом изменчивости внешней среды, удовлетворяя социально-экономические интересы своих собственников, т. е. генерируя достаточный с точки зрения собственников чистый доход, то такое предприятие считается конкурентоспособным. [7]

В связи с этим конкурентоспособность предприятия часто связывают с конкурентоспособностью его продукции. То есть под конкурентоспособностью предприятия понимают способность фирмы своевременно предложить товар, который в наибольшей степени удовлетворяет потребностям и ожиданиям покупателей, по сравнению с товарами-конкурентами. Однако, в нашем понимании, конкурентоспособность предприятия шире, чем конкурентоспособность продукции.

Под конкурентоспособностью, на наш взгляд, понимается рентабельность предприятия в долгосрочной перспективе, его финансовая устойчивость, обеспечиваемая различными актуальными рыночной структуре конфигурациями бизнеса. Эти конфигурации образуются в различных областях ведения бизнеса, поэтому можно утверждать о существовании различных видов конкурентоспособностей: продукции, системы управления, инвестиционной политики, персонала и т.д. Каждый из этих элементов в совокупности и обеспечивает лидирующие позиции предприятия на рынке. [2]

Общепринятым является понимание конкурентоспособности предприятия как следствия процессов, протекающих внутри предприятия, следовательно, конкурентоспособность прямо или косвенно связана с конкурентными преимуществами предприятия, его ключевыми компетенциями, внутренними ресурсами и возможностями.

По мнению Е.М. Завьяловой, конкурентоспособное управление выступает в качестве непрерывного процесса воздействия на объект управления, способного выдержать конкуренцию с аналогичным управлением на других предприятиях.

Е.М. Завьялова выделяет четыре основные группы факторов, определяющих конкурентоспособность управления предприятием:

- качество управления и затраты на него;
- потенциал предприятия, который интерпретируется как совокупность всех его ресурсов, предоставляющих возможность получения максимального экономического эффекта;
- коммуникационные аспекты деятельности предприятия;
- структура предприятия, механизм разработки и принятия решений.[4]

В данной статье конкурентоспособность предприятия предлагается рассматривать как способность предприятия генерировать чистый доход (обеспечивать прирост стоимости бизнеса), удовлетворяющий интересы собственников в конкурентной среде на стабильной основе.

В теории и практике менеджмента обычно выделяют три этапа формирования стратегии конкурентоспособности предприятия, представленные в таблице 1.

Среди этапов одно из ключевых мест занимает оценка. Можно дать следующее определение методам оценки конкурентоспособности предприятий. К методам оценки конкурентоспособности можно отнести совокупность приемов, мероприятий и средств оценки конкурентоспособности предприятий, с определением их основных параметров и показателей в сравнении с предприятиями-конкурентами.

Таблица 1

Этапы формирования стратегии конкурентоспособности предприятия

Этапы	Характеристика этапов
Этап 1	1. Выявление сферы бизнеса для использования капитала предприятия.
	2. Определение основной стратегической цели, миссии деятельности предприятия.
Этап 2	1. Оценка влияния факторов макро- и микросреды на деятельность предприятия.
	2. Оценка современного экономического, технического и технологического состояния предприятия.
	3. Анализ стратегических альтернатив.
Этап 3	1. Формулировка стратегии достижения поставленной цели.
	2. Определение тактических задач и приоритетов в процессе осуществления преобразований.

Использование методов оценки конкурентоспособности предприятий обуславливается необходимостью получить конкретное числовое выражение уровня конкурентоспособности предприятия на конечных этапах оценки в сравнении с конкурентами. Без этого исследования уровня конкурентоспособности фирмы не может считаться завершенным, поскольку не несет конкретной информации относительно состояния и направлений его повышения.

Применение методов оценки конкурентоспособности предприятий связано с рядом объективных теоретических и практических проблем, что делает невозможным создание единой общепринятой методики оценивания конкурентоспособности.

- Отсутствует обще принятое определение и понимания понятия конкурентоспособности предприятия.
- Подходы к оценке конкурентоспособности не могут быть одинаковыми для разных стадий развития предприятий.
- Условия хозяйствования предприятий, товары, организации управления могут существенно отличаться — практически отсутствуют идентичные предприятия.
- Разные цели исследования конкурентоспособности предприятий. Такой анализ используется для выявления «узких мест» производства, экономического потенциала, основных конкурентных преимуществ, создание разнообразных рейтингов и т.д. Лучшим вариантом является оценка конкурентоспособности с целью создания постоянно действующей системы управления конкурентоспособностью предприятия.

- Недостаточное количество универсальных методологических разработок методов оценки конкурентоспособности предприятий. Многие существующие подходы естественно создавались для конкретных проектов и предприятий, работавших в определенных хозяйственных условиях и это объективно делает невозможным их применения для всех предприятий.
- Низкое качество управленческого персонала, который в большинстве случаев способен осуществить оценку конкурентоспособности и, как показывает практика, даже не задумывается о необходимости осуществления такой работы.
- Нехватка средств, времени, кадров и других ресурсов предприятий для осуществления оценки конкурентоспособности, поскольку это сравнительно длительная, и сложная процедура, требующая финансовых затрат, осуществление которой в условиях кризиса является задачей проблематичным.

Существующие на сегодняшний день подходы к оценке конкурентоспособности предприятия основываются либо на оценке продукции предприятия (яркий пример, методика Р. А. Фатхудинова)[9], либо на оценке общих для предприятий-конкурентов факторов, например: доля рынка, входные барьеры, норма прибыли и т. д. (И. Н. Горчикова, Н. К. Моисеева, Ф. Котлер). Такая разнонаправленность оценки имеет свои плюсы и минусы, отражает разные стороны проблемы. Продукция предприятия — это уровень достигнутых производственных возможностей, которые являются следствием развития предприятия. Для более эффективной оценки конкурентоспособности необходимо оценивать не столько показатели товара, сколько факторы, позволяющие предприятию эффективно использовать все имеющиеся ресурсы.

Чтобы получить объективную оценку конкурентоспособности предприятия, нужно понять, какие факторы нужно оценивать. Понять причинно-следственные связи, которые позволили бы предприятию занять более эффективную позицию относительно конкурентов. Понимание причинно-следственных связей зависит от взаимосвязей между отдельными аспектами деятельности предприятия.

Для оценки конкурентоспособности предприятия предлагается использовать следующие показатели:

- Показатели производства (затраты на единицу продукции, рентабельность продукции, коэффициент: специализации предприятия, длительности производственного цикла изделий, стабильности номенклатуры, использования прогрессивных методов контроля качества, использования передовых форм

организации производства, использования прогрессивных методов организации труда, качества управления (для оценки оснащенности предприятия оргтехникой), показатель качества управленческих решений).

- Показатели, характеризующие финансовое состояние предприятия: коэффициент автономии, коэффициент мобильности средств, отношение собственного капитала к долгосрочной задолженности, коэффициент покрытия, коэффициент абсолютной ликвидности, коэффициент оборачиваемости собственных оборотных средств, коэффициент задолженности, уровень устойчивости, коэффициент риска, эффективность активов.
- Показатели, характеризующие конкурентный потенциал предприятия — состоят из ресурсов и источников их пополнения, которые имеет фирма, ее связей, конкурентной позиции, имиджа и т.д. Конкурентный потенциал является стратегическим ресурсом, который обеспечивает устойчивость предприятия в условиях меняющейся среды, позволяет нейтрализовать негативное влияние внешних факторов: фондоотдача, производительность труда, энергоемкость, эффективность технологии производства, эффективность информационных ресурсов, эффективность мероприятий по повышению творческой активности персонала.
- Показатели, характеризующие эффективность сбыта и продвижения товара: рентабельность продаж, коэффициент затоваренности готовой продукцией, коэффициент загрузки производственной мощности, коэффициент эффективности рекламы и способов стимулирования сбыта, экономическая эффективность экспорта.
- Показатели, характеризующие социальную эффективность: профессионально-квалификационная структура кадров (качественная характеристика: сравниваются исследуемые предприятия), движение и стабильность кадров (определяется по статистике данных о персонале на предприятии), улучшение условий труда и охрана здоровья (информация предприятия о приобретении мебели, проведение ремонтов помещений, цехов, кабинетов, предоставление оздоровительных путевок, льготное питание).
- Показатели, характеризующие экологичность производства: охрана водных ресурсов (уменьшение объема сточных вод), охрана воздушного бассейна (уменьшение объема выбросов

вредных веществ), охрана земель (уменьшение площади, занятой отходами).

- Конкурентоспособность продукции.
- Имидж предприятия — имидж руководителя, имидж персонала, качество обслуживания, совершенство офиса.

Все перечисленные показатели являются качественными, поэтому имидж предприятия оценивается экспертами с помощью балльной оценки.

Для того, чтобы обеспечить репрезентативность оценки конкурентоспособности предприятия, каждая из восьми групп показателей должна содержать коэффициенты весомости, которые определяет экспертиза с помощью метода попарных сравнений по критерию характеристики уровня конкурентоспособности предприятия с использованием шкалы трансформации качественных оценок предпочтения одного параметра перед другим в количественные оценки (табл. 2).

Таблица 2

Трансформации качественных оценок предпочтения одного показателя перед другим в количественные оценки [5]

Качественная оценка	Количественная оценка, баллов
Оба сравниваемые показатели совпадают	1
Первый показатель несколько превышает второй	1
Первый показатель превышает второй	3
Первый показатель намного превышает второй	4

За балльными оценками определяют весомости каждой группы показателей, характеризующих конкурентоспособность предприятия.

Повышение конкурентоспособности предприятия является многофакторным процессом, подлежащим стратегическому управлению, ориентированному на ряд основных принципов: системности; комплексной оценки факторов; функциональной направленности; управления процессом повышения конкурентоспособности; иерархичности показателей; информационного обеспечения и обеспечения сопоставимости показателей; непрерывности и учета специфики деятельности предприятия. [8]

Существует несколько конкретных путей повышения конкурентоспособности предприятия: рост объемов реализации продукции; улучшение качества выпускаемой продукции; сокращение расходов; бенчмаркетинг.

Обобщая опыт зарубежных компаний, можно сформулировать основные направления повышения конкурентоспособности отечественных предприятий:

- Проверка соответствия стратегических намерений компании существующим рыночным возможностям.
- Определение конкурентного потенциала компании.
- Оценка состояния и прогноза развития рыночной среды, показывающая возможные угрозы для деятельности компании.
- Выявление сильных и слабых сторон компании, оценка их влияния на возможности и угрозы со стороны рынка.
- Выработка стратегий компании с учетом изменений рыночных условий и существующих принципов регулирования хозяйственной практики.
- Изучение и повышение эффективности маркетинговой деятельности.
- Поиск дополнительных ресурсов для формирования новых конкурентных преимуществ.
- Своевременное выделение проблемных зон в долгосрочной политике фирмы и разработка способов их нейтрализации.
- Коррекция функциональных стратегий и маркетинговых программ.
- Создание алгоритмов действий при возможном возникновении в будущем проблем, аналогичных текущим проблемам.

Таким образом, по мнению авторов данной статьи, конкурентоспособность в современном мире складывается из следующих составляющих: факторов и механизмов воздействия. К факторам можно отнести кадровый потенциал, ресурсный потенциал и информацию. Механизмы воздействия включают в себя: инвестиции, инновационную деятельность и оптимальную организационную структуру. Показателями конкурентоспособности предприятия являются: показатели производства; показатели, характеризующие финансовое состояние предприятия; показатели, характеризующие конкурентный потенциал предприятия; показатели, характеризующие эффективность сбыта и продвижения товара; показатели, характеризующие социальную эффективность: профессионально-квалификационная структура кадров; показатели, характеризующие экологичность производства; конкурентоспособность продукции и имидж предприятия.

Используемые источники

1. Балабанов В.С., Дудин М.Н., Лясников Н.В. Инновационный менеджмент: Учебное пособие. — М.: Российская Академия предпринимательства; АП «Наука и образование», 2008.
2. Дудин М.Н. Лясников Н.В., Похвощев В.А., Толмачев О.М. Формирование устойчивости предпринимательских структур в условиях трансформации конкурентной среды: Монография / Под ред. В.С. Балабанова. — М.: Издательство «Элит», 2013.
3. Елин К.В., Брянцева И.В. Обоснование методики оценки конкурентоспособности предприятия // Вестник Тихоокеанского государственного университета. — 2013. — № 2 (29). — С. 233–240.
4. Завьялова Е.М. Факторный анализ конкурентоспособности управления промышленным предприятием // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. — 2009. — № 2. — С. 57–59.
5. Кабальська Б.В. Методологические аспекты комплексной оценки конкурентоспособности предприятия // Научно-теоретический журнал Наука и экономика. — 2013. — № 2 (30). — С. 129–134.
6. Малышев Н.Г., Бубнов Г.Г. Опыт применения стратегий повышения конкурентоспособности зарубежных предприятий // Транспортное дело России. — 2013. — № 1. — С. 131–134.
7. Савчук С. И. Основы теории конкурентоспособности / С. И. Савчук. — Мариуполь: ИПРЭИ НАН Украины, Рената, 2007.
8. Синицына О.Н., Пьянзина М.Е. Исследование конкурентоспособности предприятия // Экономика и политика. — 2013. — № 1 (1). — С. 105–113.
9. Фатхудинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации. — М., 2005.
10. Балабанова А.В., Старицын А.Г. Конкурентный механизм и его ключевая роль в механизме стимулирования перехода к инновационной модели управления современными корпорациями // Ученые записки: Роль и место цивилизованного предпринимательства в экономике России: Сб. научных трудов. Вып. XXXI — М.: Российская Академия предпринимательства. Агентство печати «Наука и образование», 2012. — С. 7–19.
11. Балабанова А.В. Переход к социально-ориентированной модели экономического роста настоятельно необходим // Человек и труд. — 2006. — № 4.

12. Балабанов В.С., Бараненко С.П. Причины и методы противодействия утрате устойчивости предприятия // Путеводитель предпринимателя. – 2008. – № 1. – С. 7–21.
13. Baranenko S.P., Dudin M.N., Ljasnikov N.V., Busygin K.D. Using environmental approach to innovation-oriented development of industrial enterprises// American Journal of Applied Sciences. – 2013. – Vol. 11, No. 2. – P. 189–194.
14. Dudin M.N. , Lyasnikov N.V., Egorushkin A.P. Innovative environment forming as the most important condition of implementation of efficient innovations in the industrial entrepreneurship sphere // European Researcher. –2012. – Vol. (33), № 11–1. –P. 1868–1872.
15. Dudin M.N., Lyasnikov N.V., Horikov Yu. V. Brain factor and its stating rolle in enterprises' competitive recovery // European Researcher. – 2013. Vol. (38), № 1–1. – P. 15–19.