

Капелюк Зоя Александровна, д.э.н., профессор,
Сибирский университет потребительской кооперации,
г.Новосибирск

Кондратова Светлана Александровна, магистрант,
Сибирский университет потребительской кооперации,
г.Новосибирск

ОБОБЩЕНИЕ ПОДХОДОВ И ВЗГЛЯДОВ ПОНИМАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация: В данной статье дается краткий обзор сущности и ценности конкурентоспособности, приводятся альтернативные формулировки и подчеркивается важность интегральной, кумулятивной способности управлять конкурентоспособностью, балансировать возможности и поощрять конкурентное поведение, предложено понимание конкурентоспособности предприятия с позиции инновационного, цифрового и коммуникационного наполнения и активности.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкуренция, инновационная среда, анализ, потенциал.

Введение. Внешняя среда сильно варьируется, признавая различные взаимосвязанные риски и опасности, трудности выявления тесно связанных факторов риска, а также определение приоритетов бизнеса для установления конкурентоспособности как системы стратегий, мер и технологий для поддержания доли рынка, финансовой стабильности и клиентской базы.

Цель статьи состоит в описании методов и точки зрения для формулирования понимания конкурентоспособности предприятия. Изучением концепций и методологических подходов к пониманию сущности конкурентоспособности предприятия занимались ученые Арбатская Е. А., Бирюков Д. Е., Воронина Н. А., Голиков И. А., Даниленко Н. Н., Докукина А. А., Еремеев А. В., Золотова Е. В., Казанцева С. Ю., Кузнецова И. В., Кравченко Е. Ю., Кривошеева Е. В., Лубский А. А., Медведева В. В., Ноздрачева Е. Н., Папанова С. Ю., Салтыков Н. А., Щепакин М. Б.

Конкурентоспособность – термин, широко используемый в научных статьях и монографиях, но в свете развивающейся цифровой и инновационной экономики требуется разработка более значимого определения конкурентоспособности.

Результаты и обсуждение. В исследованиях отечественных ученых (Гельвановский М. И., Данилов И. П.), категория конкурентоспособность связана с позицией предметного анализа по шести аспектам: экономическому, социальному, философскому, рыночному, юридическому, психологическому [1]. Конкурентоспособность – это платформа и гарантия в экономике, которая выступает в качестве системы безопасности для экономического субъекта. Рыночные позиции устанавливаются исходя из того, что конфронтация, соперничество и торговые партнеры субъектов и контрагентов на рынке являются решающими факторами рыночных позиций [2].

Философская основа конкурентоспособности отражает широкий спектр убеждений относительно стимулирования производительных сил общества и производственных отношений. Конкурентоспособность основана на правовых рамках, правилах и критериях, определяющих процесс оценки конкурентоспособности.



Социальное содержание подразумевает обеспечение того, чтобы предприятия действовали в соответствии с рыночным поведением и производимыми товарами в соответствии с социальным развитием общества, включая качество жизни и экологическую безопасность, в различных секторах, регионах и странах. Психологическое определение гласит, что психологический комфорт относится к потребности компании в продаваемых товарах для удовлетворения психологического комфорта, потребностей и ожиданий потребителей.

В научных исследованиях, ставших классическими, большинство ученых (Завьялов П. С., Киперман Г. Я., Перцовский Н. И., Фатхутдинов Р. А.) конкурентоспособность субъектов предпринимательства рассматривают как стабильный процесс создания добавленной стоимости (цепочки стоимости) [3]. В работах Забелина П. В. и Моисеевой Н. К. конкурентоспособность предпринимательского субъекта характеризуются в рамках «способности приносить прибыль на вложенный капитал в краткосрочном периоде не ниже заданной, или фактическое превышение среднестатистической прибыли в соответствующей сфере бизнеса» [4].

Конкурентоспособность субъектов предпринимательства (инновационного предпринимательства) в отдельных разработках определяется как основная функциональная задача стратегического управления субъектом предпринимательства, которая представлена продажей конкурентоспособных товаров на рынках, ведущих к конкурентоспособности. Конкурентоспособность – это процесс, который можно определить как процесс с добавленной стоимостью, что позволяет предприятиям расширяться, и его нельзя игнорировать при рассмотрении конкурентоспособности [5].

Конкурентоспособность является результатом ресурсного подхода, который предполагает, что компания с достаточными ресурсами для развития и более сильной конкуренцией имеет более продвинутые перспективы для достижения стабильной, сверх нормальной прибыли. Компетенции могут позволить компании выйти за рамки своей предыдущей практики работы и получить большую прибыль, развивая свои собственные возможности, а также развивая динамичную рабочую культуру и прибыль за счет максимизации прибыли.

Исследователи также предполагают, что конкурентоспособность субъективна и может быть показана путем сравнения анализируемого объекта (субъекта) с конкурирующими объектами (субъектами). Сравнение методов и подходов к оценке требует полноты и специфичности, которые должны быть гарантированы при сравнении методов и подходов.

В особых случаях конкурентоспособность или абсолютный характер конкуренции происходит с большим количеством инноваций, в крайне необычных обстоятельствах и в особых случаях с различными типами отношений. Когда предприятие продает эксклюзивные товары без каких-либо заменителей, таких как монополия или разработчик новых технологий на рынке голубых океанов, оно может стать монополистом на рынке, если предприятие продает только свою продукцию без каких-либо заменителей [6].

Конкурентные преимущества подразделяются на категории по основным видам:

- а) ресурсные или экстенсивные факторы формирования производства и степень достижения эффективности использования;
- б) технические и технологические преимущества, основанные на достижениях научно-технического прогресса;
- в) организационные преимущества, связанные с управленческими компетенциями, маркетингом для мобилизации факторов производства для развития хозяйственного субъекта и обеспечения эффективного управления.



Слово «конкурентоспособность», которое включает в себя «конкуренцию» и «способность», понятно, но в некоторых публикациях оно также используется наряду со словом «возможность» для обозначения осуществимости, допустимости, наличия условий и благоприятных обстоятельств для решения проблем, несмотря на четкую концепцию использования этого термина.

Конкурентоспособность предприятия – это способность компании создавать и продавать конкурентоспособную продукцию и выдерживать конкуренцию в течение длительного периода времени, и она характеризуется внутренним состоянием ресурсов, технологий и труда, которые используются для отслеживания ее внутренней сущности.

Взгляд на конкурентоспособность рассматривает комплекс явлений и компонентов, таких как научно-производственный потенциал, функциональность кадровой службы и маркетинговое управление предприятием, как функцию возможностей и компонентов.

Конкурентоспособность предприятия основывается на нескольких фундаментальных факторах в исследованиях Лубский А. А. и Медведева В. В., которые включают стабильность времени, доминирование на рынке, эффективное управление, экономический потенциал и конкурентные преимущества. В управленческой практике использовались положения теории ключевых компетенций, которые создают устойчивые источники конкурентных преимуществ, чтобы по-новому переопределить конкурентоспособность [7].

Ученые ключевую компетенцию определяют устойчивым, когда оно предлагает значительное и осязаемое преимущество для потребителей. Его легко получить против конкурентов или третьих сторон, и сделать сложной задачей для них, чтобы воспроизвести более разнообразные и не связанные друг с другом конкурентные барьеры и доступ к рынкам [7].

Исследователи отмечают, что очевидно, если компания обладает исключительными ресурсами и организационными способностями, то эти уникальные качества могут выступать в качестве экономической ренты и могут увеличить конкурентные преимущества конкретных фирм и компаний.

С точки зрения копирования конкурентных преимуществ, или содействия или препятствования приобретению доли рынка, организационные (ключевые) компетенции экономического субъекта, такие как его организационные сильные стороны, определяют его эффективность или вызов.

Предприятию необходимы структура и культура организации и корпорации, иерархия бизнес-процессов, умение заниматься производительным и продуктивным трудом, качество человеческих ресурсов, интеллектуальная, инновационная, производственная и социальная активность персонала, влияние скрытых факторов бизнес-сферы на развитие компании [8].

На основе большеформатного и поливариантного содержания конкуренции и конкурентоспособности ученые предлагают использовать различные подходы к определению сущности понятия (табл.1).

Таблица 1

Современные подходы к определению понятия конкурентоспособность предприятия

| Трактовка подхода к определению конкурентоспособности | Отличительные черты |
|---|---|
| 1. Характеристика факторов производства, совокупного потенциала, которыми располагает предприятие | Комплексная характеристика факторов, без указания цели, зависима от других показателей. |



| | |
|---|--|
| 2. Свойства конкурентоспособности товара, продукции | Отождествление с конкурентоспособностью продукции, трактуется цель по наличию в производстве конкурентоспособной продукции, ведущей к победе в конкурентной борьбе. |
| 3. Характеристика результатов деятельности предприятия, в т. ч. стоимости компании на рынке | Подмена понятий, когда конкурентоспособность трактуется как эффективность. Целевой характер конкурентоспособности понимается как получение определённого экономического или финансового результата (прибыль), рост стоимости предприятия на рынке. |

Понимание конкурентоспособности включает в себя постоянную борьбу, конкурентоспособность и сопротивление экономических субъектов, предпринимателей, когда научно-технический прогресс, интеллектуальное и инновационное насыщение труда и производства ускоряется, а рыночная конкуренция стимулирует продукты конкурировать с интеллектуальными и инновационными силами, которые стимулируют интеллектуальные и изобретательские стремления. Конкурентоспособность в природе способствует экономическому росту, потому что она основана на процессе инноваций, инновационных методах, технологиях и деятельности, а не на конкуренции. Стратегия предполагает выход на рынок с новыми продуктами и технологиями, использование новых ресурсов (организационных, управленческих, логистических, маркетинговых) и завоевание новых рынков на основе конкурентного поведения рынка [8].

Конкурентоспособность стала решающим фактором в наше время, поскольку она предлагает потенциал для устойчивого роста бизнеса, устойчивости на протяжении всей жизни и возможностей развития через способности, возможности и постановку целей, в дополнение к продлению жизненных циклов и созданию прочной основы для возможностей развития. Однако конкурентоспособность как динамический и относительный атрибут не означает, что конкурентная среда всегда является конкурентной; скорее, это независимое развитие предприятия, вектор, выбранный из возможностей, доступных для бизнеса, появление новых отношений с клиентами и перспектив за пределами рынка и конкуренции, которые могут быть использованы для стимулирования роста [9].

В целом разъяснению сущности и уточнению трактовки конкурентоспособности предприятия способствуют ответы на вопросы: какие причины, факторы и условия вызвали возникновение у предприятия свойств, способностей и качества конкурентоспособности; что можно называть факторами определения уровня конкурентоспособности предприятия; на какие цели направлены конкурентоспособность предприятия или для чего компании необходимо обладать конкурентоспособностью; какие качественные и количественные характеристики (критерии, параметры) отражают конкурентоспособность предприятия; как проявляется взаимосвязь конкурентоспособности предприятия с конкуренцией, конкурентоспособностью продукции, отрасли и всей экономики [9].

Конкурентоспособность, не так легко принимается для целей, в которых экономисты определяют характер конкуренции, но на самом деле конкурентоспособность в целом, как правило, более тщательно изучается и меньше зависит от предпочтений участников рынка. Ключевой задачей для исследователей, заинтересованных в конкурентоспособности предприятий, является поиск факторов, способствующих конкурентоспособности, а также установление критериев решения проблем и определение источников конкурентоспособности. Однако здесь очевидной становится колоссальная коннотационная



запутанность, неопределенность понятий и значений. Неопределенность выявляется уже на уровне понятийного аппарата. В экономической литературе можно встретить весьма разнородные определения конкурентоспособности предприятия (табл.2).

Таблица 2

Разнородные определения конкурентоспособности предприятия

| Автор | Определение |
|-------------------|---|
| Адаева Т. Ю. | Способность предприятия выпускать конкурентоспособную продукцию, а также конкурентоустойчивость предприятия и возможность его адаптации к изменяющимся условиям конкуренции |
| Воронов Д. С. | Обобщающая характеристика деятельности предприятия, отражающая уровень эффективности использования экономических ресурсов относительно эффективности использования экономических ресурсов конкурентами |
| Ершова И. В. | Способность предприятия производить пользующуюся спросом продукцию при эффективном использовании производственного, кадрового и финансового потенциалов |
| Забелин П. В. | Способность предприятия приносить прибыль на вложенный капитал в краткосрочном периоде не ниже заданной прибыльности |
| Пичурин И. И. | Реальная и потенциальная способность предприятия, а также имеющихся у него для этого возможностей проектировать, изготавливать и сбывать товары, которые по своим ценовым и неценовым характеристикам в комплексе более привлекательны для потребителей, чем товары конкурентов |
| Портер М. | Свойство субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присутствующими там конкурирующими субъектами рыночных отношений |
| Фатхутдинов Р. А. | Способность фирмы выпускать конкурентоспособную продукцию, преимущество фирмы по отношению к другим фирмам данной отрасли внутри страны и за ее пределами |

Конкурентоспособность определяется с точки зрения эффективности экономической деятельности, которая является наиболее точной интерпретацией нашего определения конкурентоспособности. Как видно из исследования, представленного выше, конкуренция является прямой конкуренцией между экономическими единицами, которые имеют общую конкретную цель, при условии, что ресурсы, которые способствуют этой цели, ограничены. Конкуренция на рынке – это когда экономические субъекты конкурируют за прибыль, при условии, что эта цель определена в контексте рыночной экономики.

Основным средством получения прибыли в рыночной экономике является продажа продуктов и вытекающей из этого прибавочной стоимости. Продукты создаются и продаются, используя ограниченные экономические ресурсы. Прибыль в рыночной экономике определяется эффективностью используемых экономических ресурсов или относительными затратами на результат и затратами, связанными с его достижением, и, таким образом, является одним из видов средств массовой информации. Следовательно, суть рыночной конкуренции заключается в борьбе за получение максимальной прибыли путем максимально эффективного использования экономических ресурсов.



Выводы. Эффективность использования экономических ресурсов предприятием определяется уровнем развития производительных сил, достигаемым общественным производством и производственными и другими отношениями, на которые влияет эффективность использования ресурсов конкурентами. Конкурентоспособность – обобщающая характеристика деятельности хозяйствующего субъекта, в частности, в экономической терминологии рыночной экономики, то есть уровень экономического использования хозяйствующим субъектом хозяйствующего субъекта по сравнению с его использованием конкурентами.

Таким образом, стремительно меняющаяся среда и возникающие риски для бизнеса повышают важность использования научных разработок для управления компанией в условиях обострения конкуренции. Современная концепция конкурентоспособности выходит за рамки конкуренции и внешних факторов, включая способность компании эффективно позиционировать себя на рынке и жизненные циклы клиентов, а также использование информационных, коммуникационных, цифровых и компетентных ресурсов для максимизации финансовой стабильности, независимости, эффективности и лояльности клиентов.

Основной вывод, который можно сделать в целях исследования, резюмируя теоретические изыскания классиков в области конкуренции, состоит в том, что рыночная конкуренция есть динамичное, комплексное и весьма сложное явление. В конкурентной среде предприятие подвержено воздействию нескольких комплексов факторов, влияющих на конкурентную среду его деятельности, что приводит к постоянным изменениям его конкурентной позиции. Каждая группа состоит из многих элементов, и состав и структура этих элементов варьируется от предприятия к предприятию. Конкуренцию нельзя представить как комплекс конкурентных сил и факторов.

В экономической литературе приводятся доказательства того, что конкурентоспособность предприятия как экономической категории не в полной мере освещена в трудах экономистов. Большинство исследователей стремятся оценить глобальную конкурентоспособность продукции или предприятий, расположенных в различных странах, с особым акцентом на конкурентоспособность продукции.

Список литературы:

1. Гельвановский М. И. Конкурентоспособность: микро-, мезо-и макроуровни. Вопросы методологии // Высшее образование в России. 2006. № 10. С. 32–40.
2. Бирюков Д. Е., Ноздрачева Е. Н. Понятие конкурентоспособности и подходы к выбору и формированию конкурентной стратегии // Политика, экономика и инновации. 2019. № 2 (25). С. 1–10.
3. Воронина Н. А., Кузнецова И. В. Конкурентоспособность современных предприятий: понятие, оценка и направления обеспечения: монография. Саратов: Амирит, 2018. 135 с.
4. Голиков И. А. Особенности содержания понятий «конкуренция» и «конкурентоспособность» // Российское предпринимательство. 2016. Том 17. № 10. с. 1251–1264.
5. Даниленко М. И. Оценка конкурентоспособности предприятия // Вестник Академии знаний. 2020. № 4 (39). С. 152–162.
6. Даниленко Н. Н., Арбатская Е. А. Конкурентоспособность предприятий сферы услуг: теория и методика оценки. Монография. М.: Русайнс. 2021. 160 с.
7. Докукина А. А., Казанцева С. Ю. Влияние адаптивного управления на конкурентоспособность организации // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2019. Т. 9. № 2–1. С. 33–44.
8. Золотова Е. В. Повышение конкурентоспособности предпринимательских структур с использованием мотивационного механизма. М.-Берлин: Директ – медиа, 2016. 115 с.
9. Лубский А. А., Медведева В. В. Конкурентоспособность предприятия: проблемные вопросы и решения // Журнал прикладных исследований. 2021. № 1. С. 48–52.

