

анализ подходов к сущности понятий «конкурентоспособность предприятия» и «конкурентное преимущество»

Аннотация

В данной статье рассматривается проблема, связанная с конкурентоспособностью промышленных предприятий. Основное содержание исследования составляет анализ различных подходов российских и зарубежных ученых к определению сущности понятий «конкурентоспособность предприятия» и «конкурентное преимущество». Автором выявлено отсутствие единства трактовки терминов «конкурентоспособность предприятия» и «конкурентное преимущество» среди известных исследователей-экономистов. На основе проведенного анализа автор формулирует собственные определения терминам «конкурентоспособность предприятия» и «конкурентное преимущество». Также автор в своей работе выделяет основные признаки конкурентоспособности предприятия.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность предприятия, конкурентоспособность продукции, рынок, качество

**Старцев
Петр Вячеславович**
аспирант кафедры
менеджмента,
Саратовский
социально-
экономический
институт Российского
экономического
университета
им. Г.В. Плеханова
ptr-starcev@rambler.ru

Стремительный переход от планово-директивной экономики к рыночным отношениям в нашей стране начался в начале 90-х годов двадцатого века. Это привело к тому, что проблемы конкуренции и конкурентоспособности стали весьма актуальны для руководителей различных бизнес-структур (в частности предприятий различных форм собственности) и ученых-экономистов, подтверждением чему является значительное количество работ по данной теме.

Понятие «конкурентоспособность»

Стоит отметить, что немного найдется таких экономических понятий как конкурентоспособность, о трактовке которых было бы так много разногласий среди ученых-экономистов. Проанализировав

ряд работ, связанных с вопросами конкурентоспособности предприятия и продукции, автор утверждает, что отсутствует единство в определении понятия «конкурентоспособность». У зарубежных и российских специалистов в области экономики и менеджмента различная трактовка данного экономического термина. Это может быть связано с рядом причин:

- исторические особенности развития экономики той или иной зарубежной страны;
- завершающиеся переходные процессы в российской экономике.

Поэтому для более детального анализа целесообразно исследовать и обобщить зарубежные и российские подходы к определению понятия «конкурентоспособность».

Развитие содержательной базы понятия «конкурентоспособность» сильно схоже с эволюцией взглядов на конкуренцию, что особенно проявляется в результате изучения работ позднего периода XIX–XX вв.

Э. Чемберлин и Дж. Робинсон в своих трудах утверждали, что конкурентоспособность это не только способность бороться с конкурентами, но и обходить противостояние с ними с помощью развития новых рынков дифференцированной продукции.

Й. Шумпетер и П. Ромер считали, что конкурентоспособность предприятия можно определить как способность к созданию новых технологий, новых рынков и идей.

Б. Хендерсон и О. Уильямсон в своих работах в качестве базовой основы конкурентоспособности отмечали низкие затраты на производство продукции, получаемые из-за применения наиболее эффективной методики производства при аналогичных с конкурентами ценами.

Г. Хемел и К. Прахад в качестве конкурентоспособности указывали возможность предвидения ситуации на рынке в будущем, основываясь на опыте, навыках и интеллектуальном лидерстве [4].

Несмотря на то, что вышеизложенные определения понятия «конкурентоспособность» содержат различные компоненты, Й. Шумпетер и П. Ромер утверждают, что новаторская роль наиболее важна в конкурентоспособности, Э. Чемберлин и

...немного найдется таких экономических понятий, как конкурентоспособность, о трактовке которых было бы так много разногласии среди ученых-экономистов

**развитие
содержательной
базы понятия
«конкурентоспо-
собность» сильно
схоже с эволюцией
взглядов
на конкуренцию, что
особенно проявляется
в результате
изучения работ
позднего периода
19–20 вв.**

Дж. Робинсон говорят о соперничестве для развития рынка, Б. Хендерсон и О. Уильямсон считают основой конкурентоспособности низкие затраты на производство, а Г. Хемел и К. Прахад предполагают, что это достижимо благодаря определенным навыкам и опыту. Автор считает, что можно обобщить представления о конкурентоспособности в западных работах как возможность предприятий-производителей предвидеть ситуацию на рынке и использовать эффективные методы производства и продвижения продукции, отвечающей запросам потребителей при сравнении с другой аналогичной продукцией, представленной на рынке на основе минимальных производственных затрат, а также особенных знаниях, технологиях и опыте.

Понятие «конкурентоспособность» в работах российских ученых

Российские ученые в своих работах стали исследовать понятие «конкурентоспособность» относительно недавно. Монография Г. Долинского и И. Соловьева стала одной из первых российских работ, охвативших различные аспекты конкурентоспособности. В этой работе понятие конкурентоспособности сопоставляется с такой технико-экономической категорией, как качество продукции [3]. Ученые с помощью выдвижения ряда тезисов значительно снижают неопределенность, связанную с трактовкой конкурентоспособности.

1) Конкурентоспособность продукции определяется с помощью совокупности определенных свойств, которые интересны для покупателя и удовлетворяют его определенные потребности.

2) Оценка конкурентоспособности продукции происходит при сравнении параметров рассматриваемой продукции с изделием конкурента и требованиями потребителей.

3) Важным тезисом изучаемой монографии является тезис о необходимости и значении оценки конкурентоспособности неоднородной продукции.

В отличие от Г. Долинского и И. Соловьева ученый П. Завьялов в своей работе утверждает, что в процессе изучения понятия конкурентоспособности как важного экономического вопроса необходимо учитывать следующее.

1) Общепринятое определение понятие «конкурентоспособности» отсутствует.

2) Следует количественно оценивать экономические субъекты, которые являются носителями свойств конкурентоспособности, иначе поддержание и повышение конкурентоспособности носит субъективный характер.

3) Основными параметрами, определяющими уровень конкурентоспособности, являются относительность и многослойность.

4) Конкурентоспособность определяется, исходя из результатов сравнения, как предприятий, так и продуктов.

5) Сравнение экономических объектов в ходе анализа конкурентоспособности должно отвечать определенным требованиям корректности и полноты.

И. Фаминский в своих трудах выделял существенные признаки понятия «конкурентоспособность».

1) Многовариантность, приводящая к тому, что ряд ученых понимает под конкурентоспособностью только определенные технические характеристики продукции или предприятия.

2) Относительность, проявляющаяся в том, что конкурирующая на одном рынке продукция будет совсем неконкурентоспособна на другом.

3) Различие основных подходов к анализу и оценке конкурентоспособности на различных уровнях:

- продукции;
- предприятия;
- отрасли;
- страны в целом.

Г. Азгальдов определяет конкурентоспособность продукции как процесс сравнения затрат, понесенных потребителем и результата, который достигается потребителем при использовании данной продукции.

Н.С. Яшин утверждает, что конкурентоспособность предприятия связана с его возможностью и динамикой приспособления к условиям рыночной конкуренции [6].

Профессор Р. Фатхутдинов считает, что конкурентоспособность – это «свойство объектов, характеризующее степень удовлетворения конкретной потребности в сравнении с лучшими аналогичными объектами, представленными на данном

...можно обобщить представления о конкурентоспособности в западных работах как возможность предприятий-производителей предвидеть ситуацию на рынке и использовать эффективные методы производства и продвижения продукции, отвечающей запросам потребителей при сравнении с другой аналогичной продукцией...

конкурентоспособность продукции определяется с помощью совокупности определенных свойств, которые интересны для покупателя и удовлетворяют его определенные потребности

рынке, на уровне предприятия, региона, отрасли, любой сферы макросреды, страны в целом» [4]. К объектам, имеющим свойство конкурентоспособности, ученый относит не только продукцию, но и нормативные акты, проектно-конструкторские документы, научно-методическую документацию, технологию производственного процесса, персонал, ценные бумаги, информационные данные и инфраструктуру предприятия.

И.П. Данилова анализирует содержание понятия «конкурентоспособности» и рассматривает его с разных позиций:

- 1) экономической – как основу функционирования;
- 2) рыночной – как борьба на рынке;
- 3) философской – как ведущий фактор развития общества;
- 4) социальной – как соответствие определенным требованиям социального развития предприятия;
- 5) психологической – как подтверждение соответствующих ожиданий.

В целом с И.П. Даниловой можно согласиться, но стоит добавить, что в данном определении понятия конкурентоспособность не учтены правовое регулирование и система целеполагания, которые являются одними из основополагающими.

И.А. Спиридонов видит конкурентоспособность как возможность предприятия в современных рыночных условиях прибыльно вести свою хозяйственную деятельность, которая обеспечивается за счет рационального использования организационных, управленческих, экономических, научных, технических, технологических, маркетинговых, производственных и других средств ведения бизнеса. А.Ю. Юданова в качестве основных характеристик конкурентоспособности продукции выделяет стоимостные и потребительские, которые отличают продукцию одного предприятия от другой аналогичной продукции.

По мнению автора, для определений, данных И.А. Спиридоновым и А.Ю. Юдановой, характерна узость трактовки понятия «конкурентоспособность», т.к. рассматриваются в основном дешевая или качественная продукция, а другим параметрам внимание не уделено.

Одним из самых теоретически обоснованных определений конкурентоспособности как многомерной и многогранной экономической категории является определение, данное в работах российского ученого-экономиста А.Ш. Хасановой. Она утверждает, что конкурентоспособность – это определенный элемент системы конкурентных отношений. Конкурентоспособность является многогранной категорией, включающей в себя определенные элементы конкуренции и монополизма, а также их государственные регулировочные механизмы и реализующиеся на определенных уровнях рыночных отношений. Определение, данное А.Ш. Хасановой, по мнению автора, полностью оценивает всю совокупность конкурентных отношений и с его помощью появляется возможность проводить сравнительную характеристику.

Обобщенные взгляды на конкурентоспособность продукции и предприятия

Обобщая высказываемые различными учеными-экономистами взгляды на конкурентоспособность продукции и предприятия, автор пришел к выводу, что конкурентоспособными можно считать предприятия, функционирующие эффективно или предоставляющие потребителю конкурентоспособную продукцию. Проработка проблемы конкурентоспособности предприятия многими учеными-экономистами не сильно отличается от уровня осмысления конкурентоспособности продукции. В итоге после рассмотрения в трудах ученых-экономистов существующей ситуации, связанной с проблематикой конкурентоспособности, автор делает следующие выводы.

- 1) Конкурентоспособность – это свойство, характеризующее любые экономические объекты.
- 2) Вся продукция и производящие ее системы рассматриваются в контексте проблем конкурентоспособности.
- 3) В определенных условиях конкурентоспособность отождествляется с такими экономическими категориями, как качество и эффективность.
- 4) При решении проблем, связанных с конкурентоспособностью, могут использоваться известные

конкурентоспособность определяется, исходя из результатов сравнения, как предприятий, так и продуктов

конкурентоспособность является многогранной категорией, включающей в себя определенные элементы конкуренции и монополизма, а также их государственные регулировочные механизмы и реализующиеся на определенных уровнях рыночных отношений

способы решения задач, зависящих от проблем качества и эффективности.

5) Свойство конкурентоспособности может проявляться вне зависимости от деятельности предприятия и определяться объективными процессами, протекающими в экономике. Следовательно, конкурентоспособность – динамическая категория, обусловленная внешними факторами, многие из которых рассматриваются как управляемые. Кроме того, автор выделяет основные признаки, характеризующие сущность понятия конкурентоспособность.

1) Конкурентоспособность проявляется в процессе рыночных отношений.

2) Конкурентоспособность имеет уникальные свойства и распространяется на субъект и объект рыночных отношений.

3) Состояние конкурентоспособности динамично и неустойчиво из-за часто меняющейся рыночной среды.

4) Конкурентоспособность – относительная величина, для сравнения которой основными параметрами служат аналогичные показатели конкурентов.

По мнению автора, под конкурентоспособностью стоит понимать относительную рыночную величину, которая динамично изменяется и характеризует возможность предприятия получать прибыль от своей деятельности в современных рыночных условиях с помощью эффективного использования организационно-управленческого, производственного, научного, экономического, технического, маркетингового и иного потенциала предприятия.

Конкурентное преимущество

Несомненно, контекстное исследование понятия «конкурентоспособность предприятия» не в состоянии в полном размере ответить на вопросы, связанные с указанной проблемой, поэтому целесообразно провести изучение термина «конкурентное преимущество».

Различные подходы ученых-экономистов к определению «конкурентное преимущество» отражаются во времени и в содержании. Представителями классической школы А. Смитом, Д. Миллем и Д. Риккардо

была разработана теория абсолютных и относительных преимуществ, в основе которой были положены затраты определенного производителя. Ученые указали в своих работах предпосылки конкурентоспособности предприятия, которые выражались в разнице цен. Они выделяли две среды – рыночную и естественную, в которых формировались рыночные и естественные цены. Естественные цены включают в себя затраты на производство, а рыночные зависят от рыночной конъюнктуры, в частности от спроса и предложения. А. Смитом, Д. Миллем и Д. Рикардо были заложены предпосылки конкурентоспособности предприятия, выражающиеся в стремлении предприятий производить свою продукцию по более низкой естественной цене и продавать по более высокой рыночной с целью получить большую прибыль.

В конце 19-го столетия А. Маршаллем была выдвинута теория, исходя из которой основным конкурентным преимуществом предприятия считался большой масштаб производства и уменьшение из-за этого затрат.

В начале 20-го века Э. Хекшером и Б. Олином была разработана теория соответствия факторов производства, в которой конкурентными преимуществами считались избытки того или иного ресурса. А. Алчинян, Т. Эггертсон и Г. Демсец в середине 20-го столетия в своих работах считали конкурентными преимуществами уникальные свойства, которые имеются у предприятия по сравнению с другими конкурентами.

И. Кирнцер дополняя мнение А. Алчиняна, Т. Эггертсона и Г. Демсеца, считал конкурентным преимуществом предпринимательские способности руководства предприятия.

Ф. Хайек и П. Друкер, основываясь на предложении И. Кирцнера, характеризовали основу конкурентное преимущество как человеческий фактор, т.к. более конкурентоспособным предприятие становится, имея в коллективе эффективных руководителей.

Ученые Ж. Ламбен и М. Портер основным конкурентным преимуществом считали более эффективное использование имеющихся ресурсов. П. Хейне, дополняя их, утверждал, что эти ресурсы должны быть редкими.

***естественные
цены включают
в себя затраты
на производство,
а рыночные зависят
от рыночной
конъюнктуры,
в частности
от спроса
и предложения***

Ж. Вальтер, исходя из сложившихся тенденций 20-го века, рассматривал конкурентное преимущество как интеллектуальный потенциал предприятия.

Взгляды ученых-экономистов на сущность понятия «конкурентное преимущество» в начале 21-го века немного изменились. Х. Траболт считал основным конкурентным преимуществом знания. Дополняя Х. Траболта, Д. Мур полагал, что эти знания должны все время развиваться. А. Бранденбургер предполагал, что конкурентные преимущества можно определить степенью соконкуренции.

А. Ойхер в 2008 г. характеризовал конкурентные преимущества как способность предприятий, ведущих конкурентную борьбу между собой, обеспечить лучшие условия для приобретения различных ресурсов и их эффективное использование.

Модель эволюции экономического понятия «конкурентное преимущество» можно представить в *таблице*.

Данная *таблица* показывает, что сначала ученые рассматривали конкурентные преимущества как экономию на затратах. Это связано с рассмотрением только ценовых основ конкурентоспособности. С середины 19-го века значимой стала обеспеченность ресурсами. В 20-м и начале 21-го века основными конкурентными преимуществами становятся знания и интеллектуальный потенциал.

Выводу, сделанному по данным *таблицы*, соответствует определение «конкурентного преимущества», данное в работах Г.Л. Азоева. Он считал, что «конкурентное преимущество» – это «проявления превосходства предприятия над конкурентами в экономической, организационной и технической деятельности, измеряемые экономическими показателями (объемом продаж, рыночной долей, высокой рентабельностью и дополнительной прибылью)» [8].

По мнению Г.Л. Азоева, преимущество предприятия над конкурентами в экономической, организационной и технической деятельности можно считать конкурентным преимуществом только тогда, когда преимущество отражается в увеличении рыночной доли, объема продаж и прибыли.

К недостаткам определения «конкурентного преимущества», данного Г.Л. Азоевым, можно отнести

**рыночная доля,
объем продаж,
дополнительная
прибыль
и рентабельность
рассматриваются
не только как
показатели
конкурентных
преимуществ,
но и как результат
реализации
конкурентных
преимуществ**

**Эволюция содержательных основ экономического понятия
«конкурентное преимущество»**

Содержательные основы экономического понятия «конкурентное преимущество»	Ученые-экономисты												
	А. Смит	Д. Милль, Д. Рикардо	А. Маршалл	Б. Олин, Э. Хекшер	Г. Демсец, А. Алчидьян, Т. Эггертсон	И. Кирцнер	Ф. Хайек, П. Друкер	Ж. Ламбен, М. Портер	Ж. Вальтер	Х. Траболт	Д. Мур	А. Бранденбургер	А. Ойгер
Затраты	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Объемы производства	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Факторы производства	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Требования конкурентной среды	-	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-
Предпринимательские способности	-	-	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-
Человеческий фактор	-	-	-	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-
Эффективное использование ресурсов	-	-	-	-	-	-	-	+	-	-	-	-	+
Интеллектуальный потенциал	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	+	-	-
Степень соконкуренции	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+
Век	18	19	20				21						
				Начало	Середина		Конец						

Источник: [7].

оценку конкурентных преимуществ предприятия по определенному числу экономических показателей, что влечет за собой оценку конкурентных преимуществ лишь в сфере сбыта продукции. Рыночная доля, объем продаж, дополнительная прибыль и рентабельность рассматриваются не только как показатели конкурентных преимуществ, но и как результат реализации конкурентных преимуществ.

Конкурентное преимущество обладает относительным характером. Исключение может составить

конкурентное преимущество – это превосходство предприятия над конкурентами в экономической, управленческой и технической деятельности, которая связана с НИОКР, производством и продажей продукции, сервисом

лишь продукция, имеющая уникальные свойства и у которой отсутствуют заменители, что формирует условия для появления абсолютных конкурентных преимуществ предприятия. Они закрепляются с помощью патентования. Относительность конкурентных преимуществ обуславливается конкретными условиями. Когда эти условия изменяются, конкурентные преимущества утрачиваются частично или полностью.

Вывод

Исходя из проведенного анализа определений понятия «конкурентное преимущество», автор предлагает собственную трактовку данному понятию. Конкурентное преимущество – это превосходство предприятия над конкурентами в экономической, управленческой и технической деятельности, которая связана с НИОКР, производством и продажей продукции, сервисным обслуживанием. Эти превосходства являются фундаментом конкурентоспособности предприятия, и ведут к положительной динамике доли рынка, объема продаж, прибыли и рентабельности. Данное определение позволяет:

- 1) точнее отразить сущность конкурентных преимуществ;
- 2) увязать конкурентные преимущества со сферами и видами их проявления;
- 3) рассмотреть конкурентные преимущества как фундамент конкурентоспособности предприятия.

Литература

1. Андреева Т.А. Интегрированная система процессов стратегического управления газовой корпорацией // Вестник СГСЭУ. – 2013. – № 1 (45).
2. Гугелев А.В., Яшин Н.С. Конкурентоспособность субъектов хозяйствования: проблемы обеспечения и методы регулирования // Вестник СГСЭУ. – 2004. – № 7.
3. Миронов М.Г. Ваша конкурентоспособность. – М.: Альфа-Пресс, 2004.
4. Фатхутдинов Р.А. Стратегическая конкурентоспособность. – М.: Экономика, 2005.
5. Яксанов Д.С. Роль конкурентоспособности в развитии промышленных предприятий // Вестник СГСЭУ. – 2013. – № 4 (48).

6. Яшин Н.С. Конкурентоспособность промышленного предприятия: методология, оценка, регулирование. – Саратов: СГЭА, 1997.

7. Данилов И.А., Волкова Е.В. Ретроспективный анализ трактования терминов «конкурентоспособность» и «конкурентное преимущество» отечественными и зарубежными авторами // Вестник Челябинского государственного университета. – 2010. – №3 (184). – С.132.

8. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы // Г.Л. Азоев, А.П. Челенков. – М.: Новости, 2000. – 87 с.

9. Четыркина Н.Ю. Система управления конкурентоспособностью: уровни, параметры и конкурентные преимущества // Креативная экономика. – 2012. – № 3 (63). – с. 15–20. – <http://www.creativeconomy.ru/articles/19700/>.

pn

Pyotr V. Startsev

*Postgraduate, Academic Department of Management,
Saratov State Socio-Economic University of G.V. Plekhanov Russian University
of Economics*

Analysis of approaches to the essence of “competitive capacity of an enterprise” and “competitive advantage” concepts

Abstract

This article discusses a problem related to the competitive capacity of industrial enterprises. The main content of this research is the analysis of the different approaches, which have Russian and foreign scientists for definition of the essence of “competitive capacity of an enterprise” and “competitive advantage” concepts. The author has identified the lack of unity in interpretation of the terms “competitive capacity of an enterprise” and “competitive advantage”, given by well-known researchers-economists. Based on the analysis conducted, the author formulates his own definitions of the terms “competitive capacity of an enterprise” and “competitive advantage.” In the work, the author also highlights the main features of competitive capacity of an enterprise.

Keywords: competition, competitive capacity of an enterprise, competitive capacity of a product, market, quality