

ОЦЕНКА ПОДХОДОВ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Ю. А. МОИСЕЕНКО, Т. В. РОМАНЬКОВА

Государственное учреждение высшего профессионального образования
«БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Могилев, Беларусь

В эпоху глобализации и интернационализации производства единственным критерием его эффективности и востребованности выпускаемой продукции является конкурентоспособность. Основными факторами, которые обуславливают возможность множественности трактовок этого понятия, являются различные исходные позиции экономистов, а также и то, что в качестве производителя рассматривается отдельное предприятие, отрасль или вся экономика в целом.

Проблема повышения конкурентоспособности отечественных производителей является в настоящее время одной из актуальных задач стоящих перед каждым субъектом хозяйствования, государством и Республикой Беларусь в целом.

Предпосылкой для завоевания сильных рыночных позиций являются возможности снижения затрат на производство и реализацию продукции с соответствующей оптимизацией ценовой политики. Однако трудности, с которыми сталкиваются организации при выходе на рынок, далеко не всегда могут быть компенсированы лишь снижением уровня цен. Важную роль при проникновении и закреплении на рынке играет степень доверия к товарной марке, торговому имиджу фирмы. Крайне необходимым условием повышения конкурентоспособности организации является производство качественной продукции, обеспечение высокого качества обслуживания и широты ассортимента предоставляемых услуг.

В настоящее время существует большое количество публикаций по конкурентоспособности субъектов хозяйствования и товаров с различным понятийным аппаратом. Поэтому возникла необходимость в уточнении понятия «конкурентоспособность предприятия».

Основная задача каждого исследователя, изучающего проблемы конкурентоспособности предприятия, состоит в определении критериев, а также нахождении источников и факторов конкурентоспособности. В экономической литературе можно встретить весьма разнородные определения конкурентоспособности предприятия.

В результате проведения сравнительного анализа различных подходов к понятию «конкурентоспособность организации» установлено:

– во-первых, всю совокупность определений можно разделить на три группы:

1) определения, базирующиеся на внутренней и внешней стороне деятельности организации (Захаров А.Н, Калашникова Л.А. и др.);

2) определения, базирующиеся на товарной составляющей конкурентоспособности (Фатхутдинов Р. А. и др.);

3) определения, сочетающие товарную составляющую и производственную деятельность субъекта (Донцова Л.В., Адаева Т. Ю. и др.);

– во-вторых, выделить определение, представленное Фасхиевым Х.А.: «конкурентоспособность предприятия – это оцененное субъектами внешней среды его превосходство на выбранных сегментах рынка над конкурентами в данный момент времени, достигнутое без ущерба окружающим, определяемое конкурентоспособностью его конкретных товаров и уровнем конкурентного потенциала, характеризующего способность в настоящем и будущем разрабатывать, изготавливать, сбывать и обслуживать товары (услуги), превосходящие по критерию цена/качество аналоги» [1].

Данное определение, на наш взгляд, является наиболее полным, комплексным и всесторонне описывает рассматриваемую категорию, так как:

- отражает превосходство субъекта хозяйствования над другими;
- указывает на динамический характер, так как субъект хозяйствования в данный период времени может быть конкурентоспособным или нет;
- позволяет разработать методику оценки уровня конкурентоспособности субъекта хозяйствования, которая может использоваться самим субъектом хозяйствования и его конкурентами;
- подчеркивает законность осуществления деятельности по повышению конкурентоспособности субъекта хозяйствования.

Таким образом, дальнейшие исследования по данной проблеме будут направлены на решение следующих задач:

- систематизировать факторы, влияющие на конкурентоспособность продукции и предприятия, а также выделить пути их воздействия;
- предложить методику комплексной оценки конкурентоспособности промышленных предприятий, которая может быть использована для внутренних целей, предприятиями-конкурентами и государственными органами для установления рейтинговой оценки;
- разработать механизм повышения конкурентоспособности промышленных предприятий.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Фасхиев, Х. А.** Определение конкурентоспособности предприятия / Х. А. Фасхиев // Маркетинг в России и за рубежом. – 2009. – № 4. – С. 75–82.