

# ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ «КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ» И ЕЁ ОСОБЕННОСТИ ДЛЯ ТРАНСПОРТНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Автор: докторант Н.ШЕСТЕНКО-ДЯЧЕК

Технический Университет Молдовы

**Аннотация:** В статье рассматриваются основные определения понятия «конкурентоспособность», которые базируются на определённых составляющих: на внутренней и внешней деятельности фирмы, на товарной составляющей конкурентоспособности, и на составляющей, сочетающей товар и производственную деятельность субъекта

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, конкуренция, предприятие, товар, объект, рынок, потенциал.

В настоящее время ключевыми понятиями при изучении и оценке деятельности любой организации является конкуренция и конкурентоспособность. Конкуренция на рынке товаров или услуг, требует от предприятия обеспечения определенной конкурентоспособности или же грозит вытеснением его с данных рынков.

Термин «конкурентоспособность» достаточно органично вошел в наш повседневный и тем более научный лексикон. Конкурентоспособность – многогранная экономическая категория, которая во множестве источников трактуется неоднозначно. Термин «конкурентоспособность» используется применительно и к создаваемой продукции, и к элементам экономических систем, т.е. в настоящее время все большее количество исследователей уделяет внимание вопросам изучения конкурентоспособности продукции, отдельных предприятий, городов, регионов, стран, технологий, работников и даже нормативных актов. Таким образом, данный термин может рассматриваться на уровне товара, предприятия (товаропроизводителя), технологий, целой отрасли или региона, страны [5].

По оценке The World Economic Forum в 2011-2012 году Молдова заняла 93 место по конкурентоспособности из 142 стран, поднявшись на одну ступень по сравнению с 2010-2011 годом [6]. Безусловно, конкурентоспособность любой страны зависит от конкурентоспособности всех отраслей экономики. Однако для обеспечения высокого уровня конкурентоспособности любой отрасли необходимо обеспечение конкурентоспособности предприятий, функционирующих на определённом рынке, чья конкурентоспособность в большей степени зависит от производимых товаров или услуг. На рисунке 1 графически представлена зависимость конкурентоспособности страны от конкурентоспособности фирмы и товара.



Рисунок 1 – Пирамида конкурентоспособности

В экономической литературе не выработано единое понятие «конкурентоспособность», несмотря на значимость этого термина для каждого государства.

По мнению М. Портера, «не существует общепринятого определения конкурентоспособности. Для фирм конкурентоспособность означала возможность конкурировать на мировом рынке при наличии глобальной стратегии. Для многих конгрессменов конкурентоспособность означала положительный внешнеторговый баланс. Для некоторых экономистов конкурентоспособность означала низкие производственные затраты на единицу продукции, приведенные к обменному курсу» [1, с.13].

Данная мысль, высказанная М. Портером в конце 80-х годов, не утратила своей актуальности до настоящего времени. Основные причины, обуславливающие множественность трактовок данной категории, кроются в различии подходов к тому, что рассматривать в качестве субъекта отношений — предприятие, отрасль, регион или экономическую систему страны в целом. Определения привязаны к различным объектам, субъектам и предмету оценки. Ежегодно публикуется огромное количество научных работ по тематике конкурентоспособности. В результате изучения некоторых работ по данной тематике было обнаружено 57 определений, которые приведены в таблице 1.

Таблица 1- Определения категории «конкурентоспособность предприятия»

Автор	Определение
<i>1. Определения, базирующиеся на внутренней и внешней деятельности фирмы</i>	
1. Баринов В. [2]	Конкурентоспособность объектов складывается из конкурентоспособности его элементов и их организованности для достижения цели
2. Блинов А.О., Захаров В.Я. [2]	Под конкурентоспособностью предприятия мы понимаем способность создавать такое превосходство над конкурентами, которое позволяет достичь поставленных целей
3. Захаров А.Н. [2]	Конкурентоспособность организации – обладание свойствами, создающими преимущества для субъекта экономического соревнования
4. Калашникова Л.М. [2]	Конкурентоспособность предприятия – комплексное понятие, которое обусловлено системой и качеством управления, качеством продукции, широтой и глубиной ассортимента, востребованного обществом или отдельными его членами, стабильным финансовым состоянием, способностью к инновациям, эффективным использованием ресурсов, целенаправленной работой с персоналом, уровнем системы товародвижения и сервиса, имиджем фирмы
5. Селезнев А. [2]	Конкурентоспособность – это обусловленное экономическими, социальными, политическими факторами положение товаропроизводителя на внутреннем и внешнем рынках, отражаемое через показатели (индикаторы), адекватно характеризующие такое состояние и его динамику
6. Конно Т. [2]	Конкурентоспособность предприятия – совокупность характеристик, включающих захваченную предприятием долю рынка, способность предприятия к производству, сбыту и развитию, способность высшего звена руководства к реализации поставленной цели
7. Куприянова Т. [2]	Борьба за ограниченный объем платежеспособного спроса, ведущаяся фирмой на доступных ей сегментах
8. Маракулин М.В. [2]	Конкурентоспособность компании – способность компании работать в динамичной конкурентной среде при удержании имеющихся конкурентных преимуществ, как минимум, в неизменном виде (лучше – с положительной динамикой)
9. Фигурнов Э.Б., Донец Ю.Ю. [2]	Конкурентоспособность предприятия – эффективность использования его производственного потенциала (способность наращивать конкурентоспособность изготавливаемой продукции в более быстром темпе, чем потенциал конкурента)
10. Старовойтов М.К., Фомин Б.Ф. [2]	Конкурентоспособность – «уровень предприятия» – является общей мерой интереса и доверия к услугам предприятия на фондовом,

	финансовом и трудовом рынках. В числе главных определяющих факторов этой меры выступают стоимость предприятия, техническая оснащенность рабочих мест, реализуемая концепция управления, управленческие технологии, организационная система, человеческий капитал, стратегический маркетинг, техническая, инвестиционная и инновационная политики
11. Яшин Н.С. [2]	Конкурентоспособность предприятия – это возможность и динамика приспособления его к условиям рыночной конкуренции
12. Петров В. [2]	Конкурентоспособность – это внутреннее свойство субъекта рыночных отношений, выявляемое в процессе конкуренции и позволяющее занять свою нишу в рыночном хозяйстве капиталистического типа для расширения воспроизводства, что предполагает покрытие всех издержек производства и получение прибыли от легальной хозяйственной деятельности
13. Светуныков С.Г. [2]	Конкурентоспособность – это свойство объекта, имеющего определенную долю соответствующего рынка, которое характеризует степень соответствия технико-функциональных, экономических, организационных и других характеристик объекта требованиям потребителей, определяет долю рынка, принадлежащую данному объекту, и препятствует перераспределению этого рынка в пользу других объектов
14. Завьялов П.С. [2]	Конкурентоспособность предприятия – это возможность эффективной хозяйственной деятельности и ее практической прибыльной реализации в условиях конкурентного рынка
15. Емельянова С.В. [2]	Конкурентоспособность производителя – это его потенциальная или реализованная способность обеспечить вовлечение в хозяйственный оборот собственных или привлеченных активов, могущих стать конкурентными преимуществами
16. Дементьева А.В. [2]	Конкурентоспособность предприятия – это способность использовать свои сильные стороны и концентрировать свои усилия в той области производства товаров или услуг, где она может занять лидирующие позиции на внутреннем и внешнем рынках
17. Хайн Д. и Эрлих М. [3, с.8]	Конкурентоспособность-это способность страны или фирмы продавать свои товары
18. Градов А. [3, с.8]	В общем виде конкурентоспособность фирмы может быть определена как её сравнительное преимущество по отношению к другим фирмам данной отрасли внутри страны и за её пределами.
19. Разовский Ю.В. [3, с.8]	Конкурентоспособность предприятия - способность расширенно воспроизводить капитал компании существенно дольше срока его окупаемости, прибыльно производя и реализуя продукцию на внутреннем и внешнем рынках, в условиях периодических кризисов и ухудшения качества сырьевой базы, при норме прибыли выше ставки банковского кредита, учитывающей все виды риска.
20. Млоток Е. [4, с.179]	Сравнительное преимущество фирмы по отношению к другим фирмам данной отрасли внутри национальной экономики и за ее пределами
21. Багиев Г.Л. [4, с.179]	Важнейший критерий целесообразности выхода предприятия на национальные и мировые товарные рынки
22. Гельвановский М. [4, с.180]	В самом общем смысле – обладание свойствами, создающими преимущества для субъекта экономического соревнования
23. Визер Е.Дж. [4, с.180]	Способность фирмы приобрести, сохранить и увеличить долю на рынке
24. Осипов В.А. [4, с.180]	Конкурентоспособность предприятия – это его относительное преимущество по сравнению с другими предприятиями
25. Иванов Ю.Б. [4, с.180]	Под конкурентоспособностью следует понимать эффективность функционирования и динамику приспособления предприятия к

	изменяющимся условиям внешней среды
26. Козлов В.К., Уваров С.А. [4, с.181]	Конкурентоспособность определяется потенциалом, который представляет системное образование ресурсов фирмы и характеризуется их качественным и количественным составом, производительностью, а также отражает степень возможностей их эффективного использования
27. Душко А.П. [4, с.181]	Конкурентоспособность предприятия – это способность противостоять конкурентам и воздействию факторов внешней среды, осуществляя свою деятельность в условиях рыночных отношений комбинированием располагаемых ресурсов и наращиванием своего потенциала для социально-экономического роста в целях удовлетворения дифференцированного спроса на действующих и новых рынках
28. М. Мескон А. Альберт Ф. Хедоури [5]	Выраженная компетентность заключается в том, что фирма делает что-то лучше, чем её конкуренты, т.е. сохраняет конкурентоспособность, позволяющую фирме привлекать и сохранять потребителей
<i>2. Определения, базирующиеся на товарной составляющей конкурентоспособности</i>	
29. Миронов М.Г. [2]	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
30. Фатхутдинов Р.А. [2]	Конкурентоспособность – это свойство объекта, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке
31. Фатхутдинов Р.А. [2]	Конкурентоспособность организации – это ее способность производить конкурентоспособный товар или услугу
32. М. Эрлих и Дж. Хайн [2]	Конкурентоспособность – способность страны или фирмы продавать свои товары
33. European management forum [2]	Конкурентоспособность фирмы – это реальная и потенциальная способность компаний, а также имеющиеся у них для этого возможности проектировать, изготавливать и сбывать товары, которые по ценовым и неценовым характеристикам в комплексе более привлекательны для потребителя, чем товары конкурента
34. Васильева З.А. [2]	Конкурентоспособность предприятий (для потребителей) – способность удовлетворять потребности (решать проблемы) потребителей на основе производства товаров и услуг, превосходящих конкурентов по требуемому набору параметров
35. Дулисова И.Л. [2]	Свойство объекта, характеризующее степень удовлетворения конкретной потребности по сравнению с лучшими аналогичными объектами, или конкурентоспособность – это способность выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами в условиях конкретного рынка
36. Рове М. [2]	Конкурентоспособность – это способность страны или фирмы продавать свои товары
37. Зулкарнаев И.У., Ильясова Л.Р. [2]	Интегральная конкурентоспособность предприятия по отношению к другим предприятиям – это его способность занимать определенную долю рынка продукции и способность увеличивать/уменьшать данную долю
38. Чаплина А. [5]	Конкурентоспособность – это возможность предприятия производить пользующуюся спросом продукцию в условиях достижения высокого уровня эффективности деятельности
<i>3. Определения, сочетающие товар и производственную деятельность субъекта</i>	
39. Донцова Л.В. [2]	Способность предприятия противостоять на рынке другим

	изготовителям аналогичной продукции (услуги) как по степени удовлетворения своими товарами конкретной общественной потребности, так и по эффективности производственной деятельности
40. Рубин Ю.Б. Шустов В.В. [2]	Реальная и потенциальная способность компании, а также имеющиеся у них для этого возможности проектировать, изготавливать и сбывать товары, которые по ценовым и неценовым характеристикам в комплексе более привлекательны для потребителей, чем товары конкурентов
41. Сергеев И.В. [2]	Под конкурентоспособностью предприятия понимается способность предприятия производить конкурентоспособную продукцию за счет его умения эффективно использовать финансовый, производственный и трудовой потенциал
42. Фасхиев Х.А. [2]	Под конкурентоспособностью предприятия подразумевается как реальная, так и потенциальная способность компании разрабатывать, изготавливать, сбывать и обслуживать в конкретных сегментах рынка конкурентоспособные изделия, то есть товары, превосходящие по качественно-ценовым параметрам аналоги и пользующиеся более приоритетным спросом у потребителей
43. Ермолов М.О. [2]	Конкурентоспособность предприятия – это относительная характеристика, отражающая отличие процесса развития данного производителя от производителя конкурента как по степени удовлетворения своими товарами или услугами конкретной общественной потребности, так и по эффективности производственной деятельности
44. Мазилкина Е.И., Паничкина Т.Г. [2]	Конкурентоспособность организации – это относительная характеристика, отражающая степень отличия развития данной организации от конкурентов по степени удовлетворения своими товарами потребностей людей, а также возможности и динамику приспособления организации к условиям рыночной конкуренции
45. Иванова Е.А. [2]	Конкурентоспособность предприятия – это необходимое условие обеспечения производства конкурентоспособной продукции, что является в современных условиях важным направлением деятельности предприятия, ориентированного на завоевание как внутреннего, так и внешнего рынка путем создания продукции, отвечающей требованиям потребителей и мировым стандартам в конкретных сегментах рынка в определенный период времени
46. Зайцев Н.Л. [2]	Конкурентоспособность предприятия – это его возможность производить на действующих производственных мощностях в соответствии запланированными технико-экономическими параметрами, обеспечивающими конкурентоспособность продукции
47. Соловьёв В. [3, с.8]	Конкурентоспособность предприятия представляет собой относительную характеристику, отражающую отличия процесса развития данного предприятия от предприятия конкурента как по степени удовлетворения своими товарами (услугами конкретной производственной или личной потребности), так и по эффективности производственной деятельности
48. Герчикова И. [3, с.8]	Конкурентоспособность- это комплекс экономических характеристик, определяющих положение предприятия на отраслевом рынке(национальном, мировом). Этот комплекс может включать характеристики товара, определяемого сферой производства, а так же факторы, формирующие в целом экономические условия производства и сбыта товаров фирмы.
49. Данчиков Е.А. [3, с.8]	Конкурентоспособность предприятия - это способность прибыльно производить (воспроизводить) и реализовывать (поставлять) товарную продукцию по цене и качеству не хуже, чем у любых других рыночных контрагентов в своей рыночной нише. При этом норма и масса прибыли, объём продаж, доля рынка характеризуют результат хозяйственной деятельности данного экономического субъекта.

50.Донцова Л.В. [4, с.179]	Способность предприятия противостоять на рынке другим изготовителям аналогичной продукции (услуги) как по степени удовлетворения своими товарами конкретной общественной потребности, так и по эффективности производственной деятельности
51.Джакот Д.Х. [4, с.179]	Способность компании реализовывать свою продукцию по цене, обеспечивающей рост и выполнение обязательств перед третьими лицами (обеспечение определенного уровня рентабельности, формирования основных фондов, возврата инвестиционного капитала)
52.Рове М. [4, с.179]	Конкурентоспособность – это способность страны или фирмы продавать свои товары
53.Мескон М. Х. [4, с.179]	Конкурентоспособность предприятия – это относительная характеристика, которая выражает отличия развития данной фирмы от развития конкурентных фирм по степени удовлетворения своими товарами потребности людей и по эффективности производственной деятельности. Конкурентоспособность предприятия характеризует возможности и динамику его приспособления к условиям рыночной конкуренции
54.Самодуров Д.О. [4, с.180]	Конкурентоспособность предприятия – это способность предприятия разрабатывать, производить и продавать свою продукцию на рынке по цене, обеспечивающей выполнение в полном объеме его финансово-экономических обязательств, а также качественный и количественный рост его потенциала
55.Миронов М.Г. [4, с. 180]	Конкурентоспособность предприятия – это способность изготавливать и сбывать товар с большей конкурентоспособностью, чем у конкурента
56.Винокуров В.А . [4, с.181]	Конкурентоспособной организацию делают, во-первых, ресурсы (потенциал), во-вторых, умение продуктивно их использовать
57.Портер М. [5]	Конкурентоспособность – свойство товара, услуги, субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присутствующими там аналогичными товарами, услугами или конкурирующими субъектами рыночных отношений

Определение конкурентоспособности конкретно для транспортного предприятия было дано в Энциклопедии Железнодорожного Транспорта: «Конкурентоспособность транспортного предприятия – способность предприятия производить и реализовывать товары (транспортные услуги) определенного качества и объема, что позволяет выиграть соперничество с конкурентами на рынке, направленное на получение максимальной прибыли, прирост капитала (активов)» [7].

Наиболее близкое определение по отношению к конкурентоспособности услуг автотранспортных предприятий было дано Абалониным С.М. «Конкурентоспособность товара (продукции, работ, услуг) – это многоаспектное понятие, определяющее соответствие ПРУ (продукции, работ, услуг) условиям рынка, конкретным требованиям потребителей как по качественным, техническим, экономическим параметрам так и по коммерческим и другим условиям реализации (цена, сроки поставки, сервис, формы оплаты, каналы сбыта и др.). Конкурентоспособность ПРУ – важнейший фактор их коммерческого успеха на конкурентном рынке» [8, с.30].

Пеньшин Н.В. выделяет определяющие признаки конкуренции услуг автомобильного транспорта:

- наличие конкурентных преимуществ услуг автомобильного транспорта посредством рыночного сопоставления в развитии конкуренции;
- категориальный характер, т.е. совокупность конкурентов разных категорий: индивидуальных, предприятий, отраслевых, межотраслевых (национальных);

- сочетание многообразия и открытости конкурентных услуг автомобильного транспорта в условиях насыщенного и дифференцированного рынка;
- преобладание взаимной выгоды субъектов автомобильного транспорта, предоставляющих автотранспортные услуги, с частью внешнего окружения, и наличия у них абсолютного и относительного делового суверенитета;
- превращение соперничества между конкурирующими субъектами автомобильного транспорта в одну из двух противоположных, но дополняющих друг друга тенденций развития: конкуренции и интеграции.

Конкурентоспособность автотранспортного предприятия определяется им как потенциальная способность предприятия разрабатывать, совершенствовать и предоставлять автотранспортные услуги на рынке, опережая конкурентов и обеспечивая экономическую эффективность автотранспортной деятельности [9, с.6, 8].

При анализе определений можно сделать вывод, что каждый автор по-своему трактует понятие конкурентоспособности, и данное им определение этого термина зависит от целей, задач исследования, изучаемых объектов и т.д

#### *Библиография:*

1. Портер М. Международная конкуренция: Конкурентные преимущества стран — Москва: «Международные отношения», 1993. — 896с.
2. Плотичина Т.М. Определение конкурентоспособности предприятия. Тамбов, 2010. [http://www.vestnic.tstu.ru/rus/t\\_16/pdf/16\\_1\\_022.pdf](http://www.vestnic.tstu.ru/rus/t_16/pdf/16_1_022.pdf)
3. Павлов В.А. Методические подходы к управлению конкурентоспособностью предприятий алмазной отрасли промышленности. Автореферат диссертации на соиск. уч.ст.канд.э.н. Москва 2012. — 22 с.
4. Волкова Е. А., Калининкова Е. В. Повышение конкурентоспособности предприятия на основе совершенствования качества рабочей силы. Ульяновск : УлГТУ, 2010. — 229 с.
5. Моисеева И.В. Теоретические подходы изучения конкурентоспособности ВУЗа., 2008. <http://sisupr.mrsu.ru/2008-1/pdf/19-moiseeva.pdf>
6. [www.weforum.org/issues/global-competitiveness](http://www.weforum.org/issues/global-competitiveness)
7. <http://www.jd-enciklopedia.ru/18-ekonomika/18-5-1-konkurentnosposobnost-transportnogo-predpriyatiya/>
8. Абалонин С.М. Конкурентоспособность транспортных услуг – Москва, Академкнига, 2004.-169с.
9. Пеньшин Н.В. Конкурентоспособность услуг автомобильного транспорта в условиях пост-кризисной модернизации экономики России / Н.В. Пеньшин. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2010. – 156 с