

УДК 65.01

Векшин Михаил Анатольевич

аспирант
Самарский государственный
экономический университет
Самара, Россия
muxey@inbox.ru

Mikhail A. Vekshin

Post-graduate student
Samara State University of Economics
Samara, Russia

**ПРОБЛЕМА ИДЕНТИФИКАЦИИ ПОНЯТИЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ
В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

**THE PROBLEM OF IDENTIFYING THE
CONCEPT OF COMPETITIVENESS OF AN
ENGINEERING ENTERPRISE IN MODERN
CONDITIONS**

Аннотация

Важность конкретизации определения понятия конкурентоспособности машиностроительного предприятия объясняется особой ролью и задачами таких предприятий на фоне современного состояния российской экономики. В статье рассматриваются мнения различных авторов по мере развития общества и экономики к толкованию понятие конкурентоспособность. Приводятся основные подходы к определению понятия конкурентность. На основании проведенного анализа трансформации понятия конкурентоспособности и существующих подходов к ее определению автор формирует собственное определение понятия конкурентоспособности применительно к машиностроительному предприятию. Данная статья может быть полезна исследователям, занимающимся изучением конкурентоспособности промышленных предприятий.

Ключевые слова:

конкурентоспособность, конкуренция,
промышленное предприятие, машиностроение

Abstract

The importance of specifying the definition of the competitiveness of an engineering enterprise is explained by the special role and tasks of such enterprises against the backdrop of the current state of the Russian economy. The article examines the opinions of various authors on the evolution of society and the economy towards interpreting the concept of competitiveness. It presents the main approaches to defining the concept of competitiveness. Based on the analysis conducted on the transformation of the concept of competitiveness and existing approaches to its definition, the author formulates his own definition of competitiveness applicable to an engineering enterprise. This article may be useful to researchers studying the competitiveness of industrial enterprises.

Keywords:

competitiveness, competition, industrial enterprise,
mechanical engineering

Конкурентоспособность становится ключевым элементом для разработки эффективной стратегии развития промышленного предприятия, особенно на фоне дестабилизации российского промышленного рынка, вызванного оттоком значительного количества иностранных компаний и заменой их фирмами из дружественных государств на фоне активизации создания новых отечественных компаний.

Прежде чем любому промышленному предприятию планировать мероприятия и совершать целенаправленные действия, направленные на повышение

конкурентоспособности, следует определить, что же подразумевается под этим понятием.

Но тут мы сталкиваемся с таким парадоксом, который заключается в том, что существующая экономическая литература не содержит единого определения понятия конкурентоспособности.

Различные авторы по мере развития общества и экономики исходя из экономического смысла термина «конкуренция» раскрывают содержание понятия «конкурентоспособность» каждый по-своему, подчеркивая различные ее аспекты.

В таблице 1 мы обобщили основные существующие подходы к определению понятия «конкурентоспособность» [1-9].

Таблица 1 – Анализ исторических подходов к определению понятия «конкурентоспособность»

Автор	Содержание понятия «Конкурентоспособность»
М. Портер	Способность поддерживать компанией устойчивые конкурентные преимущества, которые обуславливают создание для клиентов такой ценности, которая не доступна и/или трудно воспроизводима другими фирмам.
Филип Котлер	Соревнование между компаниями за притягивание и сохранение потребителей посредством маркетинговых подходов и практик.
М. Питерф, Джейн Барни	Борьба между фирмами за рыночное преобладание, которое определяется их способностью использовать уникальные ресурсы и компетенции для создания конкурентных преимуществ
Г. Минцберг	Сложный процесс, в котором организации должны учитывать как внешнюю среду, так и внутренние возможности для создания устойчивых стратегических преимуществ.
Г. Хамел, С.К. Прахалад	Способность фирмы идентифицировать, культивировать и эксплуатировать свои уникальные ядерные компетенции, которые позволяют ей предвосхищать потребности рынка и оперативно адаптироваться к трансформации внешних факторов.
К. Шваб	Не просто соревнование между компаниями за долю рынка, а более широкий процесс глобальной трансформации, где ключевыми игроками становятся технологии, инновации и способность к быстрому приспособлению.
Г. Чесбро	Способность компании использовать как внутренние, так и внешние идеи и пути коммерциализации для форсирования собственных новшеств, а также увеличения возможностей для применения за пределом компании своих инноваций.
Т. Левитт	Борьба между организациями за доверие и предпочтения потребителей, подчеркивал важность понимания потребностей клиентов.
Р.А. Фатхутдинов	Процедура, при которой компания манипулирует своими уникальными компетенциями на выбранной территории стараясь достичь доминирования или иных поставленных задач в контексте конкурентной борьбы.

П.С. Завьялов	сфокусированное отражение управленческих, научных, маркетинговых, технологических, хозяйственных ресурсов государства, материализующихся в продуктах и сервисах, эффективно соперничающих с конкурентами альтернативами как на внутреннем, так и на внешнем рынке. Он подчеркивает, что конкурентоспособность зависит от эффективности внутреннего управления компанией и способности адаптироваться к изменяющимся условиям рынка.
И. Корнеева, В. Хруцкий	возможность эффективно функционировать в текущий момент времени на определенном рынке за счет изготовления и дистрибуции изделий и услуг, которые характеризуются достаточной конкурентной способностью.

Наличие такого количества трактований такого явления как «конкуренция» обуславливается как сложившимися различными подходами к определению, так и многоуровневой сущностью этого понятия.

Традиционно выделяют следующие основные подходы к определению «конкуренции»:

1. Подход на основе рыночного успеха. Исследователям, придерживающихся этому подходу, свойственно оценивать конкурентоспособность предприятия через его способность успешно конкурировать на рынке, удерживать и увеличивать долю рынка, а также через его рентабельность и способность генерировать прибыль.

2. Ресурсный подход. Сторонники данного подхода фокусируют внимание на ресурсах самой компании, включая финансовые, людские, технологические и организационные ресурсы. Конкурентоспособность в этом случае определяется способностью компании эффективно использовать внутренние ресурсы для достижения преимуществ перед конкурентами.

3. Стратегический подход. Этот подход лежит в основе предположения о том, что конкурентоспособность на длительном этапе развития компании достигается через стратегическое планирование и реализацию разработанных конкурентных стратегий, которые позволяют предприятию адаптироваться к изменениям внешней среды и адекватно реагировать на действия конкурентов.

4. Инновационный подход. Этот подход во главу угла конкурентоспособности ставит инновации, как в товарах, так и в процессах производства, маркетинге и организации. Предприятия, осуществляющие непрерывное внедрение новшеств, обеспечивают значительные экономические и технологические конкурентные позиции, укрепляют свое положение на рынке.

5. Ценностный подход. Тут потребитель выступает в роли главного элемента. Организация, способная предоставить потребителям качественный продукт,

обладающий уникальными характеристиками по наиболее привлекательной цене, будет обладать большей конкурентоспособностью.

Следует отметить, что подходы с учетом развития общества и технологий трансформируются, создаются их симбиозы, что подталкивает исследователей искать то единственное определение конкурентоспособности, которое сможет удовлетворить всех.

Опираясь на приведенные выше подходы и адаптируя их к теме исследования, автор предлагает следующее определение конкурентоспособности машиностроительного предприятия, как индикатор, который демонстрирует возможность организации данной отрасли мобилизовать свои ресурсы и технологии, в рамках разработанной стратегии, производить и продвигать инновационный продукт генерирующий прибыль, востребованный потребителем и максимально удовлетворяющий его представлению о качестве и цене, отличающий его от аналогичных предприятий на рынке.

Учет данного определения при разработке концепции повышения конкурентоспособности машиностроительного предприятия обеспечит получение комплексного набора индикаторов, отражающих всю сферу деятельности предприятий отрасли.

Список использованных источников

1. Завьялов П.С. Конкурентоспособность и маркетинг // Российский экономический журнал. – 1995. – №12. – С.50–55.
2. Котлер, Филип. Маркетинг менеджмент / Пер. с англ. В. Кузин – 14-е изд. – Москва [и др.] : Питер, 2014. – 800 с.: ил., табл.; 26 см. – (Серия книг "Классический зарубежный учебник"); ISBN 978-5-459-00177-9 (В пер.).
3. Левитт Т. Маркетинговая миопия // Классика маркетинга: сб. работ, оказавших наибольшее влияние на маркетинг / сост. Б.М. Энис, К.Т. Кокс, М.П. Моква; пер. с англ. Т. Виноградова, Д. Раевская, Л. Царук, А. Чех; под ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2001.
4. Петров А. Н. Теория стратегического менеджмента / А. Н. Петров. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2020. – 209 с.
5. Портер М.Э. Конкуренция / Пер. с англ.: Уч. пос. – М.: Вильямс, 2000. – 495 с.
6. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М.: Инфра-М, 2000. – 312 с.

7. Хруцкий В. Е., Корнеева И. В. Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка. М.: Финансы и статистика, 2005. 560 с.

8. Чесбро, Генри. Открытые инновации : создание прибыльных технологий / Генри Чесбро; пер. с англ. В. Н. Егорова. - Москва : Поколение, 2007. - 336 с.

9. Шваб К. Четвертая промышленная революция / К. Шваб – «Эксмо», 2016 – (Top Business Awards).