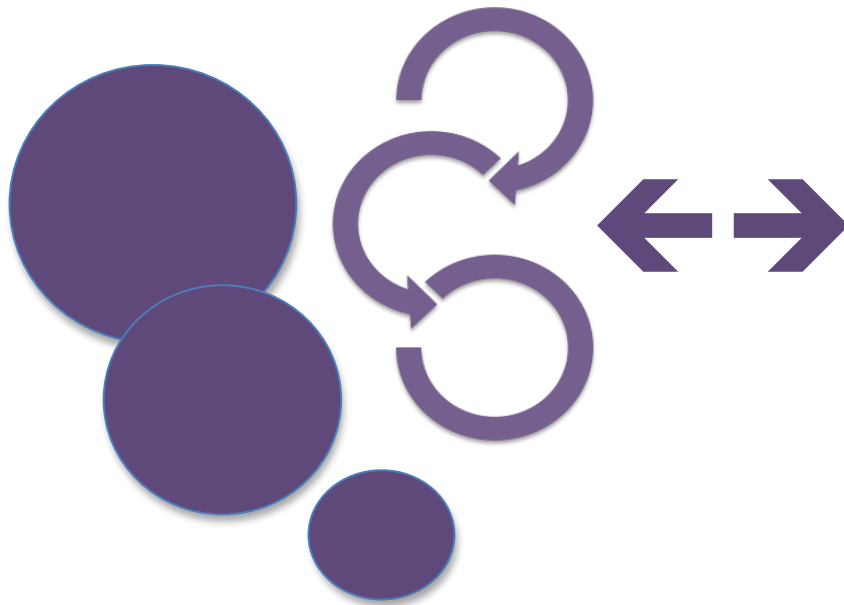




SCIEURO



Science and Technology



#3 2016

Science and Technology

#3 2016

Science and Technology #3 2016

The collection includes 7th International Conference on Science and Technology by SCIEURO in London, 23-29 October June 2016.

Editorial team

Suhadolets T.V. (Editor-in-Chief), Garwin I., Valdwel H., Nenrik Y., Forvits H., Thowe I., Zhansugurov I., Mazur V.V., Kovytkino D.Y., Kemalov A.F., Kemalov R.A., Abdullayev A.T., Kolomyts O.N., Bagiyani A.Y., Apsalikov K.N., Dergunov D.V., Abduvahobova M.A., Ermakov L.I., Palgova Z.Y., Nyyazbekova K.S., Berezhnaya V.I., Suleimenov E.N., Utelbaeva A.B., Utelbaev B.T., Zhukov Yu, Shubin O.S., Dudenkova N.A., Kotelnikov E.V., Sukhovskaya D.N., Goncharova E.H., Lobanov D.V., Shubin O.S., Melnikova N.A., Liferenko O.A., Bardin V.S., King J.V., Bednarzhevskii S.S., Zakirullin R.S., Magomedov A.N.

ISBN 978-1-78808-000-2

© **SCIEURO**

All rights reserved. This work may not be translated or copied in whole or in part without the written permission of the publisher, except for brief excerpts in connection with reviews or scholarly analysis. Use in connection with any form of information storage and retrieval, electronic adaptation, computer software, or by similar or dissimilar methodology now known or hereafter developed is forbidden.

The use in this publication of trade names, trademarks, service marks, and similar terms, even if they are not identified as such, is not to be taken as an expression of opinion as to whether or not they are subject to proprietary rights.

CONTENTS

TECHNICAL SCIENCES.....10

Bestugin A.R., Filonov O.M., Kirshina I.A.
COMPARATIVE ANALYSIS OF THE USE OF
ANISOTROPIC AND ISOTROPIC MODELS FOR
CALCULATING THE DESIGN OF
MICROMECHANICAL SENSORS ABSOLUTE
PRESSURE..... 10

Maslakov M.P., Dedegkaev A.G., Antipov K.V. THE
ACTIVITY COUNT OF TRANSITIONS PETRI
NETWORKS OF TECHNOLOGICAL PROCESSES 20

Khvostikov A.S., Korneeva D.K. STUDY WAYS TO
IMPROVE THE AERODYNAMICS OF STEAM
PIPELINES TPP 26

Vityuk G.A., Vuryim A.D., Irkimbekov R.A. RESEARCH OF
THE TEMPERATURE FIELD DYNAMICS OF HEAT
CAPACITY-TYPE IMPULSE REACTOR IN CONDITION
OF COOLING OF CENTRAL EXPERIMENTAL
CHANNEL 31

Nalivayko A.Yu. INFLUENCE PROTECTIVE OXIDE
LAYER ON THE PROCESS OF ANODIC DISSOLUTION
OF ALUMINUM..... 40

Eliseev S.V., Artyunin A.I., Kashuba V.B., Kaimov E.V.
MATHEMATICAL MODELING IN THE PROBLEM OF
DYNAMICS OF MECHANICAL OSCILLATION
SYSTEMS WITH LEVER CONNECTIONS AND
MECHANISMS..... 44

| | |
|---|-----------|
| Eliseev A.V., Kargapolcev S.K., Sitov I.S., Nikolaev A.V. THE INTEGRAL ESTIMATION OF THE STATE PARAMETERS OF GRANULAR MEDIUM UNDER VIBRATION INTERACTIONS | 53 |
| Martyshkin A.I. MATHEMATICAL MODELING OF TASK MANAGERS WITH THE STRATEGY OF SPACE SEPARATION WITH THE UNIFORM AND NONUNIFORM INCOMING REQUESTS FLOW AND LIMIT QUEUE LENGTH..... | 69 |
| ENGINEERING AND TECHNOLOGY | 78 |
| Bolgova I.N., Kopylov M.V., Kleymenova N.L., Nazina L.I. EXERGIC EVALUATION PROCESS FOR PRODUCING VEGETABLE OIL OIL CAKE AND GRANULATED BY COLD PRESSING..... | 78 |
| MECHANICS | 89 |
| Khokhryakova Yu. FINDING EFFECTIVE CHARACTERISTICS OF MULTICOMPONENT CHAOTIC REINFORCED KM..... | 89 |
| BUILDING | 92 |
| Dorozhkina E.A. QUALITATIVE ASSESSMENT OF THE STATE BEZRULONNI FLAT ROOFS OF THE BUILDINGS..... | 92 |
| MEDICINE..... | 98 |
| Matveev A.S., Potapov A.F., Ignatiev V.G., Gavriliev S.N., Semenov D.N., Dyagileva T.S., Poskachina T.R. TRAINING STUDENTS OF GENERAL ANESTHESIA SIMULATOR "SIMMAN 3G" | 98 |

| | |
|---|------------|
| Kubaev A.M., Kultanov B.Zh., Dosmagambetova R.S. STATE LIPID PEROXIDATION IN SUBCLINICAL HYPOTHYROIDISM IN THE POPULATION OF REPRODUCTIVE AGE IN REGION ECO-DISASTER PRIARALYE | 103 |
| Suchilina M.I., Kuklina L.B., Minakina L.N. THE CONTRIBUTION OF PHARMACOLOGY DEPARTMENT IRKUTSK STATE MEDICAL UNIVERSITY TO A STUDYING OF THE MEDICINAL CORRECTION OF THE CEREBROVASCULAR ACCIDENT IN EXPERIMENT | 109 |
| Stjzhkina S.N., Valinurov A.A., Koroljov V.K. CHOLECYSTECTOMY. APPROPRIATENESS OF OTHER METHODS OF TREATMENT OF CHOLECYSTITIS..... | 123 |
| Anurova M.N., Bakhrushina E.O., Krasnuk I.I., Diomina N.B. THE DEVELOPMENT OF INNOVATIVE DOSAGE FORMS NONSTEROIDAL ANTIINFLAMMATORY DRUGS | 128 |
| BIOIOLOGY | 139 |
| Ualiyeva R.M., Altayeva I.B., Akhmetov K.K. MICROMORPHOLOGY OF MALE REPRODUCTIVE SYSTEM AND SPERMATOGENESIS OF TREMATODE AZYGIA LUCII..... | 139 |
| LAW | 146 |
| Syvorotkina I.Y. LAWS OF SUCCESSION OF SPOUSES | 146 |

| | |
|---|------------|
| ECONOMICS | 154 |
| Posohov I.M., Chepizhko E.V. RESEARCH NATURE AND CONCEPTS "COMPETITIVE ENTERPRISE" | 154 |
| Santalova M.S., Kotova L.R., Balakhanova D.K. LABOUR MARKET SITUATION AS AN INDICATOR OF THE LIFE QUALITY IN RUSSIA..... | 169 |
| Kookueva V.V. PROBLEM OF DISCREPANCY BETWEEN THE MINIMUM WAGE A LIVING WAGE IN RUSSIA | 178 |
| Tsybulsky A.I. MOTIVATION AND ENGAGEMENT OF PARTICIPANTS MARKET SERVICES | 187 |
| Zueva O.A., Gorovoy A.A. THEORETICAL APPROACHES TO THE RESEARCH OF ESSENCE OF INNOVATIVE CAPACITY OF NATIONAL ECONOMY OF RUSSIA | 196 |
| INTERNATIONAL RELATIONS | 202 |
| Kusanova O.M., Shpringer V.A. | 202 |
| THE IMPACT OF THE INTERNATIONAL TECHNOLOGICAL EXCHANGE ON THE PROBLEM OF BACKWARDNESS OF EMERGING COUNTRIES..... | 202 |
| SOCIAL ECONOMIC GEOGRAPHY | 214 |
| Surazakova S.P. THE PROBLEMS OF STRATEGIC PLANNING OF NATURE-MANAGEMENT SYSTEMS' SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT | 214 |
| SOCIOLOGY..... | 219 |

Satyr T.S., Kalmykov N.N., Bogdanov M.B. ELITE SPORT:
PROSPECTS FOR DEVELOPMENT 219

PEDAGOGICAL SCIENCES 229

Sviridenko O.V. THE QUALITY MANAGEMENT OF
HIGHER EDUCATION ON THE BASIS OF THE
PROCESS APPROACH..... 229

Rakhmanova A.R, Gabitova R.R. THE NEEDS OF
TEACHERS AND IDENTIFY REALISTIC WAYS TO
MEET THEM IN THE SCHOOL 239

EDUCATION..... 248

Kolpashchikova F.K., Alsynbaeva L.G. LEARNING
INFORMATION ACQUISITION USING 3D VIRTUAL
GAME FORMAT 248

HUMANITIES, LINGUISTICS..... 261

Bazarbekova D.M. SOME QUESTIONS ABOUT THE
PECULIARITIES OF STUDYING COGNITIVE STYLE..... 261

CULTURAL 273

Feng Zong ren PROBLEMS OF PRESERVATION,
INTERPRETATION AND TRANSMISSION OF
CULTURAL MEMORY IN MODERN CHINESE
ARTIST’S WORKS OF AUTONOMOUS REGION OF
INNER MONGOLIA OF CHINESE PEOPLES’ REPUBLIC
E LI FU 273

MUSIC INDUSTRY 279

Bekmoldinov N., Bekmoldinova Z. THE DEVELOPMENT
OF THE MUSIC INDUSTRY IN THE INDEPENDENT
KAZAKHSTAN AS THE IDEA OF NATIONAL
IDENTITY279

ECONOMICS

Posohov I.M., Chepizhko E.V.

RESEARCH NATURE AND CONCEPTS "COMPETITIVE ENTERPRISE"

Posohov I. M., Ukraine, National Technical University "Kharkiv Politechnic Institute", Doctor of Economic Science, Professor of Department of Organization of Production and Management Personnel

Chepizhko E. V., Ukraine, National Technical University "Kharkiv Politechnic Institute", postgraduate student

Abstract

The article studies and analyzes various approaches to the definition of «competitiveness» and «enterprise competitiveness». The analysis revealed the general features of the selected definitions, their classification, identified the advantages and disadvantages, it was noted the need for further study of this category in the modern conditions market uncertainty, it was proposed a new definition of competitiveness of company.

Keywords: competition, competitiveness, enterprise competitiveness, production competitiveness, competitive advantage, competitive potential.

Введение. Развитие современного мирового хозяйства обуславливает необходимость формирования новых подходов к решению проблемы управления конкурентоспособностью на всех уровнях национальной экономики. Усиление кризисных явлений в мировой экономике, ужесточение конкуренции на внешнем и внутреннем рынке, приводит к тому что, украинские предприятия функционируют в условиях значительно выросшей неопределенности прогнозов относительно объемов спроса, сохранения и расширения занимаемой доли рынка, стоимости ресурсов, получения запланированного уровня прибыли и рентабельности.

Не смотря, на все кризисные явления, в результате процесса глобализации Украина объективно вовлекается в экономическое пространство мировой экономики. Именно сейчас закладываются

технологические основы будущей конкурентоспособности страны, и особое значение приобретает использование возможностей мезоуровня экономики по привлечению организационного потенциала предприятий, регионов, отраслей и межотраслевых комплексов для обеспечения конкурентоспособности экономики Украины в целом.

Понимание сущности и перспектив развития своей конкурентоспособности, дает предприятию возможность организовывать деятельность с учетом всей совокупности материальных, трудовых, финансовых и нематериальных ресурсов и возможностей, что обуславливает достижение им устойчивых конкурентных преимуществ на рынке, и, следовательно, позволяет сохранять или усиливать свои конкурентные позиции, стабильно получать прибыль.

Вопросам изучения природы конкуренции, сущности явления «конкурентоспособность», обеспечения конкурентных преимуществ в рыночной экономике посвящены работы многих зарубежных и отечественных ученых, таких, как М. Портера, И. Ансоффа, Ж.Ж. Ламбена, Ф. Котлера, Е. Иванова, Р. Фатхутдинова и других.

Однако, не смотря на то, что со стороны отечественных и зарубежных ученых внесен большой вклад в развитие теории конкуренции, конкурентоспособности, вопросы изучения конкурентоспособности предприятий в современных рыночных условиях нуждаются в дальнейшем исследовании. А именно, это относится к сущности и содержанию понятия «конкурентоспособность предприятия», выявлению его свойств и особенностей, анализу причинно-следственной связи между понятиями «конкурентные преимущества», «конкурентный потенциал» и «конкурентоспособность предприятия», исследование этих вопросов и является целью этой статьи.

Методы исследования.

В ходе исследования использованы абстрактно-логические методы (научного абстрагирования, аналогии и сопоставления, анализа и синтеза), с помощью которых проанализированы различные подходы к определению понятий «конкурентоспособность» и «конкурентоспособность предприятия», выявлены общие черты выбранных определений, проведена их классификация, определены преимущества и недостатки,

Результаты и обсуждение.

Понятие «конкурентоспособность» восходит к конкуренции, так как проявляется только в условиях конкуренции и через конкуренцию. Анализ экономической литературы свидетельствует о том, что проблема изучения конкурентоспособности является многоаспектной и исследуется специалистами разных сфер знаний: макро- и микроэкономики, менеджмента, маркетинга, политологии, социологии, психологии.

Как отмечает В. Ш. Каганов [7, с.101]: «По сути, концепция конкурентоспособности представляет собой методологический прием, заключающийся в распространении на разные множества объектов (страны, отрасли, регионы, институты, компании, продукты, персонал предприятий) конкурентно-соревновательного подхода, когда все элементы одного множества уподобляются конкурирующими хозяйственными субъектами на одном конкурентном поле. При этом сама конкурентоспособность представляется как аналогия успеха, лидерства, превосходства, преобладания, преимущества одних субъектов над другими, независимо от того к какому множеству субъектов применяется концепция». На современном этапе развития общества концепция конкурентоспособности широко применима к различным субъектам в различных сферах деятельности, не только в экономике.

Современные исследователи выделяют пять подходов к изучению понятия конкурентоспособности:

- объективистский (предполагается существование единого, истинного значения определения конкурентоспособности, который учитывает все грани этого понятия);

- конструктивистский или функциональный (отказывает в существовании единого значения понятия «конкурентоспособность», и концепцию применяют конкретно к объекту исследования);

- системно-диалектический (концепция конкурентоспособности имеет единое определенное значение, но при этом рассматривается как общее свойство и может применяться к любым объектам, даже не к объектам экономической системы);

- комбинированный (вариант конструктивистского подхода, но при этом рассматривается ограниченное число объектов);

- критический (отрицается самостоятельное содержание понятия «конкурентоспособность» и отказывающей концепции конкурентоспособности в практическом применении).

В рамках исследования будем придерживаться варианта системно-диалектического подхода. Не смотря на то, что концепция конкурентоспособности давно исследуется и применяется к широкому кругу субъектов, обобщенных определений категории конкурентоспособности существует немного. Большинство исследователей изучают проблемы конкуренции субъектов на различных уровнях, акцентируя внимание на разных аспектах категории конкурентоспособность.

М. Портер, как основоположник современной теории конкуренции и конкурентоспособности, определяет конкурентоспособность, как "свойство товара, услуги, субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присутствующими там

аналогичными товарами, услугами или конкурирующими субъектами рыночных отношений" [14].

Коваленко А. И. [8, с. 72], рассматривая конкурентоспособность как универсальное свойство, которое относится к политической, социальной и спортивной конкуренции, предлагает такое обобщенное определение: «конкурентоспособность – способность субъекта конкуренции в определенной сфере деятельности совершать конкурентные действия сравнительно лучше конкурирующих субъектов». В тоже время цитируемый автор предлагает следующее понятие конкурентоспособности «экономическая конкурентоспособность – способность фирмы совершать конкурентные действия на определенном продуктовом рынке сравнительно лучше конкурентов» [8, с. 72]. Такой подход к определению конкурентоспособности указывает на возможность регулирования спроса рыночными и нерыночными методами воздействия, а также на то, что успешность регулирования зависит от способности субъекта к действиям в условиях конкурентной борьбы, наличия возможностей для реализации способностей, и наличия потенциала использования возможностей и способностей в динамике.

Применительно к экономической сфере, современная трактовка определения конкурентоспособность, которая принята рядом официальных организаций и предлагаемая отдельными учеными, сводится к пониманию конкурентоспособности как способности предприятий, отраслей, регионов, стран «обеспечивать сравнительно высокий уровень доходов и заработной платы, оставаясь открытыми для конкуренции» [9, с.12].

В то же время такие специалисты как М. И. Гельвановский, В. М. Жуковская, И. Н. Трофимова, рассматривают конкурентоспособность как сложное многоуровневое понятие, и подчеркивают необходимость рассмотрения явления конкурентоспособности на конкретном уровне его конкурентного поля [32].

Современные исследователи рассматривают следующие уровни (конкурентные поля), на которых осуществляется управление конкурентоспособностью различных субъектов [2]:

- макроуровень — на нем формируются основные условия, в которых функционирует вся хозяйственная система, осуществляется управление конкурентоспособностью территорий, регионов, стран;
- мезоуровень — на нем формируются тактические и стратегические возможности развития отдельных отраслей, межотраслевых объединений, корпораций;
- микроуровень — на нем осуществляется управление конкурентоспособностью товаров и предприятий. На этом уровне конкурентоспособность приобретает свою окончательную форму, выраженную в совокупности таких свойств товара как цена и качество.

Соотношение цены и качества товаров зависит от условий функционирования предприятия, которые сформированы на двух предшествующих уровнях, а также от ресурсов самого предприятия, его способностей использовать как свои внутренние конкурентные возможности, так и внешние отраслевые и национальные преимущества.

Между различными конкурентными полями существуют определенные связи, которые формируют общий конкурентный фон на конкретном уровне.

Совершенно очевидным является тот факт, что конкурентоспособность страны зависит от конкурентоспособности регионов, которые в свою очередь зависят от состояния предприятий отраслей данного региона. Таким образом, основная часть конкурентных преимуществ создается на уровне предприятий, где эффективно используются имеющиеся материальные и нематериальные ресурсы, внедряются новейшие технологии, более эффективные формы организации труда, вследствие чего и возникают конкурентоспособные товары и услуги.

Очевидно, что при всех попытках авторов дать универсальное определение понятию конкурентоспособность, оно не может претендовать на абсолютный характер, а распространение концепции конкурентоспособности на отдельные субъекты разных уровней требует уточнения и формализации характеристики конкурентоспособности субъектов.

В рамках исследования были проанализированы публикации отечественных и зарубежных авторов в области конкурентоспособности предприятия. В настоящее время исследователи не пришли к единому подходу относительно понятия конкурентоспособности предприятия и трактовке его сути.

Различные определения конкурентоспособности, приводимые в научной литературе, как правило, не противоречат, а дополняют друг друга, раскрывая разные аспекты проявления этой категории.

Обзор некоторых трактовок понятия «конкурентоспособность предприятия» различных авторов приведен в таблице 1. Для удобства анализа ряд определений приведены нами к формуле «Конкурентоспособность предприятия – это...» без искажения смысла определения.

Так Р. Л. Грецкий отмечает относительный характер категории (через сопоставление с конкурентами), но рассматривают конкурентоспособность как «фактор или комбинацию факторов» при достижении успеха предприятия, что является очень общим подходом и не дает представления о конкретных составляющих категории. Также в определении не учтен динамичный характер категории (не рассмотрены перспективы развития предприятия в меняющихся внешних условиях).

Т. С. Прахова, также делая акцент на том, что конкурентоспособность – это «способность конкурировать с аналогичными объектами на конкретном рынке», подчеркивает использование конкурентных преимуществ как механизм для достижения целей.

Таблица 1 – Определения понятия «конкурентоспособность предприятия»

| Автор | Определение |
|--|---|
| 1. Определения, основывающиеся на сравнении с конкурентами | |
| Грецкий Р. Л. [5, с. 35] | Конкурентоспособность – это фактор или комбинация факторов, которые делают деятельность организации более успешной в сравнении с конкурентами в конкурентной среде и не может быть легко повторена конкурентами |
| Прахова Т.С. [15, 17-20] | Конкурентоспособность – «это способность конкурировать с аналогичными объектами на конкретном рынке, используя конкурентные преимущества для достижения поставленных целей» |
| 2. Определения, базирующиеся на необходимости удовлетворения требований потребителей | |
| Ламбен Ж.-Ж., Чумплат Р., Шулинг И. [9, с. 66] | Конкурентоспособность предприятия – это способность удовлетворять нужды потребителей лучше, чем это делают конкуренты |
| Васильева З.А. [4] | Конкурентоспособность предприятий (для потребителей) – способность удовлетворять потребности (решать проблемы) потребителей на основе производства товаров и услуг, превосходящих конкурентов по требуемому набору параметров |
| Старовойтов М.К., Фомин Б.Ф. [18] | 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 |
| 3. Определения, основывающиеся на конкурентоспособности продукции (услуг) предприятия дано через характеристики продукции | |
| Иванова Е.А. [6] | 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. |
| European management forum [10] | Конкурентоспособность фирмы – это реальная и потенциальная возможности фирм в существующих для них условиях проектировать, изготавливать и сбывать товары, которые по ценовым и неценовым характеристикам в комплексе более привлекательны для потребителя, чем товары конкурента |
| 4. Определение акцентирует внимание на эффективном использовании ресурсов | |
| Портер М. [14, с.23] | Конкурентоспособность обусловлена скорее эффективностью, с которой фирмы на местах используют мощности для производства товаров и услуг» |
| Перцовский Н.И. [11, с. 65] | Конкурентоспособность предприятия – «возможность эффективной хозяйственной деятельности и ее практической прибыльной реализации в условиях конкурентного рынка». Это обобщающий показатель жизнестойкости предприятия, его умения эффективно использовать свой финансовый, производственный, научно-технический и трудовой потенциалы |
| 6. Выделены продуктовая и деятельная составляющие | |
| Бондаренко А.И. [3, с. 100] | Конкурентоспособность предприятия – это его способность к завоеванию и устойчивому удерживанию необходимой позиции на конкурентном рынке посредством производства востребованной на рынке продукции, достижения более высокой производительности труда и более низкой, чем у конкурентов, себестоимости производимой продукции, а также формирования позитивного имиджа (бренда) и положительной деловой репутации |
| 7. Определение акцентирует внимание на взаимодействии и адаптации к внешним условиям | |
| Лебедева О. Т. и Филиппова Т. Ю. [12] | Конкурентоспособность фирмы – это характеристика возможности и динамики приспособления производителя к изменяющимся условиям на рынке |
| 8. Определения, базирующиеся на факторах внутренней среды предприятия, его способности создавать конкурентные преимущества, использовать конкурентный потенциал | |
| Рублин Ю.Б. [16, с. 35] | Конкурентоспособность предприятия – это способность применять совокупный конкурентный потенциал для борьбы с соперниками и достижения конкурентных преимуществ |
| Золотоголов В.Г. [19] | Конкурентоспособность – это обладание предприятием преимуществ (экономических, технических, организационных) перед конкурентами, которые обеспечивают снижение издержек, повышение качества, возможность обновления, расширения производства, устойчивую долю рынка и, следовательно, возможность получать более высокие доходы. |

| 9. Конкурентоспособность – способность компании обеспечить эффективность своего функционирования | |
|--|--|
| Ю. Я Еленева [17] | Конкурентоспособность – совокупность свойств и характеристик маркетинговых, производственно-технических, финансово-экономических и организационных бизнес-процессов, позволяющих обеспечить эффективность функционирования предприятия на рынках товаров, капиталов и труда при различных изменениях внешней и внутренней среды |
| П.Ю. Беленький [2, с. 10] | Конкурентоспособность – это способность обеспечить высокий уровень жизни населения и возможность реализовать существующий в регионе экономический потенциал (финансовый, производственный, инновационный, ресурсно-сырьевой и прочее) |
| Плотнича Т.М. [12, с. 209] | 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 отдельных товаров и уровнем конкурентного потенциала, характеризующего способность в будущем разрабатывать, изготавливать, сбывать и обслуживать товары, превосходящие по качеству и цене аналоги |

Ряд исследователей рассматривают конкурентоспособность предприятия с точки зрения маркетингового подхода. Так, в частности Ж. Ж. Ламбен, Р. Чумпитас, И. Шулинг, формулируют понятие конкурентоспособности предприятия как его способности удовлетворять потребности потребителей лучше, чем конкуренты.

З. А. Васильева, развивая этот подход, предлагает рассматривать конкурентоспособность предприятия как способность удовлетворять нужды потребителей путем производства и предложения на рынок товаров и услуг, которые превосходят товары конкурентов.

Приведенные определения показывают, что ориентация на маркетинговый подход дает возможность учесть относительность категории «конкурентоспособности». А также, ориентирует предприятие на удовлетворение нужд потребителей, знание их психологи, изучение возможностей конкурентов, текущего состояния и перспектив их развития, исследование окружающей среды, умение создать товар и довести его до потребителя, который предпочтет его товару конкурента. Однако, при таком подходе не указываются источники конкурентоспособности, не отображено влияние внутренней среды на формирование конкурентоспособности предприятия.

Так М. К. Старовойтов и Б. Ф. Фомин, рассматривая удовлетворение потребителей как меру интереса и доверия к деятельности предприятия, раскрывают внутренние источники субъекта хозяйствования, на основе которых и формируется такая мера доверия, как «стоимость предприятия, техническая оснащенность рабочих мест, концепция управления, управленческие технологии, организационная система, человеческий капитал, стратегический маркетинг, техническая, инвестиционная и инновационная политика» [18].

С точки зрения ресурсного подхода, сторонником которой является известный экономист М. Портер и ряд других экономистов, конкурентоспособность предприятия в первую очередь обусловлена

эффективностью использования имеющихся у него ресурсов. Например, Н. И. Перцовский, наряду с ведением эффективной хозяйственной деятельности определяет конкурентоспособность предприятия как умение эффективно использовать свой финансовый, производственный, научно-технический и трудовой потенциалы. Отметим, что такой подход к рассмотрению конкурентоспособности предприятия отражает только использование внутренних ресурсов предприятия, без учета влияния макроэкономической составляющей, которая формирует основные условия функционирования хозяйствующего субъекта.

Подход Попадюк Т. Г. [13] к сущности понятия «конкурентоспособность предприятия» ставит на первое место способность субъекта к адаптации на отраслевом рынке. Конкурентоспособность рассматривается с точки зрения спроса и структуры рынка, доли рынка предприятия, емкости отраслевого рынка. Следует отметить, что такой подход не учитывает состояние возможности использования внутренних ресурсов предприятия, что не раскрывает сущности конкурентоспособности.

Большая группа авторов, опираясь на то, что основная часть конкурентных преимуществ предприятия проявляется через востребованные рынком товары и услуги, предлагают рассматривать конкурентоспособность предприятия через конкурентоспособность его продукции. Такой позиции придерживаются, в частности, Е. А. Иванова и Р. А. Фатхутдинов, который предлагает понимать под конкурентоспособностью предприятия его способность производить конкурентоспособную продукцию.

Удачным, по нашему мнению, можно считать определение конкурентоспособности предприятия, представленное международной исследовательской организацией «Европейский форум по проблемам управления» (European Management Forum — EMF). В этом определении конкурентоспособность предприятия рассматривается как его возможности, его потенциал, который при реализации в борьбе с конкурентами превращается в конкурентные преимущества. Также, авторы учитывают в определении конкурентоспособность предприятия влияние неценовых характеристик при формировании привлекательности товара для потребителя, т.е. социальный фактор.

Рассмотрение конкурентоспособности предприятия исключительно с точки зрения конкурентоспособности товара является недостаточным, так как это только одна из составляющих в совокупности успешных конкурентных действий субъекта хозяйствования на рынке конкурентов. Понятие «конкурентоспособность предприятия» по своей структуре гораздо шире понятия «конкурентоспособность товара», так как является результатом (конкурентным преимуществом) эффективной производственной,

финансовой и маркетинговой деятельности предприятия в определенных условиях.

Некоторые исследователи, в частности А. И. Бондаренко, при определении конкурентоспособности предприятия, делают акцент на двух его составляющих – продуктовой и производственной. Однако, в определениях не учтена динамичная составляющая, которая зависит как от внутренних, так и от внешних факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятия.

Ряд исследователей, поддерживая и развивая расширенную теорию М. Портера о конкурентных преимуществах, раскрывают сущность понятия «конкурентоспособность предприятия», делая акцент на его конкурентных преимуществах и конкурентном потенциале. Под конкурентными преимуществами можно рассматривать «...концентрированные проявления превосходства над конкурентами в экономической, технической и организационной сфере деятельности предприятия, которое можно измерить экономическими показателями (дополнительная прибыль, более высокие рентабельность, доля рынка, объем продаж). Потенциал предприятия понимают как «совокупность показателей и факторов, определяющих его возможности, средства, способности, ресурсы, производственные резервы, которые могут быть использованы в хозяйственной деятельности» [6, с. 107].

Рассматривая, конкурентные преимущества, как ключевые сильные стороны компании, отметим, что основное большинство из них являются характеристиками предприятия, с помощью которых оно заявляет о себе на рынке и которые делают предприятие и его продукцию уникальными для потребителей. Формирование и реализация таких конкурентных преимуществ позволяет предприятию успешно конкурировать с другими производителями в динамично развивающейся рыночной среде.

Например, Ю. Б. Рубин подходит к определению конкурентоспособности предприятия с позиции его способности использовать «совокупный конкурентный потенциал для достижения конкурентных преимуществ в борьбе с соперниками». Категорию «конкурентный потенциал» современные исследователи определяют как «внутренние и внешние конкурентные возможности фирмы, которые позволяют предприятию вести эффективную конкурентную борьбу на рынке за счет формирования конкурентных преимуществ на основе использования материальных и нематериальных ресурсов» [1, с. 121].

Таким образом, согласно этому подходу «конкурентный потенциал определяет конкурентные возможности, в основе которых лежат материальные и нематериальные ресурсы компании», [1, с. 121] реализовав которые в определенных условиях, предприятие приобретает

свойство конкурентоспособности в текущий момент времени и в долгосрочной перспективе.

Наиболее комплексно определяют понятие «конкурентоспособность предприятия» авторы, которые рассматривают явление конкурентоспособности на основе интегрированного подхода, объединяя разные точки зрения на проблему, с целью наиболее полного раскрытия сущности данной категории.

Так Ю. Я. Еленева, рассматривает конкурентоспособность предприятия как совокупность свойств и характеристик всех бизнес-процессов предприятия, которые позволяют обеспечить ему эффективность функционирования с учетом изменений факторов внешней и внутренней среды. Однако, в определении не отмечена относительность данного явления и временной период.

По мнению П. Ю. Бельского, конкурентоспособность предприятия это обобщающий показатель эффективности всей деятельности субъекта хозяйствования, и к исследованию которого нужно подходить комплексно с учетом всех факторов и механизмов. Данное определение представлено в общем виде без конкретизации составляющих категории конкурентоспособность.

Представляется наиболее полным определение, которое представлено Плотичиной Т.М. В нем учитывается основные составляющие понятия «конкурентоспособность предприятия» – относительность категории, динамический характер, конкурентный потенциал, как основа конкурентных возможностей, ориентация на конкретный рынок.

Таким образом, проведенное исследование позволяет утверждать, что категория «конкурентоспособность предприятия» характеризуется следующими свойствами, рис 1.

Относительность означает, что конкурентоспособность предприятия возникает только в результате сравнении его показателей с показателями реальных конкурентов, которые производят аналогичную продукцию или товары-заменители на одном конкурентном поле.

Обусловленность означает, что конкурентоспособность предприятия определяется в границах определенного рынка и зависит от условий и поведения ее конкурентов в отношении отдельной товарной группы. Так предприятие может быть конкурентоспособным на одном рынке (сегменте рынка) и не конкурентоспособно на другом.

Динамичность – понятие конкурентоспособности ограничено во времени; предприятие может быть конкурентоспособно в одном периоде и утратить эти позиции в другом периоде. Субъективные оценки конкурентоспособности отражают объективную ситуацию на определенный момент времени.

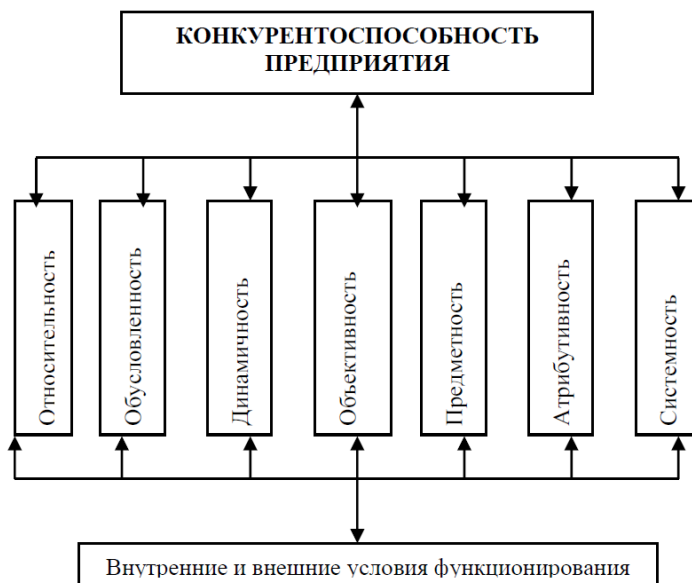


Рисунок 1 – Свойства категории «конкурентоспособность предприятия»
(Разработано автором)

Объективность означает, что это имманентно присущее экономическому субъекту свойство, позволяющее ему развиваться в условиях рыночной экономики.

Предметность – предполагается выделение совокупности параметров, которые формируют конкурентоспособность предприятия: высокое качество продукции при конкурентоспособных (доступных) ценах, современное оборудование и технологии, высокая квалификация и мотивация кадров, позитивный имидж продукции и бренд предприятия, развитые маркетинговые коммуникации и каналы продвижения; финансовые возможности и прочее.

Атрибутивность означает выделение уникальной характеристики, которая в первую очередь и формирует конкурентное преимущество (преимущества) предприятия (уникальная продукция, дополнительный спектр услуг, инновационная технология производства и продвижения и прочее).

Системность предполагает непрерывный мониторинг всей совокупности взаимосвязанных параметров и условий, которые формируют конкурентоспособность предприятия.

Также, необходимо отметить, что при оценке, прогнозировании и управлении конкурентоспособностью предприятия необходимо учитывать влияние совокупности всех внешних и внутренних факторов на функционирование субъекта хозяйствования, поскольку изменение условий функционирования приводит к изменению уровня конкурентоспособности предприятия. Категория «конкурентоспособность предприятия» сложна и диалектична по своей структуре. На основании проведенного нами анализа существующих определений выделены некоторые присущие ей особенности:

1) Единство относительной и абсолютной составляющих.

Вполне очевидно, что конкурентоспособность должна быть определена только относительно предприятий – на конкретном рынке. Однако в условиях неопределенности все большее значение приобретает абсолютная составляющая конкурентоспособности предприятия, так как относительная позволяет оценить динамику его положения среди конкурентов, что может быть вызвано изменениями, как самого предприятия, так и его внешними факторами. Абсолютная же составляющая показывает – насколько предприятие успешно достигает планируемые показатели по собственным характеристикам.

2) Единство внутренней и внешней составляющих.

Для оценки конкурентоспособности предприятия необходимо рассматривать в совокупности влияние внутренних и внешних конкурентных возможностей фирмы. Внутренние конкурентные возможности определяются уровнем материальных и нематериальных ресурсов предприятия, которые могут быть реализованы или не реализованы во внешних условиях хозяйствования. К внешним конкурентным возможностям предприятия можно отнести рыночные возможности, которые способствуют реализации конкурентных преимуществ компании в рыночных условиях (увеличение доли рынка, выход на новые рынки, налоговые льготы, дотации и прочее).

3) Единство долгосрочного и краткосрочного аспектов.

Несмотря на то, что конкурентоспособность как свойство предприятия устанавливается на текущий момент времени, при ее определении учитывается наличие у предприятия предпосылок сохранения способности быть конкурентоспособным и в стратегической перспективе.

4) Единство реального и потенциального аспектов.

Проявление конкурентоспособности предприятия в реальный момент времени предполагает наличие у него возможности по укреплению своего положения на рынке и наращиванию конкурентоспособности в будущем. Оба аспекта в равной степени важны при оценке конкурентоспособности предприятия, так как определяют ее текущий уровень и перспективы развития в будущем.

5) Единство характеристик продукции и деятельности.

Категории «конкурентоспособность предприятия» и «конкурентоспособность товара» соотносятся между собой как целое и частное. Весь процесс хозяйственной деятельности предприятия можно характеризовать через характеристику продукции предприятия и через характеристику организации деятельности предприятия. Предприятие не может быть конкурентоспособно, если его продукция не пользуется спросом у потребителей и не превосходит товары конкурентов как по степени соответствия конкретной общественной потребности, так и по затратам на ее удовлетворение. Вместе с тем конкурентоспособность продукции не проявляется, если предприятие не использует эффективные инструменты по ее продвижению и завоеванию конкурентной позиции на рынке.

Итак, исходя из выше перечисленных особенностей и свойств, характеристика конкурентоспособности предприятия представляется комплексной, можно даже заключить, наиболее комплексной из всех возможных финансово-экономических характеристик предприятия.

На основе проведенного выше анализа сформулируем авторское определение конкурентоспособности предприятия.

Конкурентоспособность предприятия – это способность использования совокупности потенциалов для действенного применения факторов производства, возможность применения совокупности адаптационных и трансформационных способностей, для достижения устойчивых конкурентных преимуществ на выбранных сегментах рынка, которая обеспечит эффективность функционирования и развития предприятия в средне- и долгосрочном периоде.

Выводы.

В результате анализа собранного материала были выявлены преимущества и недостатки существующих определений конкурентоспособности предприятия, выявлены свойства и особенности категории «конкурентоспособность предприятия», выделены свойства категории «конкурентоспособность предприятия». Сформулировано авторское определение конкурентоспособности предприятия.

В сформулированном определении акцент делается на следующие аспекты конкурентоспособности организации:

1) конкурентное преимущество рассматривается в универсальной форме, которая охватывает все многообразие его конкурентных проявлений;

2) определяется как конкурентное действие по использованию потенциала, которое имеет организационную природу, соответственно определяется управленческими факторами;

3) достижение устойчивого конкурентного преимущества определяется способностями предприятия;

4) достижение конкурентоспособности предопределено уровнем развития организационных способностей предприятия;

5) интеграцию и реконфигурацию своих потенциалов и способностей для использования возможностей, создаваемых быстро меняющейся средой.

6) конкурентоспособность предприятия обусловлена достижением устойчивого конкурентного преимущества, в основе которого лежит эффективное использование конкурентного потенциала.

Выполненные исследования являются предпосылкой для дальнейшей разработки методического инструментария оценки конкурентоспособности и модели управления конкурентоспособностью предприятия.

References:

- [1] Arenkov I. A. Competitive potential of the enterprise: a model and development strategy // Problems of Modern Economics. 2011. vol. 4 (40). pp. 120-125 .
- [2] Belenkiy P. Y. Research of problems competitiveness // Journal of the NAS of Ukraine. 2007. vol. 5. pp. 9-18.
- [3] Bondarenko A. I. Management of competitiveness of enterprises of meat-processing industry: on an example of Primorye Territory : Dis. ... The candidate of economic sciences: 08.00.05, 2015. pp 23.
- [4] Vasilyeva Z. A. Hierarchy of the concepts of competitiveness of market entities // Journal of Marketing in Russia and abroad. 2006. vol. 2. pp. 83-90.
- [5] Hretskyi, R. L. Theoretical approaches to determining the nature and essence of competition/ R. L. Hretskyi // Formation of market relations in Ukraine. 2007. vol. 12, pp. 35–38.
- [6] Ivanova E. A. Enterprise competitiveness: Monograph. Rostov-on-Don: Phoenix, 2008. pp. 298.
- [7] Kaganov V. Sh. Corporate education as a factor of competitiveness of enterprise structures // Modern competition. 2011. vol. 6 (30). pp. 101.
- [8] Kovalenko A. I. Theoretical and methodological aspects of the use of "competitiveness" the concept for scientific purposes // Modern competition. 2013. vol. 6 (30). pp. 65-79.
- [9] Lamba Jean-Jacques, Chumpitas R., Shuling I. Management, market oriented/ under the editorship of Kolchanov/ 2 ed. SPb. 2008.
- [10] Minchenkova O. Y. Improving the competitiveness of organizations through knowledge management. Moskow: GYY. 2008. 222 p.

- [11]Pertsovskiy N. I. Marketing. Concise explanatory dictionary basic marketing concepts and modern terms. M: Dashkon and K. 2008. 140 p.
- [12]Ploticina T. M. Determination of the competitiveness of enterprises // Journal of Tambov State Technical University. 2010. Part 16, vol. 1 pp. 205-211.
- [13]Popadyuk T. K. Competitiveness in the new economy: questions of management / M.: MSSU, 2008. 200 p.
- [14]Porter M. Competition, upgraded and expanded edition. Trans. From angl. M.: «Williams Publishing House». 2010. 592 p.
- [15]Prahova T. S. Concept and essence of competitiveness: collection of scientific papers North Caucasus STU. Series of "Economy", 2005. vol 2. pp. 17—20.
- [16]Rubin Y. B. Theory and practice of business competition. M., 2007, 584 p.
- [17]Savelyeva N. A. Competitiveness of firms Management. Rostov-on-Don, 2009. 382 p.
- [18]Starovoytov MK, Fomin PA Practical toolkit an industrial enterprise management organization // Electronic library "Economics and Management of Enterprises". Available at: <http://eup.ru/Documents/2003-01-13/FA0E.asp>.18.
- [19]Stepanov L. V. Competitiveness enterprises in market conditions. Voronezh: Scientific book. 2010. 203 p.
- [20]Filosova T. G. Competition. Innovation. Competitiveness. M.: UNITY – DANA. 2008. 295 p.
- [21]Chernov S.S. Facets of competitiveness: the state, region, company, product. Novosibirsk: SIBPRINT. 2008. 186 p.

Science and Technology

#3 2016