

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ: СУЩНОСТЬ, ФАКТОРЫ И ПРИНЦИПЫ

Тинасилов М.Д.¹, Уркумбаева А.Р.², Абуталипова Ж.А.³

¹д.э.н., профессор, НУО «Казахстанско-Российского медицинского университета», tinassilov@mail.ru

²к.э.н., доцент Алматинского Технологического Университета, u.assiya@mail.ru

³Ст. преподаватель Алматинский технологический университет u.assiya@mail.ru

Аннотация: В статье авторы рассматривают проблемы и результаты конкурентоспособности для предприятий всех отраслей мирового хозяйства в современных экономических условиях, которые требуют разработки инновационных концепций развития предприятия и повышения его конкурентоспособности. Для разработки данных концепций необходимо тщательное изучение экономической категории конкурентоспособности, ее особенностей и признаков на предприятиях. Следовательно, авторы предлагают, прежде необходимо определить принципы, конкурентные преимущества производителям товаров и их продукции на рынке уровень и их оценки конкуренции.

Ключевые слова: экономика, конкурентоспособность, предприятие, концепция, инновация, уровень конкуренции, товары, продукция, мировое хозяйство, рыночное сотрудничество, производительность.

ENTERPRISE COMPETITIVENESS: ESSENCE, FACTORS AND PRINCIPLES

Tinassilov M.D.¹, Urkumbayeva A.R.², Abutalipova Zh.A.³

¹doctor of Economics, Professor, «Kazakh-Russian medical University», tinassilov@mail.ru

²Ph.D., Associate Professor Almaty Technological University, u.assiya@mail.ru

³Senior Lecturer, Almaty Technological University, u.assiya@mail.ru

Abstract. In the article, the authors consider the problems and results of competitiveness for enterprises of all sectors of the world economy in modern economic conditions, which require the development of innovative concepts for the development of the enterprise and improving its competitiveness. To develop these concepts, it is necessary to carefully study the economic category of competitiveness, its features and characteristics in enterprises. Consequently, the authors suggest that it is first necessary to determine the principles, competitive advantages of producers of goods and their products in the market level and their assessment of competition

Keywords: economy, competitiveness, enterprise, concept, innovation, level of competition, goods, products, world economy, market cooperation, productivity

Введение:

В современных экономических условиях проблема повышения конкурентоспособности является актуальной для предприятий всех отраслей мирового хозяйства. На сегодняшний момент для достижения эффективных результатов своей

работы предприятиям необходимо приспосабливаться к постоянно изменяющимся условиям, которые, в свою очередь, требуют разработки инновационных концепций развития предприятия и повышения его конкурентоспособности. Для разработки данных концепций необходимо тщательное изучение экономической категории конкурентоспособности, ее особенностей и признаков. Отсутствие необходимых теоретических и практических знаний сложного механизма обеспечения конкурентоспособности товаров и услуг зачастую приводит к серьезным просчетам при установлении цен, что ведет в ряде случаев к существенным убыткам, а иногда и к банкротству предприятий.

В условиях нестабильной экономики на данный момент прослеживается чрезмерное повышение цен на ту или иную продукцию, каждый производитель, продавец и в частности сам товар, вынужден вести борьбу за предпочтения потребителя. В этой ситуации предпочтения любого потребителя отдается товару, который, будет как наиболее доступный как по стоимости, так и по качеству который на данный момент все цело и будет определяться, как конкурентоспособный.

Определяя понятие конкурентоспособности предприятия, прежде всего, необходимо начать с содержания и сущности конкуренции. Само собой разумеется, что конкурентоспособность предприятия должна формулироваться в зависимости от достижений и целей, определенных понятием конкуренции.

В рамках данной работы конкуренция формулируется как соперничество между хозяйствующими единицами, которые имеют интерес в достижении одинаковой цели при условии ограниченности ресурсов. Если эту цель обозначить со стороны рыночной экономики, то рыночная конкуренция есть соревнование хозяйствующих субъектов за получение прибыли.

Например, внутриотраслевая конкуренция – это борьба между предприятиями, действующими в одной отрасли хозяйства, за более выгодные условия выпуска и сбыта продукции, что обусловлено, различиями качества производственного оборудования предприятий, уровнем квалификации персонала и технической оснащенности. Все эти факторы обуславливают различие себестоимости выпускаемой продукции, а, следовательно, и прибыли компаний. Но несмотря на данные отличия, внутриотраслевая конкуренция приводит к уравниванию цен на рынке.

Следующим видом конкурентной борьбы между предприятиями, функционирующим в разных отраслях экономики является межотраслевая конкуренция, основу которой составляет стремление производителей к получению большей прибыли, а также поиску наиболее выгодной сферы приложения капитала.

Отметим, что в экономической теории уровень конкуренции на том или ином рынке оценивается по семи признакам:

- число фирм-производителей;
- различие («дифференциация») товаров;
- уровень концентрации (т. е. удельный вес каждой фирмы в производстве и реализации данного товара);
- способ формирования цены товара;
- возможности для появления новой фирмы на данном рынке;
- степень информированности покупателей и продавцов о ценах и качестве товаров;
- в какой мере покупка осуществляется без принуждения.

Также следует выделить такие виды конкуренции как конкуренция чистая, монополистическая и олигополистическая.

На рынке чистой конкуренции существует большое количество продавцов и покупателей какой-либо схожей продукции.

Ни покупатель, ни продавцы в отдельности не оказывают определяющего влияния на уровень текущих рыночных цен продукции. Продавец не в состоянии устанавливать цену, превышающую рыночную, поскольку потребитель при этом может свободно приобрести товары по рыночной цене у конкурентов.

На рынке монополистической конкуренции действует большое количество покупателей и продавцов, которые могут совершать сделки в широком диапазоне цен. Эта возможность обеспечена способностью продавцов предложить покупателям различные товары. Изделия могут отличаться друг от друга по качеству, свойствам, внешнему оформлению, а также по ассортименту сопутствующих услуг. Покупатели видят эти различия и готовы платить за товары вплоть до самых высоких цен, которые зафиксированы на рынке.

Особенно на олигополистическом рынке действует небольшое количество продавцов, которые чувствительны к ценовой политике, а также к маркетинговой стратегии. Незначительное количество участников олигополистического рынка в высокой степени обеспечена жесткостью условий при проникновении на данный рынок. Существуют различные свойства олигополистического рынка, одним из его существенных признаков является то, что участники данного рынка не могут рассчитывать на долговременный позитивный результат повышения цен: конкуренты вынуждают снизить их.

Актуальность темы и постановка задач.

В современных условиях экономики в зависимости от социально-экономических отношений, которые сложились в той или иной стране, можно выделить неодинаковые типы конкуренции.

В хозяйствах, которые основаны на частной собственности, развиваются

следующие типы конкуренции:

- конкуренция простых товаропроизводителей;
- единоличных капиталов;
- монополий;
- национальных капиталов;
- интернациональных капиталов.

Свободная конкуренция, которая ведется посредством «сбивания» цен, заставляет всех производителей следовать едиными правилами поведения. В них отражаются те требования общественно-нормального хозяйствования, предписывающие объективные экономические законы.

Рыночное сотрудничество приводит к успеху в том случае, когда производитель заботится о сохранности производства, расширяет его, а также модернизирует технические и организационные характеристики производства. Также производитель должен использовать наиболее эффективные экономические методы борьбы с конкурентами, то есть:

- снижать цену на свои товары посредством повышения производительности труда и уменьшения издержек производства
- повышает качество товаров, расширяет ассортимент;
- улучшает торговое, и после торговое обслуживание покупателей.

Из этого следует, что получение прибыли в условиях рыночной экономики, опосредуется эффективностью использования экономических ресурсов или соотношением полученного результата или затрат, осуществленных для его достижения. Следовательно, суть рыночной конкуренции заключается в борьбе за получение максимальной прибыли путем максимально эффективного использования экономических ресурсов.

Степень эффективности использования экономических ресурсов предприятием определяется относительно достигнутого общественным производством уровня развития производительных сил, производственных и прочих отношений, а также относительно эффективности использования ресурсов конкурентами.

Таким образом, конкурентоспособность – комплексная характеристика, которая может выражаться через групповые, интегральные, обобщенные показатели. Целью оценки конкурентоспособности предприятия является определение положения предприятия на отраслевом, региональном или международном рынках. Конкурентоспособность предприятия – это его способность успешно соперничать на рынке и получать относительно конкурентов экономические выгоды.

Следовательно, функционирования и использования конкурентоспособности производственного потенциала предприятия актуальны для экономики страны.

Результаты исследования и рекомендации.

Существует большое количество точек зрения авторов на понятие конкурентоспособности.

Анализируя результаты исследования рассмотренные точки зрения можно прийти к выводу, что конкурентоспособность – это комплекс набора различного рода характеристик, обладающими конкурентными преимуществами при сравнении их между собой. В том числе конкурентоспособность фирмы определяется тем товаром, которым она располагает, а конкурентоспособность товара оценивается потребителем. Но, следует отметить, что понятие конкурентоспособности меняется в зависимости от уровня конкурентных отношений между предприятиями и организациями в сфере производства экономики.

Конкурентоспособность предприятия является достаточно распространенным понятием, если его сравнивать с понятием «конкурентоспособности товара».

Конкурентоспособность предприятия – совокупная числовая характеристика, с ее помощью расцениваются достигнутые предприятием итоговые результаты ее деятельности в течение конкретного периода. Своего рода -это система элементов, предназначенных для выражения числовой оценки конкретного вида потенциала. Обеспечение конкурентоспособности предприятия зависит от приобретённых им некоторых преимуществ, при сравнении их с основными, действующими конкурентами, а значит: экономических, инвестиционных, имиджевых, финансовых и т. п.

Управление конкурентоспособностью обеспечивает совокупность мер по методичному улучшению изделия, непрерывному поиску новых каналов сбыта, совершенствованию сервиса, поиска новых групп покупателей, рекламы.

Успех предприятия в конкурентной борьбе за потребительский спрос требует от предприятия развития его отличительных способностей, которые позволят ему победить конкурентов. Но для этого нужно эффективное стратегическое планирование, заключающееся в создании комплексной системы управления конкурентными преимуществами фирмы, а также должна основываться на их удержании и развитии.

В связи с этим, можно рекомендовать, что в целях создания определенных ценностей для своих покупателей должны достигаться предприятием исходя из того, как оно организует и выполняет отдельные виды деятельности. Конечная ценность, созданная предприятием, определяется тем, сколько потребители готовы заплатить за товары или услуги, предлагаемые предприятием.

Необходимо определить принципы, конкурентные преимущества

производителям товаров и их продукции.

1. Целенаправленность всех и каждого работника на действие.
2. Доведение действий до конца.
3. Налаженная обратная связь между предприятием его клиентами, упрощающая близость предприятия к клиенту.
4. Создание непринужденной и творческой атмосферы на предприятии.
5. Рост производительности благодаря желанию работать и эффективному использованию их способностей.
6. Умение твёрдо стоять на своём.
7. Простота организации, минимум уровней управления и служебного персонала.
8. Умение держать под жёстким контролем наиболее важные проблемы и передавать подчинённым менее важные.

Взаимосвязанное решение этих проблем и использование выше приведенных принципов обеспечивало бы повышение конкурентоспособности предприятия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУР:

1. **Фатхутдинов Р. А.** Управление конкурентоспособностью организации. – М.: Эксмо, 2014. – 544 с.
2. **Тинасилов М.Д.** Инвестиционная безопасность Республики Казахстан в современных условиях **Международная научно-практическая конференция «Проблемы развития и повышения конкурентоспособности экономик в многополярном мире». 2-4 сентября 2016г. Бишкек и Иссык-Куль. Кыргызская Республика.**
3. **Тинасилов М.Д.** Расчет экономического эффекта от внедрения системы автоматизации производства. **VI МНПК «Инновационные технологии и передовые решения», МУИТ, г.Бишкек, КР №4/2018г., 107-110с.**
4. **Тинасилов М.Д. Уркумбаева А.Р.** Цифровая экономика Казахстана дополнительный импульс и технологической модернизации производства **VI МНПК «Инновационные технологии и передовые решения», МУИТ, г.Бишкек, КР №4/2018г., Стр.157-160с.**
5. **Тинасилов М.Д.** Фундаментальные исследования в условиях инновационной экономики **Proceeding of the International Symposium On Innovative development of science December 10, 2020, Dushanbe, Tajikistan Стр.285 Ж.А.**