

Научная статья

Original article

DOI 10.55186/02357801_2022_7_1_2



**ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В
ЭКОНОМИЧЕСКИХ ВЗАИМООТНОШЕНИЯХ**

**IMPROVING THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES IN ECONOMIC
RELATIONS**

Арсаханова Зина Абдуловна, Профессор кафедры финансов, кредита и антимонопольного регулирования, ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени А-Х.Кадырова» (364020 Россия, г. Грозный, ул. Асланбека Шерипова, д. 32), тел. +7(495)651-05-86, mguspaeva@mail/ru

Zina A Arsahanova., Professor of the Department of Finance, Credit and Antimonopoly Regulation, FSBEI HE "Chechen State University named after A.Kh. Kadyrov" (32 Aslanbek Sheripov st., Grozny, 364020 Russia), tel. +7(495)651-05-86, mguspaeva@mail/ru

Аннотация. Конкурентные взаимоотношения на рынке характеризуются конкурентоспособностью предприятий. В научной литературе ее определяют по меньшей мере шестью подходами, основанными на: конкурентоспособности продукции; конкурентных преимуществах; потенциале предприятия; эффективности производственно-хозяйственной деятельности; возможности вести конкурентную борьбу; комбинации других подходов. То есть конкурентоспособность базируется на совокупности характеристик предприятия способных обеспечивать ему возможность противостояния соперникам на

конкурентных рынках. Важной чертой развития любого промышленного предприятия является быстрое реагирование на изменения внешней среды, поскольку основой современного рыночного успеха предприятия является конкурентная рациональность, то есть умение думать и действовать быстрее, метче и этичнее. Управление развитием промышленных предприятий-это целенаправленное влияние управляющей системы на управляемую с целью обеспечения процесса перехода от текущего состояния предприятия к лучшему (совершенному) в соответствии с поставленными целями. Следовательно, процесс управления жизнеобеспечения деятельности промышленных предприятий, прежде всего имеет целью перемещения системы из одного состояния в другое с новыми качественными и количественными характеристиками конкурентоспособности, достижение которых зависит от факторов производства.

Abstract. Competitive relationships in the market are characterized by the competitiveness of enterprises. In the scientific literature, it is defined by at least six approaches based on: product competitiveness; competitive advantages; the potential of the enterprise; the efficiency of production and economic activity; the ability to compete; combinations of other approaches. That is, competitiveness is based on a set of characteristics of an enterprise that can provide it with the opportunity to confront rivals in competitive markets. An important feature of the development of any industrial enterprise is the rapid response to changes in the external environment, since the basis of the modern market success of the enterprise is competitive rationality, that is, the ability to think and act faster, more accurately and ethically. Management of the development of industrial enterprises is the purposeful influence of the management system on the managed one in order to ensure the process of transition from the current state of the enterprise to the best (perfect) in accordance with the set goals. Consequently, the process of life support management of industrial enterprises primarily aims to move the system from one state to another with new qualitative and quantitative characteristics of competitiveness, the achievement of which depends on the factors of production.

Ключевые слова: *процесс управления, деятельность, конкурентоспособность, рыночный успех, реальность.*

Keywords: *management process, activity, competitiveness, market success, reality*

Стоит отметить, что наличие самих факторов не является достаточным условием для обеспечения конкурентоспособности на промышленном предприятии. Получение конкурентного преимущества зависит от того, насколько эффективно используются факторы конкурентоспособности и где, в какой отрасли промышленности они применяются. Однако факторы могут влиять и на повышение конкурентоспособности, и на ее уменьшение.

Поэтому в научном исследовании более подробно проанализируем факторы конкурентоспособности, которые влияют на процесс управления жизнеобеспечения деятельности промышленных предприятий [1].

Нападовская Л. А. отмечает, следующие факторы конкурентоспособности предприятия в современных условиях: инновации, технологии, качество, маркетинг, цена, доступ к новым рынкам, доступ к капиталу и сырью, предпринимательский дух, мобильность.

Авторы монографии «Управление жизнедеятельностью предприятий промышленности», отмечают, что факторы конкурентоспособности условно можно разделить на такие группы:

- основные-это процессы, которые определяют промышленное производство и продажи;
- обеспечивающая и поддерживающая – к первым относятся факторы, обеспечивающие поставки, финансирования, подбор персонала, энергообеспечения; ко второй – ремонт, сервис и тому подобное;
- управленческие-закключаются в том, что входом является информационный поток, выходом – целевые параметры (индикаторы) различных процессов и ресурсов, которые формируют стратегию на промышленном предприятии.

Исследование влияния изменения отдельных факторов на конкурентоспособность промышленных предприятий дает возможность объективно оценить ее уровень и способствует определению дальнейшей стратегии развития предприятия [5].

Павлова В. А. к числу факторов, формирующих конкурентоспособность промышленного предприятия, относятся: факторы, формирующие конкурентные преимущества предприятия, специфические факторы для субъектов определенной отрасли; факторы конкурентоспособности продукции (качество, цена и др.); факторы, которые формируются в зависимости от уровня субъекта хозяйствования.

Таким образом, учитывая анализ факторов конкурентоспособности и этапов уровня конкуренции предлагаем собственную классификацию факторов, влияющих на процесс управления жизнеобеспечения деятельности промышленных предприятий [10]. Поэтому, для обеспечения конкурентоспособности промышленного предприятия в процессе управления жизнеобеспечения их деятельности используется три вида факторов, ресурсные факторы, определяющие потенциал конкурентоспособности, процессные факторы, влияющие на повышение качества управления промышленного предприятия и рыночные факторы, которые сочетают ценовые и неценовые (качество и новизна промышленной продукции и др.) инструменты.

Взаимосвязана действие этих трех факторов конкурентоспособности, обеспечивает эффективное и рациональное привлечение и оптимальное применение ресурсов, а также непосредственно связана с повышением совокупной производительности труда на промышленных предприятиях [7].

Необходимо отметить, что производительность труда и конкурентоспособность имеют прямую связь между собой. Ведь повышение производительности труда влечет за собой рост уровня конкурентоспособности в процессе управления жизнеобеспечения деятельности промышленных предприятий. И наоборот, уменьшение производительности труда приводит к тому, что промышленные предприятия не полностью используют имеющиеся ресурсы, что в свою очередь

ведет к сокращению объемов промышленного производства и снижению уровня конкурентоспособности [4].

Поэтому в научном исследовании учитывая указанные факторы и связь конкурентоспособности с производительностью труда, предлагаем следующие векторы, которые будут способствовать повышению уровня конкурентоспособности в процессе управления жизнеобеспечения деятельности промышленных предприятий – обеспечение качества управления, накопления человеческого капитала, развитие неценовых рыночных инструментов (прежде всего это касается качества промышленной продукции и ее новизны).

Обеспечение качества управления [6]. Это весомый инструмент по повышению уровня конкурентоспособности на промышленных предприятиях. Данный вектор прежде всего предусматривает эффективное применение и усовершенствование таких управленческих элементов на промышленных предприятиях – система менеджмента, организационная структура, процесс принятия управленческих решений, уровень автоматизации управления, стили и методы руководства и тому подобное. Также хотим отметить, что повышение уровня качества управления будет приводить и к повышению качества производимой промышленной продукции, что в свою очередь обеспечивает долгосрочную конкурентоспособность промышленного предприятия. В результате возникает следующая взаимосвязь: развитие качества управления → повышение уровня качества промышленной продукции → повышение конкурентоспособности промышленных предприятий [3].

Накопление человеческого капитала. Необходимо отметить, что человеческий капитал используется на промышленных предприятиях можно разделить на две группы: общий (знания, навыки и умения, получаемые будущим персоналом в системе общего образования) и особый (знания, навыки и умения, которые были добыты персоналом во время производственной деятельности на промышленных предприятиях). Процесс накопления на промышленных предприятиях человеческого капитала является важным фактором, который предопределяет существенный рост производительности труда. Основными

элементами указанного вектора является образование (общее, профессиональное) – она выполняет очень важную функцию – обеспечивает формирование человеческого капитала, как активной части процессов производства и воспроизводства на промышленных предприятиях, а также внутренняя система обучения персонала, с помощью которой повышается уровень деятельности и развития промышленных предприятий, что отражается в создании новой стоимости, повышения производительности труда и конкурентоспособности [8].

Развитие неценовых рыночных инструментов.

Необходимо отметить, что реалии развития промышленных предприятий в России, показывают тенденции к повышению роли именно неценовых инструментов конкурентоспособности, среди которых следует выделить качество промышленной продукции и ее новизна. Это обусловлено тем, что в настоящее время конкуренция в отраслях промышленности происходит не только за счет снижения издержек производства (подход базируется на концепции «рынка производителя»), а в первую очередь за счет производства промышленной продукции, которая имеет больше конкурентных преимуществ, и которую предприятие конкурент в данный период не может выработать (подход базируется на концепции «потребительского рынка»).

Поэтому в процессе управления жизнеобеспечения деятельности предприятий на первый план должны выходить следующие показатели производительности: уровень качества промышленной продукции, количество инновационной продукции, выпускаемой в единицу времени, доля инновационной продукции и др.

В современных условиях устойчивость и конкурентоспособность промышленных предприятий напрямую зависит от устойчивости региональных и национальных производственных систем [2]. В настоящее время объединения(кластеры) промышленных предприятий взаимосвязанных отраслей должны стать движущей силой развития региональной экономики.

Следовательно, в условиях конкурентной борьбы деятельность промышленных предприятий зависит от его конкурентоспособности, высокий уровень которой обеспечивается созданием и реализацией комплекса конкурентных преимуществ, что является результатом лучшего удовлетворения потребностей потребителей.

В разработанной Портером М. теории конкурентных преимуществ организации отмечается, что конкурентные преимущества формируются благодаря эффективности использования всех видов ресурсов предприятия, а не только из-за их наличия. Соответственно, конкурентные преимущества являются результатом оптимального взаимодействия значительного количества составляющих предприятия в соотношении к своим конкурентам.

Необходимо отметить, что большое внимание среди ученых уделяется и методическим вопросам оценки конкурентоспособности промышленных предприятий. Но необходимо отметить, что среди ученых, которые исследуют указанную проблематику не существует единых подходов по разработке методики оценки конкурентоспособности промышленных предприятий, что определенным образом обусловлено сложностью и многогранностью данной проблемы.

Наиболее распространенными методами оценки конкурентоспособности промышленных предприятий являются методы, характеризующие позиции предприятия на рынке. К таким методам оценки относятся формальные и матричные [9].

Формальные методы основаны на взаимозависимости экономических процессов рыночной среды и стратегических приоритетах предприятия. Среди формальных методов оценки конкурентоспособности можно выделить:

- модель конкурентного преимущества Портера М. (исследование влияния внешней среды на конкуренцию);
- модель «продукт-рынок» Ансоффа И. (анализ предприятия с целью оптимизации распределения ресурсов и определения характера поведения предприятия на рынке);

- модель "жизненного цикла" (планирование и оценка затрат, прибыли и инвестиций предприятия).
- модель накопленного опыта (исследование аспектов по минимизации затрат).

Формальные методы оценки конкурентоспособности применяются при осуществлении анализа бизнес-среды предприятия с целью выработки конкретной конкурентной стратегии развития.

Такой подход позволяет достаточно удобно проанализировать и определить стратегическую позицию предприятия на рынке и выбрать наиболее оптимальную стратегию действий по изготовлению и реализации продукции, оптимизации перераспределения финансовых потоков между разными стратегически-экономическими элементами.

Кроме модели БКГ известными также являются следующие матричные методы оценки конкурентоспособности предприятия:

- матрица Маккинси (более усовершенствованный вариант матрицы БКГ, который позволяет сформировать стратегию деятельности предприятия на основе привлекательности рынка и за счет увеличения количества оценочных факторов)
- модель компании SHELL (анализ качественных и количественных показателей с целью поддержания баланса между избытком и дефицитом средств на разных стадиях жизненного цикла)
- модель Hofer / Schendel (анализ деятельности с целью определения и формулирования идеальной позиционирование бизнеса на рынке).

Матричные методы, кроме того, что дают возможность охарактеризовать позиции предприятия на рынке, также принадлежат к другой группе классификации методов оценки конкурентоспособности предприятий, а именно по признаку формы представления результатов исследования. По форме репрезентативности результатов также выделяют графические, расчетные и комбинированные методы.

Графический метод основан на построении многоугольника конкурентоспособности, который отражает уровень показателей конкурентоспособности различных предприятий. Преимуществом такого метода является его простота и наглядность. Общим же недостатком как графического, так и матричного (аналитического) метода является тот факт, что они не способны обеспечить системный взгляд на конкурентоспособность, а также не учитывают факторы конкурентоспособности в зависимости от их значимости и веса.

Литература

1. Doroshenko, E., Guschina, E., & Chesnokova, J. (2013). Improvement of marketing technologies for Russian advertising market research. *World Applied Sciences Journal*, 24(9), 1206–1210. <https://doi.org/10.5829/idosi.wasj.2013.24.09.13262>
2. Hacıyev, P. (2013). Socially oriented marketing as an instrument of innovation economy. *Actual Problems of Economics*, 140(2), 183–187.
3. Kovalev, A. (2013). Trends of the nanomaterial market. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 4(9), 655–659. <https://doi.org/10.5901/mjss.2013.v4n9p655>
4. Krivenko, N. V. (2013). Management system of organizational and economic changes in health services. *Economy of Region*, (1), 149–158. <https://doi.org/10.17059/2013-1-14>
5. Melnikova, O. Y., & Baranovsky, A. I. (2014). Competitiveness of higher education in the context of sustainable development concept. *World Applied Sciences Journal*, 30(1), 35–38. <https://doi.org/10.5829/idosi.wasj.2014.30.01.13994>
6. Pirogov, A. (2014). GIS-based education course for bachelor of management program in the Lomonosov Moscow State University Business School. In *International Archives of the Photogrammetry, Remote Sensing and Spatial Information Sciences - ISPRS Archives* (Vol. 40, pp. 79–82). <https://doi.org/10.5194/isprsarchives-XL-6-79-2014>

7. Popkova, E. G., Chashchin, V. V, & Bogdanov, D. V. (2013). Implementation of the concept of personnel marketing in modern Russia. *World Applied Sciences Journal*, 22(3), 389–395. <https://doi.org/10.5829/idosi.wasj.2013.22.03.2926>
8. Rozdolskaya, I., Ledovskaya, M., & Afanasiev, I. (2013). Innovation consulting services within the context of the formation of a new model of marketing innovation. *World Applied Sciences Journal*, 25(6), 956–960. <https://doi.org/10.5829/idosi.wasj.2013.25.06.7068>
9. Tceplit, A., Grigoreva, A., & Osipov, Y. (2014). Developing the model for assessing the competitiveness of innovative engineering products. *Applied Mechanics and Materials*, 682, 623–630. <https://doi.org/10.4028/www.scientific.net/AMM.682.623>
10. Yudanov, A. (2014). High-growth LMT firms and the evolution of the Russian economy. *Knowledge-Intensive Entrepreneurship in Low-Tech Industries*. <https://doi.org/10.4337/9781783472048.00014>

References

1. Doroshenko, E., Guschina, E., & Chesnokova, J. (2013). Improvement of marketing technologies for Russian advertising market research. *World Applied Sciences Journal*, 24(9), 1206–1210. <https://doi.org/10.5829/idosi.wasj.2013.24.09.13262>
2. Hacıyev, P. (2013). Socially oriented marketing as an instrument of innovation economy. *Actual Problems of Economics*, 140(2), 183–187.
3. Kovalev, A. (2013). Trends of the nanomaterial market. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 4(9), 655–659. <https://doi.org/10.5901/mjss.2013.v4n9p655>
4. Krivenko, N. V. (2013). Management system of organizational and economic changes in health services. *Economy of Region*, (1), 149–158. <https://doi.org/10.17059/2013-1-14>
5. Melnikova, O. Y., & Baranovsky, A. I. (2014). Competitiveness of higher education in the context of sustainable development concept. *World Applied Sciences Journal*, 30(1), 35–38. <https://doi.org/10.5829/idosi.wasj.2014.30.01.13994>

6. Pirogov, A. (2014). GIS-based education course for bachelor of management program in the Lomonosov Moscow State University Business School. In International Archives of the Photogrammetry, Remote Sensing and Spatial Information Sciences - ISPRS Archives (Vol. 40, pp. 79–82). <https://doi.org/10.5194/isprsarchives-XL-6-79-2014>
7. Popkova, E. G., Chashchin, V. V, & Bogdanov, D. V. (2013). Implementation of the concept of personnel marketing in modern Russia. World Applied Sciences Journal, 22(3), 389–395. <https://doi.org/10.5829/idosi.wasj.2013.22.03.2926>
8. Rozdolskaya, I., Ledovskaya, M., & Afanasiev, I. (2013). Innovation consulting services within the context of the formation of a new model of marketing innovation. World Applied Sciences Journal, 25(6), 956–960. <https://doi.org/10.5829/idosi.wasj.2013.25.06.7068>
9. Tceplit, A., Grigoreva, A., & Osipov, Y. (2014). Developing the model for assessing the competitiveness of innovative engineering products. Applied Mechanics and Materials, 682, 623–630. <https://doi.org/10.4028/www.scientific.net/AMM.682.623>
10. Yudanov, A. (2014). High-growth LMT firms and the evolution of the Russian economy. Knowledge-Intensive Entrepreneurship in Low-Tech Industries. <https://doi.org/10.4337/9781783472048.00014>

© Арсаханова З.А., 2022 *Международный журнал прикладных наук и технологий "Integral" №3/2022*

Для цитирования: Арсаханова З.А. ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ В КОНТЕКСТЕ ГАРМОНИЗАЦИИ АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ СФЕРЫ РОССИИ// *Международный журнал прикладных наук и технологий "Integral" №3/2022*