

ПРЕДПРИЯТИЕ

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КАК ИНТЕГРАЛЬНЫЙ ПОКАЗАТЕЛЬ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

- Конкурентоспособность можно рассматривать с двух позиций: как потенциал предприятия и как его преимущество по сравнению с другими компаниями
- Внешняя и внутренняя составляющие предприятия формируют два различных по своей природе источника его конкурентоспособности – текущую эффективность и рыночное позиционирование

Переход к рыночной экономике требует от предприятия повышения эффективности производства, конкурентоспособности продукции и услуг на основе внедрения достижений научно-технического прогресса, эффективных форм хозяйствования и управления производством, активизации предпринимательства и мобилизации неиспользованных резервов. Важная роль в реализации этой задачи отводится системной оценке эффективности деятельности и на ее основе – определению конкурентоспособности предприятия.

С переходом в начале 90-х годов прошлого века российской экономики на рыночный путь развития понятие «конкурентоспособность» выходит в разряд ключевых и в нашей стране.

ЕДИНСТВО ЭФФЕКТИВНОСТИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Термин «конкурентоспособность» незаметно, но достаточно органично вошел в наш повседневный и тем более научный лексикон. В настоящее время все большее количество исследователей уделяют внимание вопросам изучения конкурентоспособности продукции, отдельных предприятий, городов, регионов, стран, технологий, работников и даже научно-методических документов и нормативных актов.

Такая характеристика, как конкурентоспособность, до недавнего времени являлась категорией, мало разработанной отечественной экономической наукой, и на то имеются веские основания.

1. В дореформенных условиях обращение к этой области экономической жизни не было актуальным, а трансформация национальной хозяйственной системы России оказалась настолько быстрой и радикальной, что наука не успевает основательно осмыслить новые реальности.

2. В определенной степени такому осмыслению мешают и кажущаяся очевидность содержания категории конкурентоспособности, и ее близость к категории эффективности (их нередко рассматривают в качестве однопорядковых), хотя первая, основываясь на последней, включает в себе более сложные взаимосвязи отдельных характеристик анализируемых объектов.

3. Многоаспектность проблемы, которую исследуют специалисты по маркетингу, управлению качеством, товароведению, менеджменту, макро- и микроэкономике, но при этом никто из них не пытается выйти за рамки своей специальности. Однако накопленный большой и научный, и прикладной материал требует синтезировать подходы.

4. Высокая теоретизированность и низкий уровень практической применимости. Развитие рыночной экономики в условиях российской действительности происходило исключительно экспериментальным способом, когда решения принимались, разработки внедрялись, а затем происходило теоретическое осмысление результатов. По такой схеме можно развиваться только до определенного этапа, на незначительных уровнях сложности хозяйственных взаимоотношений. Когда же наступил предел этого направления, проснулся интерес к более теоретизированным подходам [1].