

Сущность конкурентоспособности субъектов розничной торговли

Исоков А.А., к.э.н., доцент кафедры менеджмента

МГУ им. Н.П. Огарева, г.Саранск

Ниёзов Д.С., аспирант Института экономики и торговли Таджикского

государственного университета коммерции, г. Худжанд

Аннотация. В статье определяется экономическая сущность категория конкурентоспособность, отмечаются элементы конкурентоспособности как оценочного показателя.

Ключевые слова: конкурентоспособность, экономический рост, ресурсы, производительность труда, эффективность.

The essence of competitiveness of retail entities

Isokov A.A., Ph.D., assistant professor of management

Moscow State University. NP Ogarev, Saransk

Niyozov D.S., a graduate student of the Institute of Economy and Trade,

Tajik State University of Commerce, Khujand

Annotation. The article defines the essence of the economic category of competitiveness, marked competitive elements such as performance indicators.

Keywords: competitiveness, economic growth, resources, productivity, efficiency.

Процесс трансформации экономических отношений, становление рыночной экономики в Республике Таджикистан предопределили применение

экономической категории «конкурентоспособность», с целью оценки деятельности хозяйствующих субъектов.

На современном этапе экономического развития, в условиях активизации глобализационных и интеграционных процессов, данная дефиниция является одним из главных критериев оценки экономической позиции отдельных стран, их регионов, а также их субъектов.

Уровень конкурентоспособности позволяет оценить расстановку сил на рынке, является главным ориентиром при формировании стратегических направлений развития национальной экономики. Конкурентные отношения, по нашему мнению, представляют экономический механизм, посредством которого осуществляется эффективное использование факторообразующих элементов экономического роста.

Конкуренция дает возможность выявить сильные и слабые стороны субъектов рынка, их возможности и угрозы деятельности, что в условиях рыночной экономики приобретает особую значимость.

Экономическая категория «конкурентоспособность» тесно связана с понятием «конкуренция», что в переводе с позднелатинского «concurrentia» означает «соперничество», и «столкновение». Эволюция конкуренции свидетельствует о том, что она существовала на протяжении всего исторического развития общества, возникнув в условиях кооперации труда.

Анализ трудов отечественных и зарубежных ученых свидетельствует о том, что в экономической литературе отсутствует единое мнение по поводу определения «конкуренции», «конкурентоспособности». Указанные категории в основном рассматривались на уровне экономики страны, её регионов, и недостаточно внимания уделено конкурентоспособности на уровне предприятия.

Выдающийся представитель классической экономической школы А. Смит указывал, что конкретным механизмом, вынуждающим предпринимателей следовать указаниям «невидимой руки» является конкуренция и связывал её с

соперничеством за наиболее выгодные условия продажи товара, а цены считал основным методом конкурентной борьбы¹.

Огромный вклад в теорию конкурентоспособности был сделан американским экономистом М. Портером, который определил конкурентоспособность, как «... производительность, представляющая собой эффективное использование рабочей силы и капитала ...»². Отсюда следует, что обеспечение стабильного роста производительности труда, применение инновационных технологий, повышение качества производимой продукции являются залогом устойчивого поступательного развития экономических субъектов.

Конкурентоспособность, являясь оценочным показателем, включает следующие элементы:

- субъекты (государственные структуры, покупатели, инвесторы);
- объекты (товар, услуга, предприятия, организации, отрасль, регион, страна);
- критерии оценки (темп развития, положение на рынке, финансовые ресурсы, платежеспособность, уровень цен, качество и т.д).

Из этого следует, что понятие «конкурентоспособность», в зависимости от поставленной цели и задач, может быть использовано в различных аспектах.

Так, Трофимова Я.В. считает, что «конкурентоспособность объекта – это экономическая категория, характеризующая положение объекта относительно объектов – конкурентов на рынке, выраженная через определенные показатели»³.

Для отечественных ученых исследование проблем конкурентоспособности сопряжено с определенными трудностями в связи с тем, что рыночные

¹ Смит А. «Исследование о природе и причине богатства народов». – М.: Соцэкгиз., 1962. – 233с.

² Портер М. Международная конкуренция.: пер. с англ. // - М.: Международные отношения. 1993. – 896 с.

³ Трофимова Я.В. определение конкурентоспособности промышленного предприятия. Автореферат диссертации. – Ярослав, 1998.

преобразования осуществляются в условиях транзитивной экономики, для которой характерна ломка старых и формирование новых отношений.

В экономической литературе, применительно к хозяйствующему субъекту, конкурентоспособность рассматривается как возможность эффективной деятельности и её практической прибыльной реализации в условиях конкурентного рынка.

М. Портер, конкурентоспособность тесно связывал с товаропроизводителями и наличием или отсутствием конкретного преимущества на уровне издержек.

По мнению учёного, конкурентоспособность отражает продуктивность использования ресурсов.

Конкурентоспособность предприятия возникает в ситуации, связанной с необходимостью производства конкурентоспособного товара, услуги. К основным факторам конкурентоспособности предприятия относятся:

- доходность хозяйственной деятельности;
- уровень производительности труда;
- инновационный характер деятельности;
- высокая степень мобильности в условиях изменяющегося рынка;
- эффективность стратегического управления и планирования.

Из этого следует, что чем больше у предприятия конкурентных преимуществ и выше уровень их качественных характеристик, тем благоприятнее условия для его эффективной деятельности.

Для оценки экономической категории «конкурентоспособность предприятия», на наш взгляд, следует рассмотреть её свойства, которые отражают её сущность:⁴

⁴ Савельева Н.А. Формирование конкурентоспособности на мезоуровне: Монография /Н.А. Савельева - Ростов-н/Д: издательство РГЭУ «РИНХ», 2004. -126 с.

1. Многовариантность. Данное свойство зависит от оценки субъекта, объекта и целей конкурентоспособности.

В качестве субъектов могут выступать: предприятие, его поставщики, инвесторы, покупатели. Для оценки целей конкурентоспособности могут быть использованы такие показатели, как темпы роста, положение на рынке, кредитоспособность, финансовая устойчивость и др.

2. Относительность характера конкурентоспособности на рынке, которая сводится к сопоставлению с конкурирующими субъектами и отвечать требованиям конкретности и полноты.

3. Единство времени и пространства, т.е. конкурентоспособность предприятий должна рассматриваться по отношению к определенному рынку и периоду времени.

4. Динамичный характер – изменение свойств конкурентоспособности с течением времени адекватно изменяющейся внутренней и внешней среды.

5. Управление конкурентоспособностью – что проявляется в возможности воздействия на конкурентоспособность предприятий.

6. Свойства конкурентоспособности предприятия проявляются в случае наличия конкуренции на рынке и др.

Отдельные экономисты отмечают такое свойство конкурентоспособности, как многоуровневость, относительно конкурентного поля.

Так Г.П. Котикова рассматривает следующие «уровни конкурентоспособности фирмы», характеризующие масштабность конкуренции:⁵

1) микроуровень – конкурентоспособность отдельных товаров и товарных групп, производств внутри предприятия;

⁵ Котикова Г.П. Управление конкурентоспособностью предприятия: маркетинговый подход. На примере машиностроительных предприятий Кемеровской области; дис. ... кандидата экономических наук / Г.П. Котикова; спец. 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами (промышленность). -Кемерово, 1999. – 232 с.

2) мезоуровень – внутриотраслевая конкурентоспособность предприятий национального рынка;

3) макроуровень – международная конкурентоспособность предприятий.

Таких же позиций придерживаются и авторы Вдова З.В., Шабашев В.А., считая, что конкурентоспособность можно рассматривать на четырех уровнях: микроуровень, макроуровень, мезоуровень, а так же мегауровень – предполагающий конкурентоспособность предприятий на уровне международной конкуренции, носящей интернациональный характер в связи с объединением стран в определенные группы по политическим или экономическим признакам с целью повышения конкурентоспособности.

Анализ вышеперечисленных свойств дает возможность утверждать, что такие свойства, как многоуровневость и многовариантность конкурентоспособности можно считать тождественными.

В категории «конкурентоспособность предприятия» в процессе исследования её экономической сущности авторами сделана попытка отразить её свойства.

Так, по мнению Р.А. Фатхутдинова конкурентоспособность предприятия раскрывается через конкурентоспособность товара⁶.

Б.С. Скотт данную категорию рассматривает через призму использования потенциала предприятия, эффективности его деятельности⁷.

По мнению Н.А. Савельевой характеристика экономического содержания определения конкурентоспособности предприятия основывается на его конкурентных преимуществах⁸.

⁶ Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Маркет ДС, 2008. – 432 с.

⁷ Scott B. Competitiveness: Self - help for a Worsening Problem // Harvard Business Review. – 1989. – №6. – Pp. 115-121

⁸ Савельева Н.А. Формирование конкурентоспособности на мезоуровне: Монография /Н.А. Савельева - Ростов-н/Д: издательство РГЭУ «РИНХ», 2004. – 126 с.

По мнению Р.Э. Байхаджиева конкурентоспособность предприятия следует рассматривать с позиции подхода эффективности его деятельности и конкурентоспособности товара⁹.

На наш взгляд, с учетом комплексного подхода наиболее точным можно считать определение, включающее в себе такие свойства, как эффективность предприятия и конкурентоспособность товара.

В экономической литературе не достаточно полно освещены вопросы определения конкурентоспособности предприятия с учетом специфики отдельных отраслей экономики.

Применительно к розничной торговле заслуживает внимания определение Е.Н. Ялунина, в котором определение розничному предприятию конкурентных преимуществ и устойчивого рыночного положения зависит от экономического потенциала.¹⁰

И.А. Жебелев предлагает при определении конкурентоспособности розничного предприятия опираться на дефиниции ее составляющих:

- конкурентоспособности товара (услуги);
- степени реализации конкретного потенциала предприятия;
- эффективности конкурентных стратегий предприятия¹¹.

Модель конкурентоспособности предприятия торговли автором представлена в следующей формуле:

$$K_{\pi} = K_{y} + K_{\kappa\pi} + K_{\kappa\sigma} \quad (1.1)$$

где K_{π} – конкурентоспособность розничного торгового предприятия;

K_{y} – показатель оценки конкурентоспособности услуг;

$K_{\kappa\pi}$ – показатель оценки конкурентного потенциала предприятия;

⁹ Байхаджиев Р.Э. Совершенствование методических подходов к оценке конкурентоспособность торговых организаций; автореферат дис.... кандидата экономических наук / Р.Э. Байхаджиев; Белгород, 2009. – 26 с.

¹⁰ Ялунина Е.Н. Конкурентоспособность розничного торгового предприятия: автореферат дис.... кандидата экономических наук / Е.Н. Ялунина; Екатеринбург, 2007.-26с.

¹¹ Жебелев И. А. Повышение конкурентоспособности предприятий сетевой розничной торговли: автореферат дис.... кандидата экономических наук / И.А Жебелев; М., 2008. – 26 с.41

Ккс – обобщающий показатель оценки конкурентной стратегии предприятия.

М. Гельвановский, И. Трофинова, В Жуковская отмечают, что «конкурентоспособность – это обладание свойствами, создающими преимущества для хозяйствующего субъекта, которые способствуют победе в экономическом соревновании. Эти свойства могут относиться к различным по своей природе объектам: видам продукции, предприятиям, организациям, осуществляющим коммерческую деятельность (микроуровень)»¹².

Авторами в данном определении подчеркивается состязательный характер конкурентоспособности, указано, что основой конкурентоспособности являются конкурентные преимущества. Вместе с тем, данная категория не учитывает определенное конкурентное поле, не отражает цели конкурентоспособности.

Как было отмечено, главная роль в обеспечении конкурентоспособности предприятия отводится конкурентным преимуществам. При этом данную категорию следует рассматривать на различных уровнях, как широком, так и более узком, что позволяет обеспечить взаимосвязи между ними.

Товар (услуга), предприятие, обладают прочными позициями на определенном сегменте рынка потому, что они обладают конкурентными преимуществами по отношению к другим товарам (услугам), предприятиям.

Конкурентное преимущество предприятия подразделяется на два вида:

1. Связанное с низкими издержками;
2. Связанное с дифференциацией выпускаемой продукции.

По мнению М. Портера, предприятие должно сосредоточиться на одном из типов конкурентных преимуществ, что позволит ему лучше выдержать конкуренцию¹³.

¹² Гельвановский М., Жуковская В., Трофинова И. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерении. // Российский экономический журнал. - 1998 г. №3

¹³ Портер М. Международная конкуренция. – М., Международные отношения. – 1993.

Реализация потенциала конкурентоспособности и формирование конкурентных преимуществ обусловлена переходом элементов в факторы в конкретных экономических условиях¹⁴.

Важное значение для предприятия, его позиции, имеет сфера (область) конкуренции. Предприятие должно четко представлять широту ассортимента товаров, место, способы реализации товара, его потребителей и т.д.

Конкурентное преимущество предприятие может обеспечить за счет масштабности целей деятельности или за счет использования межотраслевых связей. В этой ситуации необходимо определить направление деятельности: определенный сектор или широкий фронт деятельности.

Предприятие как система взаимосвязанных видов деятельности должно рационально управлять ими, что также позволит обеспечить конкурентное преимущество. Деятельность предприятия позволяет ему найти резервы для дифференциации и мобильности. Возможность функционирования предприятия на различных сегментах рынка также может способствовать приобретению конкурентного преимущества.

Многие предприятия достигают конкурентных преимуществ за счет применения инновационных технологий и техники.

Обладая конкурентными преимуществами, предприятие должно решить важную задачу, которая заключается в их удержании. Это зависит от различных факторов, основными из которых являются:

- Источник преимущества;
- Уровень модернизации производства;
- Количество источников конкурентных преимуществ.

Конкурентные преимущества отдельных предприятий в значительной степени ограничиваются пределами национальной экономики.

¹⁴ Исоков А.А., Комарова Г.Б. Конкурентоспособность предпринимательских структур в условиях переходной экономики Республики Таджикистан. РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция.2013. №3. С.170-172.

Р. Фатхутдинов отмечает, что «конкурентные преимущества могут быть наследственными, технологическими, информационными, управленческими, природно-климатическими». Им предложена классификация конкурентных преимуществ по следующим критериям¹⁵.



Рис. 1.1 – Критерии конкурентных преимуществ

Актуальным является не только наличие в достаточном количестве экономических ресурсов, а эффективное их использование.

Исходя из теоретических положений конкурентоспособности, Огородов С. выделяет следующие основные типы конкурентных преимуществ: ресурсные, технологические, инновационные, глобальные, культурные.

Вышеперечисленные типы конкурентных преимуществ оказывают большое внимание на положение хозяйствующих субъектов на потребительском рынке. При этом приоритет отдается технологическим конкурентным преимуществам, которые должны сочетаться с другими преимуществами.

С учетом конкурентных преимуществ Е.А. Курносова предлагает следующее определение конкурентоспособности предприятия: «Обеспечение конкурентоспособности предприятия - совокупность действий с целью создания

¹⁵ Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособности организации в условиях кризиса. Экономический маркетинг. Менеджмент. – 2000 г.

условий, способствующих устойчивому протеканию экономических процессов, реализации утвержденных планов, программ, проектов, предупреждению сбоев, нарушений законов, нормативных установок, договорных условий и направленных на достижение конкурентных преимуществ»¹⁶.

Козловой Е.И. отмечается, что «управление конкурентоспособностью на уровне предприятия, по сути, представляет собой управление процессом формирования, поддержания конкурентных преимуществ, преодоления конкурентных слабостей»¹⁷.

Конкурентоспособное преимущество, по мнению Фатхутдинова Р.А., это «превосходства объекта управления или высокая компетентность субъекта какой-либо области по сравнению с конкурентами»¹⁸.

В рассмотренных дефинициях в определенной степени отражается факторная и конкурентная природа экономической категории «конкурентное преимущество».

Следует отметить, что экономическая природа конкурентного преимущества проявляется только в том случае, если имеется конкурентное взаимодействие хозяйствующих субъектов. При отсутствии конкурентов, скорее имеют место абсолютные преимущества, а не конкурентные.

Так Фатхутдиновым Р.А. отмечено: «конкурентоспособность – это свойство объекта, характеризующегося степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке»¹⁹.

В данном определении также подчеркивается необходимость конкуренции среди аналогичных объектов на определенном сегменте рынка.

¹⁶ Курносова Е.А. Конкурентоспособность предприятий сферы услуг на основе формирования инновационного поведения; автореф. дис. ... кандидата экономических наук / Е.А. Курносова; Тольятти, 2009. – с. 9.

¹⁷ Козлова Е.И. Стратегические аспекты управления конкурентоспособностью предприятия; логистический подход; автореферат дис.... кандидата экономических наук / Е.И. Козлова; Ростов-на-Дону, 2009. - 24 с.

¹⁸ Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации / Р.А. Фатхутдинов. – М.; Маркет ДС, 2008. – 432 с.с. 311

¹⁹ Ковалева А.М. Финансы фирмы. / Ковалева А.М. учеб. 2-е изд. с.79.

Отсюда следует, что отдельными авторами конкурентоспособность рассматривается, как относительная категория, построенная на сопоставлении с аналогичными субъектами – конкурентами. Данный подход является распространенным и воспринимаемым, с позиции логики и математического описания достаточно удобным для восприятия.

Однако, он имеет и ряд определенных недостатков. В частности,

- анализ позиций конкурентов-предприятий в сравнении друг с другом, не позволяет дать обобщенную объективную оценку конъюнктуры отрасли;

- в процессе сравнения основное внимание уделяется показателям финансово-хозяйственной деятельности предприятий-конкурентов и вне поля зрения остаются вопросы, связанные с адаптацией предприятий к условиям внешней среды;

- сопоставление показателей деятельности хозяйствующих субъектов осуществляется без учета динамики изменений и сложных внутривозрастных связей.

По нашему мнению, приведенные определения характеризуют «конкурентоспособность предприятия», как величину фиксированную (постоянную) не учитывая, что конкурентоспособность хозяйствующего субъекта в различные периоды времени может изменяться под воздействием различных факторов.

Следовательно, конкурентоспособность – величина изменчивая под влиянием факторов внутренней и внешней среды и отражающая возможности предприятия адаптироваться к ней. При оценке уровня конкурентоспособности следует исходить из комплексного подхода, т.е рассматривать её как сложный показатель.

Применительно к торговым предприятиям конкурентоспособность – экономический процесс, направленный на более эффективное использование экономических ресурсов и создающий предприятию конкурентные преимущества

и устойчивую позицию на потребительском рынке в рамках определенных территорий.

Согласно Закону Республики Таджикистан «О государственном регулировании торговой деятельности в Республике Таджикистан» «Конкурентное преимущество – превосходство объекта управления или высокая компетентность субъекта в какой-либо области по сравнению с конкурентами».

Базовой основой, на которой формируется конкурентоспособность предприятия, является экономический потенциал, формирующийся под влиянием различных факторов в движущуюся силу развития – конкурентную позицию предприятия.

На наш взгляд, конкурентная позиция предприятия, представляет собой совокупность конкурентных преимуществ, обеспечивающих наиболее благоприятное положение ему на определенном конкурентном сегменте экономики.

Стабильная, устойчивая конкурентная позиция позволяет обеспечить устойчивую конкурентоспособность предприятия.

Таким образом, в условиях становления и развития рыночных отношений в Республике Таджикистан, одним из основных элементов рыночного механизма является конкуренция, которая способствует активизации хозяйствующих субъектов в различных секторах экономики с целью повышения их конкурентоспособности.

Литература:

1. Байхаджиев Р.Э. Совершенствование методических подходов к оценке конкурентоспособности торговых организаций; автореферат дис.... кандидата экономических наук / Р.Э. Байхаджиев; спец. 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами (сфера услуг) Белгород, 2009. – 26 с.

2. Гельвановский М., Жуковская В., Трофимова И. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерении // Российский экономический журнал. – 1998. – №3

3. Жебелев И. А. Повышение конкурентоспособности предприятий сетевой розничной торговли: автореферат дис.... кандидата экономических наук / И.А Жебелев; спец. 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами (сфера услуг). – М., 2008. – 26 с.41

4. Исоков А.А., Комарова Г.Б. Конкурентоспособность предпринимательских структур в условиях переходной экономики Республики Таджикистан. РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. – 2013. – №3. С.170-172.

5. Ковалева А.М. Финансы фирмы. / Ковалева А.М. учеб. 2-е изд. с.79.

6. Козлова Е.И. Стратегические аспекты управления конкурентоспособностью предприятия; логистический подход; автореферат дис.... кандидата экономических наук / Е.И. Козлова; спец. 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством; логистика. – Ростов-на-Дону, 2009. – 24 с.

7. Котикова Г.П. Управление конкурентоспособностью предприятия: маркетинговый подход. На примере машиностроительных предприятий Кемеровской области; дис. ... кандидата экономических наук / Г.П. Котикова; спец. 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами (промышленность). – Кемерово, 1999. – 232 с.

8. Курносова Е.А. Конкурентоспособность предприятий сферы услуг на основе формирования инновационного поведения; автореферат дис. ... кандидата экономических наук / Е.А. Курносова; спец. 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами (сфера услуг). – Тольятти, 2009. – с. 9.

9. Портер М. Международная конкуренция.: пер. с англ. // М.: Международные отношения. 1993. – 896 с.
10. Савельева Н.А. Формирование конкурентоспособности на мезоуровне: Монография / Н.А. Савельева – Ростов-н/Д: издательство РГЭУ «РИНХ», 2004. – 126 с.
11. Смит А. «Исследование о природе и причине богатства народов». – М.: Соцэкгиз., 1962. – 233с.
12. Трофимова Я.В. определение конкурентоспособности промышленного предприятия. Автореферат диссертации. – Ярослав, 1998
13. Фатхутдинов Р.А Управление конкурентоспособностью организации / Р.А. Фатхутдинов. – М.; Маркет ДС, 2008. – 432 с.с. 311
14. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса. Экономический маркетинг. Менеджмент. – 2000 г.
15. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации / Р.А. Фатхутдинов. – М.; Маркет ДС, 2008. – 432 с.
16. Ялунина Е.Н. Конкурентоспособность розничного торгового предприятия: автореферат диссертация кандидата экономических наук / ЕЛ. Ялунина; спец. 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами (сфера услуг). – Екатеринбург, 2007. – 26с.
17. Scott B. Competitiveness: Self - help for a Worrnsening Problem // Harvard Business Review. – 1989. – №6. – Pp. 115-121