

**ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПО ДОБЫЧЕ АЛМАЗОВ****Паршина Е. А., Паулу Жозе Мануэль**

Выполнен анализ известных подходов к управлению конкурентоспособностью предприятий, проанализированы факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятий, а также выявлены критерии конкурентоспособности. Рассмотрена иерархия понятий конкурентоспособности и сформирован экономический механизм обеспечения конкурентоспособности предприятия по добыче алмазов. В основу оценки эффективности реализации управленческих решений, с точки зрения обеспечения конкурентоспособности предприятия, положены оценки ситуации на рынке алмазов, обеспечения ресурсами, а также оценки технических возможностей предприятия.

Виконаний аналіз відомих підходів до управління конкурентоспроможністю підприємств, проаналізовані чинники, що впливають на конкурентоспроможність підприємств, а також виявлені критерії конкурентоспроможності. Розглянута ієрархія понять конкурентоспроможності та сформовано економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності підприємства з добування алмазів. У основу оцінки ефективності реалізації управлінських рішень, з точки зору забезпечення конкурентоспроможності підприємства, покладені оцінки ситуації на ринку алмазів, забезпечення ресурсами, а також оцінки технічних можливостей підприємства.

The analysis of known approaches to management of competitiveness of the enterprises is made, the factors influencing competitiveness of the enterprises are analyzed, and also the criteria of competitiveness are presented. Definition of competitiveness in hierarchy is considered and the economic mechanism of competitiveness of the mining enterprise for extraction of diamonds is formed. In the basis of efficiency estimation of realization of administrative decisions from point the of view of providing of competitiveness of enterprise the estimation of situation in the market of diamonds, providing, and also estimation of economic feasibilities of enterprise resources is put.

Паршина Е. А.

д-р экон. наук, проф., зав. кафедры НГУ  
[parschina@ukr.net](mailto:parschina@ukr.net)

Паулу Жозе Мануэль

аспирант НГУ

УДК 339.13

Паршина Е. А., Паулу Жозе Мануэль

## ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПО ДОБЫЧЕ АЛМАЗОВ

Основу современной рыночной экономики составляет понятие конкуренции, как главной движущей силы эволюции взаимоотношений функционирующих субъектов. Наиболее успешным участником такого соревнования является тот, кто способен выдерживать конкурентную борьбу не только на отечественном, но и на мировом рынке [1–3].

Как известно, первые теоретические исследования, посвящённые конкуренции, появились в трудах классиков экономической теории ещё в середине XVIII века. К середине XX века были сформированы общие представления о сущности и движущих силах конкуренции, выделены её четыре классические модели: монополия, олигополия, совершенная и монополистическая конкуренция. В последней четверти XX столетия наблюдаются коренные изменения в характере конкурентной борьбы, причиной которых стали, прежде всего, научно-техническое развитие и стремительно набирающая темпы глобализация [2–5]. В результате происходит значительное усиление мировой конкуренции, что в свою очередь требует разработки новых эффективных концепций изучения конкуренции и неразрывно связанного с ней понятия конкурентоспособности.

В частности, в работе [2] понятие «конкурентоспособность» рассматривается в аспекте «быть способным к конкуренции». Не смотря на то, что определения конкуренции в литературе встречаются в различной интерпретации, однако в своей основе она определяется как соперничество экономических субъектов за лучшие условия производства и реализации продукции.

Многие авторы, применяя понятие «конкурентоспособность», подсознательно имеют в виду именно степень превосходства одного объекта над другим, что отражает уровень конкурентоспособности. Трактовка категории «уровень конкурентоспособности» в обозначенном ракурсе опирается на факт существования конкуренции, которая предполагает наличие соперников. По отношению к ним и определяется степень превосходства. В противном случае, как отмечено в работе [2], просто неправильно говорить о конкурентоспособности каких-либо объектов.

Предприятия по добыче алмазов представляют собой стратегически важный комплекс промышленности, который предопределяет потенциал Анголы. В условиях выхода промышленности Анголы в открытое мировое торгово-экономическое пространство и борьбы за рынки сбыта продукции с ведущими мировыми компаниями, вопросы конкурентоспособности таких предприятий являются актуальными.

Целью работы является создание экономического механизма обеспечения конкурентоспособности предприятия по добыче алмазов на основе анализа известных подходов к управлению конкурентоспособностью предприятий с учетом специфики добывающей отрасли.

Анализ проведенных исследований показал, что одни авторы определяют конкурентоспособность как относительную характеристику или показатель [6–7], а другие как свойство объекта [5, 8] удовлетворения товарами потребности людей, третьи – как итоговый показатель устойчивой работы предприятия и эффективного использования ресурсов [6, 9]. В работе [4] конкурентоспособность рассматривается как системная категория. Определение конкурентоспособности в работах [5, 6, 8] дополняется и рассматривается, как способность выдерживать конкуренцию на рынке.

Автор работы [6], а также и другие исследователи рассматривают конкурентоспособность с точки зрения занимаемой доли рынка. Многие ученые [4–5, 10] говорят о конкурен-

тоспособности предприятия как о важном критерии выхода на национальные и мировые товарные рынки. Однако, большинство авторов конкурентоспособность предприятия связывают с качеством и конкурентоспособностью выпускаемой продукции [4, 6, 11].

Учитывая определения конкурентоспособности в современной литературе, а также предложенную иерархию понятий конкурентоспособности субъектов рынка в работе [12], конкретизируем иерархию понятий конкурентоспособности предприятия по добыче алмазов. Конкурентоспособность такого предприятия следует рассмотреть с позиции потребителей продукции, конкурентов на рынке алмазов, инвесторов и партнеров (рис. 1).

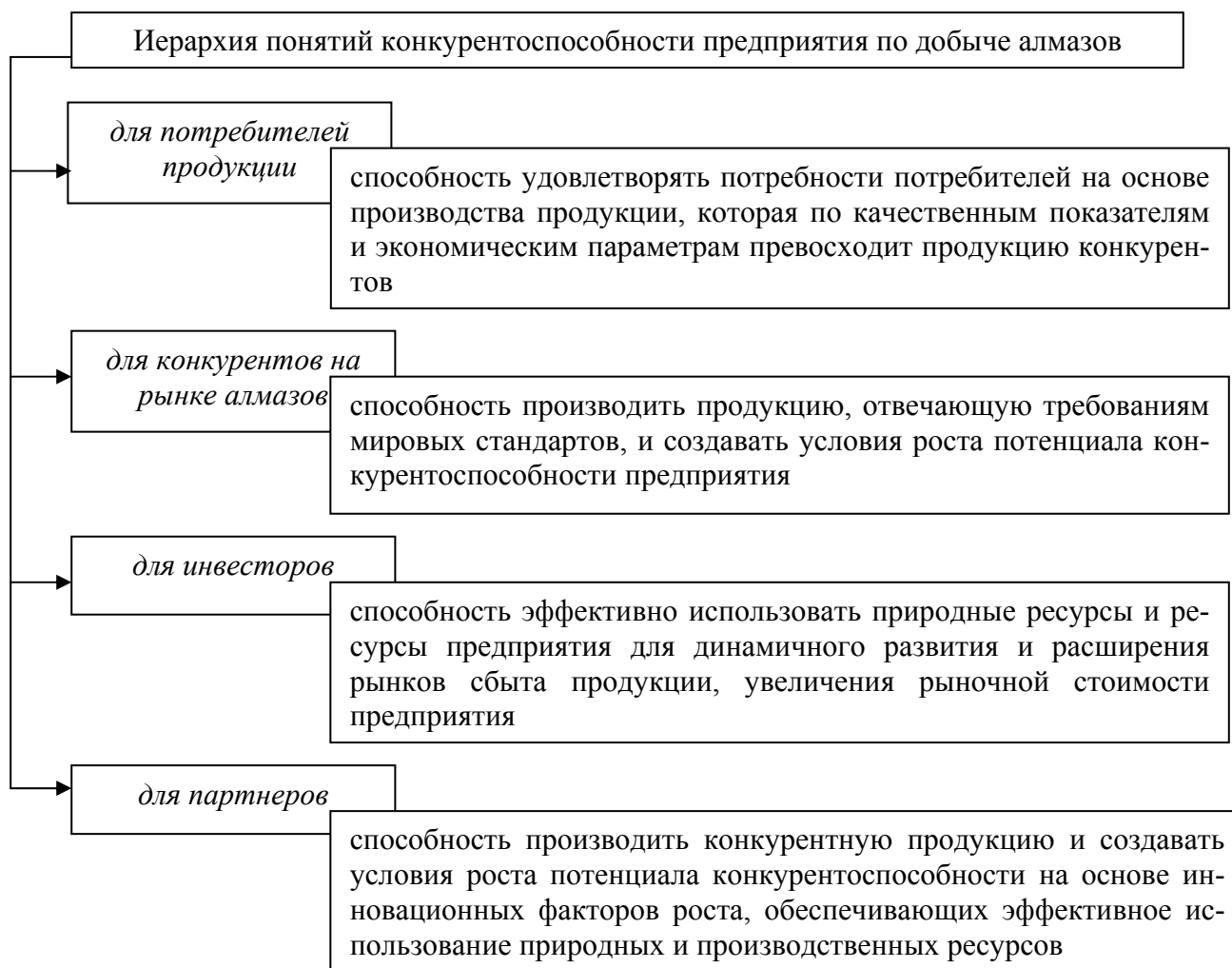


Рис. 1. Иерархия понятий конкурентоспособности предприятия по добыче алмазов

Анализ иерархии этих понятий с позиции формирования экономического механизма обеспечения конкурентоспособности предприятия по добыче алмазов следует провести в направлении выявления наиболее важных факторов, влияющих на конкурентоспособность.

Для этого были проанализированы научные работы многих ученых и практиков, занимающихся вопросами управления конкурентоспособностью различных предприятий. Следует отметить, что в зависимости от специфики объекта исследования выделяют различное количество факторов. Анализ отечественных и зарубежных литературных источников показывает, что в зависимости от своих научных взглядов и области исследований разные авторы предлагают различные наборы факторов, определяющих конкурентоспособность организации. Многие авторы используют основные положения работ [3, 5, 13], развивая при этом эти положения применительно к конкретным направлениям деятельности. Некоторые авторы

группируют достаточно большое разнообразие факторов по определенным группам [5, 14]. Основные результаты исследований факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятия, сведены в табл. 1.

Таблица 1

Факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия

Исследования по конкурентоспособности предприятий	Факторы конкурентоспособности
Анализ исследований зарубежной практики [10]	на первое место в мировой конкурентоспособности выходят качественно-ценовые факторы, в частности, важнейшими из них являются высокий технический уровень, новизна, наукоёмкость выпускаемых изделий, низкие издержки их производства
А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд [13]	считают ключевыми факторами успеха деятельности организации, в частности такие, как: <ul style="list-style-type: none"> <li>– качество и характеристики продукции;</li> <li>– репутация (имидж);</li> <li>– производственные мощности;</li> <li>– использование технологий;</li> <li>– дилерская сеть и возможности распространения;</li> <li>– инновационные возможности;</li> <li>– финансовые ресурсы;</li> <li>– издержки по сравнению с конкурентами;</li> <li>– обслуживание клиентов</li> </ul>
Е. П. Голубков [3]	предлагает для оценки конкурентоспособности организации использовать 16 факторов результативности её деятельности (имидж, концепция продукта, качество продуктов, уровень диверсификации видов бизнеса, суммарная рыночная доля главных видов бизнеса, мощность научно-исследовательской и конструкторской базы, мощность производственной баз и др.), которые детализирует и дополняет за счёт факторов конкурентоспособности продукции и эффективности маркетинговой деятельности
Л. В. Баумгартен [1]	считает, что конкурентоспособность организации определяется совокупностью факторов, характеризующих результативность её деятельности на рынке, атрибуты качества продукции и эффективность маркетинговой деятельности
Б. В. Губский [15] Г. М. Скударь [10]	считают, что конкурентоспособность обусловлена экономическими, социальными и политическими факторами как на внутреннем рынке, так и на внешнем рынке
Р. Е. Мансуров [6]	говорит о влиянии факторов социальной среды и экологической среды на конкурентоспособность предприятия
И. У. Зулькарнаев, Л. Р. Ильясова [14]	всю совокупность факторов, влияющих на конкурентоспособность организации, предлагают разделить на три группы: <ul style="list-style-type: none"> <li>– цели, которые ставит перед собой организация;</li> <li>– ресурсы, которыми располагает организация;</li> <li>– факторы внешней среды</li> </ul>

В частности, Р. А. Фатхутдинов [5] предлагает оценивать конкурентоспособность организации по четырем основным группам показателей, учитывая при этом все аспекты деятельности предприятия:

- 1) преимущества во внешней среде (макросреда, инфраструктура региона, микросреда);
- 2) преимущества во внутренней среде (технологии, организация процессов, ресурсы);
- 3) преимущества в качестве и ресурсоёмкости выпускаемых товаров, новшеств (товары, новшества, услуги);
- 4) преимущества рынков (по объёму рынков, по количеству конкурентов, по оперативности и надёжности финансовых операций, по безопасности торговли).

Как известно, факторы с течением времени могут изменяться, в частности, может изменяться степень влияния отдельных факторов. В связи с этим некоторые авторы предлагают учитывать временной показатель. В частности, автор работы [6] подчеркивает, что конкурентоспособность предприятия является динамическим показателем, изменения которого зависят как от внешних, так и от внутренних факторов.

Проведенные исследования показывают, что для учета множества факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятия по добыче алмазов, целесообразно использовать группировку факторов по основным группам: глобальные и локальные цели предприятия, природные и производственные ресурсы, а также производственные факторы.

Для выхода на новые рынки необходимо обеспечить повышение показателей конкурентоспособности по сравнению с базовыми вариантами аналогичной продукции. Особое значение имеет выделение критериев для количественной оценки конкурентоспособности. Анализ проведенных исследований по конкурентоспособности предприятий позволил выделить следующие основные критерии конкурентоспособности (табл. 2).

Таблица 2

Критерии конкурентоспособности предприятий

Исследования по конкурентоспособности предприятий	Критерии конкурентоспособности
И. Максимова [16]	относит к основным критериям конкурентоспособности организации эффективность её производственной деятельности, финансовое положение, эффективность организации сбыта и продвижения товара на рынке, конкурентоспособность продукции
Л. В. Баумгартен [1], принимая во внимание, в частности результаты работы [13]	считает итоговым критерием оценки конкурентоспособности организации долю рынка, занимаемую продукцией организации, и связанные с ней показатели
В. Л. Белоусов [1]	группирует критерии конкурентоспособности организации по отдельным элементам комплекса маркетинга (продукт, цена, доведение продукта до потребителя, продвижение продукта на рынок или маркетинговые коммуникации), при этом предлагает учитывать деловую активность и эффективность деятельности
Н. К. Моисеева [17]	предлагает учитывать в качестве критериев, определяющих конкурентоспособность организации критерий, отражающий в динамике степень удовлетворения потребителя и временной критерий эффективности производства

В большинстве работ предлагается осуществлять оценку конкурентоспособности на основе интегрального показателя конкурентоспособности [3, 11, 14]. При этом используется множество различных подходов. В частности, известны маркетинговый, управленческий,

социокультурологический, инженерный подход, ресурсный, микроэкономический, макроэкономический подходы. Проведенные исследования показали, что четкой границы между этими подходами нет, достаточно часто учёные при проведении исследований сочетают два или более элементов разных подходов. Как результат одного из вариантов сочетаний нескольких подходов является синергетический подход [11].

Учитывая специфику предприятия по добыче алмазов, следует отметить, что для формирования экономического механизма обеспечения конкурентоспособности предприятия необходимо сформировать глобальную цель предприятия с учетом ситуации на рынке алмазов, обеспечения природными и производственными ресурсами, а также с учетом технических возможностей предприятия. Формирования экономического механизма обеспечения конкурентоспособности предприятия по добыче алмазов можно представить в виде многоуровневой системы (рис. 2).



Рис. 2. Экономический механизм обеспечения конкурентоспособности предприятия

Производственная система предприятия рассматривается как сложная система, состоящая из основных производственных этапов: добычи полезных ископаемых, дробления и обогащения. Эффективность реализации предлагаемых управленческих решений с точки зрения обеспечения конкурентоспособности предприятия следует оценивать также с учетом ситуации на рынке алмазов, обеспечения ресурсами и с учетом технических возможностей предприятия.

Конкурентоспособность предприятия представляется таким образом как комплексный показатель, который является агрегированным показателем основных подсистем сложной производственной системы.

Для агрегирования составляющих комплексного показателя предлагается установить относительную важность элементов, находящихся на каждом уровне, по отношению к элементам более высокого уровня производственной системы. Для этого, на основе анализа производственной системы предприятия следует построить матрицы относительных оценок по отношению к обеспечению требуемого уровня конкурентоспособности предприятия. В основе таких матриц положено сравнение управленческих решений по показателям качества продукции, а также сравнение управленческих решений по затратам на обеспечение соответствующих показателей качества продукции.

### ВЫВОДЫ

На основе анализа известных подходов к управлению конкурентоспособностью различных предприятий и учета специфики добывающей отрасли предложено формирование экономического механизма обеспечения конкурентоспособности предприятия по добыче алмазов в виде многоуровневой системы. В основу оценки эффективности реализации управленческих решений с точки зрения обеспечения конкурентоспособности предприятия положены оценки ситуации на рынке алмазов, обеспечения ресурсами, а также оценки технических возможностей предприятия.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Баумгартен Л. В. Анализ методов определения конкурентоспособности организаций и продукции / Л. В. Баумгартен // *Маркетинг в России и за рубежом*. – 2005. – № 4 (48). – С. 71–85.
2. Богомолова И. П. Анализ формирования категории конкурентоспособность как фактора рыночного превосходства экономических объектов / И. П. Богомолова, Е. В. Хохлов // *Маркетинг в России и за рубежом*. – 2005. – № 1 (45). – С. 113–119.
3. Голубков Е. П. *Маркетинговые исследования : теория, методология и практика* / Е. П. Голубков. – М. : Финпресс, 2000. – 464 с.
4. Иванов Ю. Б. *Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночной экономики* / Ю. Б. Иванов. – Харьков : РИО ХГЭУ, 1997. – 246 с.
5. Фатхутдинов Р. А. *Конкурентоспособность организации в условиях кризиса : экономика, маркетинг, менеджмент* / Р. А. Фатхутдинов. – М. : Маркетинг, 2002. – 356 с.
6. Мансуров Р. Е. *Об экономической сущности понятий «конкурентоспособность предприятия» и «управление конкурентоспособностью предприятия»* / Р. Е. Мансуров // *Маркетинг в России и за рубежом*. – 2006. – № 2 (52). – С. 91–94.
7. Мескон М. Х. *Основы менеджмента* / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М. : Дело, 1994. – 680 с.
8. Долинская М. Г. *Маркетинг и конкурентоспособность промышленной продукции* / М. Г. Долинская, И. А. Соловьев. – М. : Экономика, 1999. – 43 с.
9. Воронкова А. Э. *Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия : диагностика и организация : [монография]* / А. Э. Воронкова. – Луганск : Изд-во Восточно-украинского национального университета, 2000. – 315 с.
10. Скударь Г. М. *Управление конкурентоспособностью крупного акционерного общества : проблемы и решения* / Г. М. Скударь. – К. : Наук. думка, 1999. – 496 с.
11. Паршина О. А. *Управління конкурентоспроможністю машинобудівної продукції : [монографія]* / О. А. Паршина. – Дніпропетровськ : Національний гірничий університет, 2008. – 280 с.
12. Васильева З. А. *Иерархия понятий конкурентоспособности субъектов рынка* / З. А. Васильева // *Маркетинг в России и за рубежом*. – 2006. – № 2(52). – С. 83–90.
13. Томпсон А. А. *Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии* / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576 с.
14. Зилькарнаев И. У. *Метод расчета интегральной конкурентоспособности промышленных, торговых и финансовых предприятий* / И. У. Зилькарнаев, Л. Р. Ильясова // *Маркетинг в России и за рубежом*. – 2001. – № 4(24). – С. 17–24.
15. Губський Б. В. *Інвестиційні процеси в глобальному середовищі* / Б. В. Губський. – К. : Наукова думка, 1998. – 390 с.
16. Максимова И. *Оценка конкурентоспособности промышленного предприятия* / И. Максимова // *Маркетинг*. – 1996. – № 3. – С. 33–39.
17. Моисеева Н. К. *Стратегическое управление туристической фирмой : учебник* / Н. К. Моисеева. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 208 с.