

16. Цыгичко А. Сохранение и приумножение производственного потенциала страны / А. Цыгичко // Экономист. – 1992. – № 7. – С. 10–17.

17. Шевченко Д. К. Проблемы эффективного использования производственного потенциала / Д. К. Шевченко. – Владивосток: Изд-во дальневосточного университета, 1984. – 156 с.

УДК 658.009.12
ББК 65.290.2

Копылов Алексей Владимирович

к. э. н., доц. кафедры экономики и управления,
Волгоградский государственный технический университет.

E-mail: kopilov@bk.ru

Пономарева Екатерина Константиновна

магистрант кафедры экономики и управления, Волгоградский государственный технический университет.

E-mail: kate_s87@inbox.ru

Теоретические основы конкурентоспособности предприятия: обзор определений

Theoretical basis of the enterprise competitiveness: a review of definitions

В статье обоснована актуальность изучения конкурентоспособности. Авторами проведен обзор определений понятия «конкурентоспособность предприятия», рассмотрены уровни иерархии конкурентоспособности. Также, авторы приходят к выводу, что понятие «конкурентоспособность предприятия» до сих пор четко неопределенно. Можно сделать вывод, что различие требований, предъявляемых к предприятию субъектами рынка: потребителями, конкурентами, инвесторами, структурами управления более высокого уровня, изменяет показатели, используемые для оценки конкурентоспособности, что, в свою очередь, находит отражение в понятийном аппарате.

The article is devoted to the applicability to the study of competitiveness. The authors analyse the definitions of “enterprise competitiveness» and levels of the hierarchy of competitiveness. Besides, the authors come to a conclusion that the notion of “competitiveness of the company” is still clearly uncertain. It can be concluded that the difference between the requirements for the enterprise by market entities: customers, competitors, investors, and management structures of a higher level, change the indicators used to measure competitiveness, which is reflected in the conceptual apparatus.

Ключевые слова: конкуренция; конкурентоспособность; конкурентоспособность страны; конкурентоспособность региона; конкурентоспособность предприятия; конкурентоспособность товара; конкурентоспособность кластера; национальная конкурентоспособность; конкурентоспособность отрасли, оценка конкурентоспособности.

Keywords: competition, competitiveness, country competitiveness, region competitiveness, enterprise competitiveness, competitiveness of the goods, cluster competitiveness, national competitiveness, competitiveness of an industry, competition value.

В современных условиях рыночной экономики основной целью для любой фирмы является сохранение или расширение занимаемых позиций на рынке или его сегменте, стабильное получение прибыли или ее рост. Для достижения этой цели необходима ориентация фир-

мы на максимизацию прибыли, что, в свою очередь, может быть достигнуто путем обеспечения высокой конкурентоспособности.

Усиление конкуренции на внешнем и внутреннем рынке вызвано усилением глобализации мировой экономики, увеличением темпов и масштабов изменений в технологической среде производства. На сегодняшний день продукция, производимая во многих отраслях российской промышленности, не может конкурировать на мировом рынке с зарубежными аналогами. Это приводит к снижению конкурентоспособности экономики страны в целом. Преобладание сырьевого сектора структуре российской промышленности определяет актуальность увеличения конкурентоспособности национальной экономики.

На сегодняшний день трудно отыскать сегмент рынка, где не происходили бы ожесточенные сражения между конкурентами. Такое соперничество обычно имеет неорганизованный характер – вместо разработки уникальных свойств товаров и упрочения своего имиджа предприятия готовят мелкие и крупные гадости друг другу. Такое поведение не приносит никому пользы, кроме того, от этого больше всего проигрывают покупатели.

Как исследователи, так и руководители предприятий отмечают, что на сегодняшний день значительная изношенность основных производственных фондов, недогрузка производственных мощностей, неэффективное управление предприятиями, низкий уровень инноваций на предприятиях приводят к низкой конкурентоспособности предприятий.

При этом конкуренция на отечественном рынке постоянно увеличивается, в том числе и за счет активных действий иностранных компаний. Все это в условиях постоянно меняющейся внешней среды означает высокую практическую значимость изучения проблем конкурентоспособности отдельных предприятий в рамках решения более общей задачи повышения конкурентоспособности отраслей и в целом национальной экономики.

Чтобы занять сильную позицию на рынке, нужно знать своих конкурентов, понимать, кто из них представляет реальную угрозу в настоящее время, а кто будет представлять ее завтра; понимать, какую политику они ведут и чего от них следует ожидать.

Целью проведения маркетинговых исследований конкурентоспособности является сбор и анализ информации, необходимой, в первую очередь для определения преимуществ и недостатков предприятия. А уже на основе этих знаний разрабатывается и выбирается стратегия предприятия, его техническая, ассортиментная и сбытовая политика. Контроль за конкурентами и постоянное отслеживание собственной позиции на рынке позволяет выявить и удовлетворить запросы потребителей раньше и в большей мере, чем другие предприятия. Зная сильные и слабые стороны как своего предприятия, так и предприятий-конкурентов можно оценить их потенциал и цели, настоящую стратегию. Это поможет сконцентрироваться на таком направлении деятельности, где конкуренты слабее. Таким образом, определение конкурентоспособности должно стать неотъемлемым элементом маркетинговой деятельности любого хозяйствующего субъекта.

Кроме того, изучение конкурентоспособности предприятия необходимо при выборе предприятия-партнера для организации совместного выпуска продукции; привлечения средств инвестора; составлении программы выхода предприятия на новые рынки сбыта; принятия решения об изменении ассортимента, разработке и производстве новых изделий и модернизации изготавливаемых изделий, расширении производственных мощностей и др.

Конкурентоспособность предприятия на рынке может являться показателем целесообразности существования данного вида бизнеса, обобщающей характеристикой уровня и качества хозяйствования, степени адекватности предприятия внешней среде. Иными словами, конкурентоспособность предприятия отражает степень соответствия результатов его деятельности и требований конкретного товарного рынка. Также она может служить критерием эффективности производства, оценкой эффективности системы управления.

Анализом и оценкой конкурентоспособности предприятия должны заниматься различные участники рыночных отношений: само предприятие, предприятия-конкуренты, инвесторы и т. д.

Изначально концепция конкурентоспособности базировалась на теории использования сравнительных преимуществ национальных экономик в международном разделении труда (например, дешевый труд, природные ресурсы, географические и климатические условия, инфраструктурные факторы и т.п.): экспорт продукции в страны, в которых отсутствуют такие преимущества, а импорт продукции из стран, обладающих данными преимуществами по сравнению со странами-импортерами.

Идея конкурентоспособности представлена в экономической литературе начиная с самых ранних классиков, с тех пор как Адам Смит написал в 1768 г. свое «Исследование о природе и причинах богатства народов». Он определил три начальных фактора – земля, капитал, природные ресурсы и труд – определяющие абсолютные преимущества государств в международной торговле и доказывал преимущества открытости национальных экономик.

Его умозаключения были продолжены Давидом Рикардо, который ввел понятие сравнительных преимуществ государств, которые с тех пор легли в основу теории международной торговли.

Линия аргументации была завершена теорией обес-

печенности факторами, которая была разработана Хекшером и Олином в XX веке. Она утверждает, что страна должна экспортировать тот товар, при производстве которого интенсивно используются в изобилии имеющиеся факторы.

Все эти теории, преимущественно, связывают конкурентоспособность экономики с ее структурой издержек. Сравнительное преимущество есть способность к производству товаров с более низкой себестоимостью по отношению к другим товарам и по сравнению с другой страной. Это – основа традиционного взгляда, связывающего конкурентоспособность со структурой издержек экономики и, таким образом, с эволюцией ее реального валютного курса.

Очевидным путем к определению неценового измерения конкурентоспособности было бы утверждение, что неценовая конкурентоспособность является способностью экономики продавать свою продукцию и использовать иные факторы, чем цена. Эта идея стала основой теории, выдвинутой М. Портером.

После почти двухсотлетнего господства теории сравнительных преимуществ М. Портер заявил, что теперь должен быть найден новый подход, отражающий динамично развивающийся характер конкуренции, выходящей далеко за рамки издержек и основанный на теории инноваций. Его центральная идея заключается в том, что благополучие страны создается, а не наследуется. Оно не вырастает из природных богатств страны, ее трудового потенциала, процентных ставок или стоимости валюты, как настаивает классическая экономика.

В современной теории по проблемам конкурентоспособности существуют два подхода к выделению уровней конкурентоспособности: территориальный и отраслевой. С точки зрения территориального подхода выделяют:

- конкурентоспособность страны – макроуровень,
- конкурентоспособность региона – мезоуровень,
- конкурентоспособность фирмы – микроуровень.

Отраслевой подход выделяет:

- национальную конкурентоспособность – макроуровень,
- конкурентоспособность отрасли – мезоуровень,
- конкурентоспособность товара – микроуровень.

Иногда эти подходы объединяют, выделяя уровни иерархии конкурентоспособности.

Также в последнее время в экономической литературе появилось новое понятие «конкурентоспособность кластера»: способность использовать потенциал макротехнологий для получения мультипликативных эффектов на всех уровнях вертикальной интеграции производства товаров и услуг, отвечающих требованиям мировых и внутренних рынков, и наращивания конкурентных преимуществ за счет лидерства в технологии производства, оптимизации форм организации и управления сбытом как базового условия потенциального роста конкурентоспособности.

Конкурентоспособность объектов различных уровней находятся во взаимосвязи и непосредственно влияют на величину друг друга. Например, нельзя говорить о высокой конкурентоспособности предприятия, если в стране нет политической, социальной и экономической стабильности. В свою очередь, повышение конкурентоспособности организации – залог повышения конкурентоспособности страны.

Конкурентоспособность в самом широком смысле обозначает возможность выигрыша в соревновании. Если рассматривать конкурентоспособность в экономической сфере, то в самом общем виде – это наличие свойств, создающих преимущества для субъекта экономического соревнования.

На сегодняшний день в экономической литературе можно найти множество определений и способов оценки конкурентоспособности.

Многообразие определений понятия «конкурентоспособность» связано с особенностями постановки задачи и цели исследования, что приводит автора к необходимости акцентировать свое внимание на том или ином аспекте конкурентоспособности, но не принимается в расчет последующими исследователями; или с выбором предмета исследования (товар, услуга), субъекта конкуренции (предприятие, отрасль, ре-

гион, национальная экономика, государство), объекта конкуренции (спрос, рынок, факторы производства), масштаба деятельности (товарные рынки, отраслевые рынки, региональные рынки, межрегиональные рынки, мировые рынки).

В настоящее время конкуренция как движущая сила заставляет производителей постоянно искать новые пути повышения своей конкурентоспособности. Понятие «конкурентоспособность предприятия» является относительно новым для российской экономики, поэтому существует некоторая неоднозначность в толковании понятий, связанных с конкурентоспособностью предприятия, наличие различных трактовок.

Для сопоставления различных определений категории «конкурентоспособность предприятия» рассмотрим таблицу 1, в которой приведены ее определения из различных литературных источников.

Таблица 1

Обзор определений понятия «конкурентоспособность предприятия»

Ф.И.О. автора	Определение
Бабенко Д. Н. ¹	Конкурентоспособность представляет собой комплексную характеристику предприятия, отражающую уровень его превосходства по отношению к реальным конкурентам по двум составляющим – рыночной (удовлетворение спроса и качество торгового обслуживания, имидж на рынке) и ресурсной (финансовое состояние, использование стратегического потенциала, коммерческая активность).
Богомолова И.П., Хохлов Е. В. ²	Понятие «конкурентоспособность» обозначает «быть способным к конкуренции». Конкурентоспособность объекта – это состояние, характеризующее реальную или потенциальную возможность выполнения своих функциональных обязанностей в условиях возможного противодействия соперников.
Бондарев А. В. ³	Конкурентоспособность предприятия определяется нами как возможность эффективной хозяйственной деятельности предприятия на уровне отраслей промышленности и прибыльной реализации произведенной продукции в условиях конкурентного рынка
Бондаренко О. А. ⁴	Конкурентоспособность промышленного предприятия — это его сравнительные преимущества по отношению к другим предприятиям, достигаемые вследствие преобразований финансовых, производственных, трудовых, инновационных ресурсов о конкурентоспособный товар и реализации на этой основе стратегии конкурентоспособности на микроуровне.
Булгаков О. В. ⁵	Под конкурентоспособностью предприятия мы понимаем способность объекта управления к адекватному тиснению своего состояния, для преодоления неопределенности внешней среды и получения социального, экологического, экономического, научно-технического и другого вида эффекта, на основе факторов производства, инвестиций, инноваций и других с целью обеспечения желаемой удовлетворенности целевых рынков более продуктивными и более эффективными, тем у конкурентов способами с одновременным повышением качества жизни потребителя и благополучия общества в целом.
Васильева З. А. ⁶	Под конкурентоспособностью понимается способность опережать других, используя свои преимущества в достижении поставленных целей.
Голубков Е. П. ⁷	Конкурентоспособность организации характеризует ее способность выживать и успешно развиваться в условиях конкурентной борьбы.
Доржиева Е. В. ⁸	Конкурентоспособность предприятий и фирм определяется наличием конкурентоспособных товаров и услуг, предоставляемых субъектом, и потенциальными конкурентными преимуществами предприятий и фирм, представляющими собой лучшие, чем у конкурента, значения параметров и факторов, определяющих хозяйственную деятельность: это эффективная производственная деятельность, финансовое положение предприятия, эффективность организации сбыта и продвижения товара на рынке и т.д.
Дулисова И. Л. ⁹	Конкурентоспособность – это свойство объекта, характеризующее степень удовлетворения конкретной потребности по сравнению с лучшими аналогичными объектами, представленными на данном рынке, или конкурентоспособность — это способность выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами в условиях конкретного рынка.

¹ Васильева З. А. Иерархия понятия конкурентоспособности субъектов рынка // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – № 2. – С. 88.

Ф.И.О. автора	Определение
Катаев А. Е. ¹⁰	Конкурентоспособность - это активность предприятия во внешней среде, устойчивость внутреннего развития и обеспечение на этой основе высокой эффективности деятельности. Конкурентоспособность отдельных предприятий это понятие системное, его необходимо рассматривать, во-первых, как результирующую экономических и правовых действий государства, во-вторых, как результат приобретения конкурентных преимуществ на отраслевых рынках, в - третьих, как итог управляющих воздействий на внутренние бизнес-процессы.
Константинова И. В. ¹¹	Под конкурентоспособностью предприятия понимается его реальная и потенциальная способность, в реальных условиях, проектировать, изготавливать и сбывать товары, которые по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательны для потребителей, чем товары конкурентов.
Костин А. В. ¹²	Конкурентоспособность предприятия - это его способность выпускать и продавать конкурентоспособные товары.
Мансуров Р. Е. ¹³	В общем случае термин «конкурентоспособность» определяется как способность конкурировать, т.е. бороться или противостоять чему-либо. Конкурентоспособность предприятия – это способность предприятия бороться за рынок (увеличивать, уменьшать либо сохранять занимаемую долю рынка в зависимости от стратегии предприятия). Это достигается на основе внедрения инновационной техники и технологии (дающей экологические, социальные и экономические эффекты), максимально эффективного использования резервов предприятия, достижения высокого уровня инвестиционной привлекательности, что в совокупности обеспечивает выпуск конкурентоспособной продукции. Для случая, когда вопросы конкурентоспособности выпускаемой продукции стоят не настолько остро (например, энергетическая отрасль): конкурентоспособность предприятия – это способность предприятия противостоять внешним воздействиям, добываясь лидерства в соответствии с поставленными стратегическими целями.
Млоток Е. ¹⁴	Сравнительное преимущество фирмы по отношению к другим фирмам данной отрасли внутри национальной экономики и за ее пределами.
Мошнов В. А. ¹⁵	Под конкурентоспособностью предприятия подразумевается его способность как сложной открытой экономической системы прогнозировать свое будущее, выпускать продукцию, пользующуюся спросом, обеспечивать социальную защищенность работников и получать достаточную для нормального функционирования и развития прибыль. Конкурентоспособность предприятия – совокупность возможностей хозяйствующего субъекта формировать и поддерживать отличительные конкурентные преимущества, позволяющие наиболее эффективно удовлетворить реальные и потенциальные потребности целевых рынков.
Самодуров Д. А. ¹⁶	Конкурентоспособность предприятия - способность предприятия разрабатывать, производить и продавать свою продукцию на рынке по цене, обеспечивающей выполнение в полном объеме его финансово-экономических обязательств, а также качественный и количественный рост его потенциала.
Степанова Г. Н. ¹⁷	Конкурентоспособность является показателем целесообразности существования данного вида бизнеса, обобщающей характеристикой уровня и качества хозяйствования, степени адекватности предприятия внешней среде. Суть конкурентоспособности состоит в создании товаров (работ, услуг) более высокой ценности, под которой понимается органическое единство стоимости и потребительной стоимости товара, затрат и качества (полезности).
Тарасенко А. В. ¹⁸	Конкурентоспособность любого хозяйствующего субъекта - это такое его состояние, которое характеризуется системой показателей его внутренней и внешней среды, находящихся в зоне экономической устойчивости с необходимой степенью надежности и позволяющих создавать продукцию более конкурентоспособную, чем конкурентов.
Фатхутдинов Р. А. ¹⁹	Конкурентоспособность – это свойство объекта и системы сервиса, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке. Конкурентоспособность определяется способностью выдерживать конкуренцию по сравнению с аналогичными объектами на данном рынке.
Фатхутдинов Р. А. ²⁰	В понятие конкурентоспособности организации вкладывается ее способность выпускать конкурентоспособную на конкретном рынке продукцию, ее преимущество по отношению к другим фирмам данной отрасли внутри страны и за ее пределами.

Ф.И.О. автора	Определение
Хомутова А. И. ²¹	Содержательная сторона категории конкурентоспособность, понимаемая нами как отношение рыночного превосходства одних производителей над другими, возникающее в силу монопольного обладания преимуществами в условиях производства и распределения продукта и позволяющее присваивать экономическую ренту в зависимости от размера рыночного пространства, на которое эти преимущества распространяются, что позволяет преодолеть отождествление конкурентоспособности с одним из факторов влияния, сделать эту категорию универсальной для различных уровней иерархии и сфер деятельности; раскрыть содержащиеся в ней причинно-следственные связи.
Черкасов В. А. ²²	Если рассматривать понятие «конкурентоспособность» применительно к предприятию, то его можно определить как возможность эффективной хозяйственной деятельности и ее практической прибыльной реализации в условиях конкурентного рынка. Эта реализация обеспечивается всем комплексом имеющихся у предприятия средств. Конкурентоспособность любого предприятия - это итоги его производственно-финансовой деятельности, в которых отражаются усилия всех, без исключения служб и подразделений, а также способность реагировать на изменение конъюнктуры рынка.

Примечания к таблице:

¹ Бабенко Д. Н. Обеспечение устойчивого функционирования предприятия на основе управления его конкурентоспособностью: автореф. дис. ... канд. эконом. наук. – Краснодар, 2004. – С. 6.

² Богомолова И. П., Хохлов Е. В. Анализ формирования категории конкурентоспособность, как фактора рыночного превосходства экономических объектов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mavriz.ru/articles/2005/1/3548.html> (дата обращения 10.05.2010).

³ Бондарев А. В. Управление конкурентоспособностью промышленных предприятий на основе выбора стратегии функционирования: автореф. дис. ... канд. эконом. наук. - Краснодар, 2005 – С. 9.

⁴ Бондаренко О. А. Управление конкурентоспособностью российских промышленных предприятий на базе процессного подхода: автореф. дис. ... канд. эконом. наук. – Краснодар, 2006 – С. 8, 11.

⁵ Булгаков О. В. Управление конкурентоспособностью промышленных предприятий: автореф. дис. ... канд. эконом. наук. – Краснодар, 2001. – С. 12.

⁶ Васильева З. А. Иерархия понятия конкурентоспособности ... С. 84.

⁷ Голубков Е. П. Исследование и анализ рыночной ситуации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mavriz.ru/articles/2001/3/59.html> (дата обращения 10.05.2010).

⁸ Доржиева Е. В. Конкурентоспособность экономики на мезоуровне: сущность, критерии, факторы: автореф. дис. ... канд. эконом. наук. - Улан-Удэ, 2004. – С. 8.

⁹ Дулисова И. Л. Конкурентоспособность фирмы и конкурентоспособность товара [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/read/essai/6.htm> (дата обращения 10.05.2010).

¹⁰ Катаев А. Е. Совершенствование оценки и управления конкурентоспособностью предприятия: автореф. дис. ... канд. эконом. наук. – СПб., 2006. – С. 6.

¹¹ Мансуров Р. Е. Об экономической сущности понятий «конкурентоспособность предприятия» и «управление конкурентоспособностью предприятия» // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – № 2. – С. 91, 93-94.

¹² Мошнов В. А. Методические основы управления конкурентоспособностью промышленного предприятия: автореф. дис. ... канд. эконом. наук. – Владимир, 2003. – С. 10.

¹³ Млотов Е. Принципы маркетингового исследования конкуренции на рынке [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/read/m3/> (дата обращения 10.05.2010).

¹⁴ Костин А. В. Конкурентоспособность и ее формирование в переходной экономике: автореф. дис. ... канд. эконом. наук. – Казань, 2003. – С. 13.

¹⁵ Константинова И. В. Управление конкурентоспособностью как основа экономического развития предприятий машиностроительного комплекса (на примере Рязанского региона): автореф. дис. ... канд. эконом. наук. – Саранск, 2001. – С. 7.

¹⁶ Самодуров Д. А. Стратегическое управление конкурентоспособностью предприятия на основе комплексной оценки его потенциала: автореф. дис. ... канд. эконом. наук. – СПб., 2000. – С. 8.

¹⁷ См. подробнее: Степанова Г.Н. Сбалансированная система показателей как инструмент управления конкурентоспособностью современного предприятия// Бухгалтерский учет в издательстве и полиграфии. - 10. - 2006 - С. 8-29

¹⁸ Тарасенко А. В. Развитие механизма управления конкурентоспособностью промышленного предприятия: автореф. дис. ... канд. эконом. наук. – Саратов, 2005. – С. 10.

¹⁹ Фатхутдинов Р. А. Стратегический маркетинг: учебник для вузов. – 3-е изд. – СПб.: Питер, 2003. – С. 212-213.

²⁰ Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации: учебник. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Эксмо, 2005. – С. 9.

²¹ Хомутова А. И. Стратегическое управление конкурентоспособностью промышленного предприятия: автореф. дис. ... канд. эконом. наук. – Краснодар, 2006. – С. 8.

²² Черкасов В. А. Система управления конкурентоспособностью предприятий (на материалах Самарской области): автореф. дис. ... канд. эконом. наук. – Самара, 2004. – С. 11.

Некоторые исследователи отождествляют понятие «конкурентоспособность предприятия» со способностью предприятия производить конкурентоспособный товар. Это не всегда верно, поскольку современные предприятия в основном одновременно работают на разных товарных рынках в различных отраслях в рамках стратегии диверсификации. Поэтому на каждый данный момент времени конкурентоспособность предприятия и конкурентоспособность продукции, производимой им, не совпадают. Кроме того, в качестве базы для сравнения уровня конкурентоспособности предприятия используются данные по предприятиям-конкурентам, а не по производимым товарам.

На основании проведенного исследования можно сделать вывод, что различие требований, предъявляемых к предприятию субъектами рынка: потребителями, конкурентами, инвесторами, структурами управления более высокого уровня (отрасль, регион, кластер, государство), изменяет показатели, используемые для оценки конкурентоспособности, что, в свою очередь, находит отражение в понятийном аппарате.

В последнее время концепция конкурентоспособности стала более чем модной. В связи с международной открытостью развитых экономик и последовавшей глобализацией экономических отношений, нет практически ни одного правительства, которое бы не провозгласило повышение конкурентоспособности одной из главных задач своей экономической политики. Практически нет развитых стран, которые бы не создали у себя специальных комиссий для анализа состояния конкурентоспособности своей экономики и не искали бы путей ее совершенствования.

В то же время, концепция конкурентоспособности до сих пор выглядит весьма неточно определенной. Она используется по-разному, и существует множество определений, которые могут привести к определенному замешательству.

Таким образом, определение конкурентоспособности имеет достаточно широкие рамки охвата и сама ее концепция недостаточно ясна. В то же время, все больше ученых согласны с тем, что она действительно является одной из, если не главной принципиальной проблемой экономической политики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бабенко Д. Н. Обеспечение устойчивого функционирования предприятия на основе управления его конкурентоспособностью: автореф. дис. ... канд. эконом. наук / Д. Н. Бабенко. – Краснодар, 2004. – 25 с.
2. Богомолова И. П. Анализ формирования категории конкурентоспособность, как фактора рыночного превосходства экономических объектов / И. П. Богомолова, Е. В. Хохлов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mavriz.ru/articles/2005/1/3548.html> .
3. Бондарев А. В. Управление конкурентоспособностью промышленных предприятий на основе выбора стратегии функционирования: автореф. дис. ... канд. эконом. наук / А. В. Бондарев. - Краснодар, 2005 – 27 с.
4. Бондаренко О. А. Управление конкурентоспособностью российских промышленных предприятий на базе процессного подхода: автореф. дис. ... канд. эконом. наук / О. А. Бондаренко. – Краснодар, 2006 – 26 с.

5. Булгаков О. В. Управление конкурентоспособностью промышленных предприятий: автореф. дис. ... канд. эконом. наук / О. В. Булгаков. – Краснодар, 2001. – 24 с.

6. Васильева З. А. Иерархия понятия конкурентоспособности субъектов рынка / З. А. Васильева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – № 2. – С. 83-90.

7. Голубков Е. П. Исследование и анализ рыночной ситуации / Е. П. Голубков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mavriz.ru/articles/2001/3/59.html>.

8. Доржиева Е. В. Конкурентоспособность экономики на мезоуровне: сущность, критерии, факторы: автореф. дис. ... канд. эконом. наук / Е. В. Доржиева. - Улан-Удэ, 2004. – 20 с.

9. Дулисова И. Л. Конкурентоспособность фирмы и конкурентоспособность товара / И. Л. Дулисова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/read/essai/6.htm> .

10. Катаев А. Е. Совершенствование оценки и управления конкурентоспособностью предприятия: автореф. дис. ... канд. эконом. наук / А. Е. Катаев. – СПб., 2006. – 19 с.

11. Константинова И. В. Управление конкурентоспособностью как основа экономического развития предприятий машиностроительного комплекса (на примере Рязанского региона): автореф. дис. ... канд. эконом. наук / И. В. Константинова. – Саранск, 2001. – 23с.

12. Костин А. В. Конкурентоспособность и ее формирование в переходной экономике: автореф. дис. ... канд. эконом. наук / А. В. Костин. – Казань, 2003. – 24 с.

13. Мансуров Р. Е. Об экономической сущности понятий «конкурентоспособность предприятия» и «управление конкурентоспособностью предприятия» / Р. Е. Мансуров // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – № 2. – С. 91-94.

14. Марков В. К. Исследование управления конкурентоспособностью промышленного предприятия (на примере машиностроительных и металлообрабатывающих предприятий): автореф. дис. ... канд. эконом. наук / В. К. Марков. – Саратов, 2003. – 23 с.

15. Млоток Е. Принципы маркетингового исследования конкуренции на рынке / Е. Млоток [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/read/m3/>).

16. Мошнов В. А. Методические основы управления конкурентоспособностью промышленного предприятия: автореф. дис. ... канд. эконом. наук / В. А. Мошнов. – Владимир, 2003. – 20 с.

17. Самодуров Д. А. Стратегическое управление конкурентоспособностью предприятия на основе комплексной оценки его потенциала: автореф. дис. ... канд. эконом. наук / Д. А. Самодуров. – СПб., 2000. – 17 с.

18. Степанова Г.Н. Сбалансированная система показателей как инструмент управления конкурентоспособностью современного предприятия // Бухгалтерский учет в издательстве и полиграфии. - 10. - 2006 - С. 8-29.

19. Тарасенко А. В. Развитие механизма управления конкурентоспособностью промышленного предприятия: автореф. дис. ... канд. эконом. наук / А. В. Тарасенко. – Саратов, 2005. – 20 с.

20. Фатхутдинов Р. А. Стратегический маркетинг: учебник для вузов / Р. А. Фатхутдинов. – 3-е изд. – СПб.: Питер, 2003. – 347 с.

21. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации: учебник / Р. А. Фатхутдинов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Эксмо, 2005. – 544 с.

22. Харебава Р. П. Формирование и оценка стратегических ресурсов предприятий / Р. П. Харебава, А. В. Копылов, О. А. Ломовцева. – Волгоград: Перемена, 2001. – 120 с.

23. Хомутова А. И. Стратегическое управление конкурентоспособностью промышленного предприятия: автореф. дис. ... канд. эконом. наук / А. И. Хомутова. – Краснодар, 2006. – 21 с.

24. Черкасов В. А. Система управления конкурентоспособностью предприятий (на материалах Самарской области): автореф. дис. ... канд. эконом. наук / В. А. Черкасов. – Самара, 2004. – 24 с.

УДК 339.187.62
ББК 65.9

Князева Юлия Александровна,

аспирант кафедры менеджмента, маркетинга и организации производства,
Волгоградский государственный технический университет,
директор филиала в г. Волгограде ООО «ЭВ-Лизинг».

E-mail: p_yu@mail.ru

Организационно-экономические факторы развития предпринимательства в лизинговом секторе российской экономики

Organization and economic factors of business development in the leasing sector of national economy

В статье рассматривается современное состояние лизингового сектора российской экономики и тенденции развития в новейших рыночных условиях. Исследуются основные факторы построения предпринимательских связей в лизинговой индустрии; производится их анализ и классификация. Важнейшими из них называются дефицит источников финансирования, отраслевая специализация и неопределенность государственной политики в отношении лизинга. Выявляются главные проблемы лизингового бизнеса и наибольшие угрозы для отрасли в период посткризисного развития экономики. В результате проведенного исследования формулируются направления для восстановления инвестиционной активности и выводятся механизмы развития предпринимательства в лизинговой отрасли национальной экономики.

The article describes modern condition of the leasing sector of the Russian economy and its future perspectives in the contemporary market situation. Main factors of building business relations in the leasing sector are studied, analyzed and classified. The most important factors are found to be the lack of investments, sector specialization, uncertainty in state policy for leasing. Main problems and threats for leasing are highlighted for crisis period of world economy. The given article may be used for developing new directions and methods directed to reestablishing investments to the sector. The author presents mechanisms of business development in the leasing sector of the national economy.

Ключевые слова: лизинг; лизинговый бизнес; предпринимательская активность; диверсификация рисков; отраслевая специализация; дефицит источников финансирования; инвестиционная активность; реальный сектор; национальная экономика; государственная политика.

Keywords: leasing, leasing business, business activity, risks diversification, sector specialisation, lack of investments, investment activity, real sector, national economy, state policy.

В условиях быстрого развития новейших технологий и смены технологических поколений использование потенциальных возможностей лизинговых сделок обеспечивает модернизацию производственных мощностей, следовательно, поддерживает инновационную траекторию экономического роста и способствует укреплению конкурентоспособности национальной экономики.

Несмотря на то, что как самостоятельный вид бизнеса лизинг стал развиваться только после Второй мировой войны, на современных финансовых рынках он занимает видное место среди прочих институтов, а в рейтинге популярности для среднего и малого бизнеса следует за публичным предложением ценных бумаг. В странах с рыночной экономикой лизинг в общем объеме инвестиций традиционно составляет около 20%, а в США на лизинг технологического оборудования на протяжении многих лет приходится более 30% всего объема контрактов.¹ Сегодня можно с уверенностью говорить об устойчивой тенденции в российской экономике к формированию самостоятельного профессионального лизингового предпринимательства, как специфического вида деятельности, охватывающей арендные, инвестиционные и торговые отношения.

В период финансового кризиса лизинговый рынок ранее других ощутил дисбаланс банковской системы и реального сектора экономики. Возникновение проблем было обусловлено: качеством управления и чрезмерным объемом рисков, принятым на себя финансовой системой, обслуживающей лизинговый бизнес страны. В период бурного роста (до 2008 года) увеличение объемов деятельности зачастую значительно превышало рост качества инфраструктуры: технологий работы компании, процедур риск-менеджмента, методической обоснованности критериев оценки лизингополучателей, уровня автоматизации деятельности компании. В нынешних условиях работы над качеством лизингового портфеля, а не погони за объемом у предпринимателей лизингового рынка появилось время оптимизировать бизнес-процессы.

¹ Газман В.Д. Лизинг: статистика развития / В.Д. Газман. – М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008 – С. 538.