

и «одномерность» сознания. Если ремесленник – это интеллектуал, то и его заказчик не может быть посредственным. В конце концов не для того человек обращается к ремесленнику, чтобы приобрести то, что ему может дать массовый, обезличенный рынок. Актуализируя свою потребность в уникальной вещи, этот человек приближает себя к мастеру-ремесленнику и актуализирует тем самым себя.

На наш взгляд, постиндустриальному обществу будет присущ именно ремесленный способ производства, однако и без массового производства не обойтись. Нужды множества индивидов (низший уровень потребностей) будет удовлетворять обезличенное крупное товарное производство. Господствующим же станет ремесленничество, обслуживающее нужды элиты общества (потребности в самоуважении и самоактуализации).

С. В. Глухов

ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПОНЯТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Анализ зарубежной и отечественной литературы, посвященной проблемам конкурентоспособности, позволяет отметить, что, во-первых, существует достаточно широкий спектр различных определений понятия конкурентоспособности, что вполне объяснимо, если учитывать его сложность и комплексность, и, во-вторых, отсутствует строгость в разграничении понятий конкурентоспособности различных объектов.

В основном авторы ограничиваются определениями конкурентоспособности товара или продукции, связывая ее с требованиями рынка (М. Г. Долинская, И. А. Соловьев, И. Фаминский, К. Робинсон, В. В. Окрепилов, П. С. Завьялов, Г. Игольников, Е. Патрушева, Е. П. Голубков), либо конкурентоспособности как таковой (Г. П. Азоев, Р. А. Фатхутдинов).

Большинство авторов считает конкурентоспособность комплексным показателем, включающим целый ряд характеристик. Если обобщить высказываемые различными исследователями взгляды на конкурентоспособность фирм и организаций, то можно сделать вывод, что конкурентоспособными считаются те хозяйствующие субъекты, которые функционируют эффективно и предоставляют потребителю конкурентоспособные товары и услуги.

Конкурентоспособность предприятия зависит от конкурентоспособности окружающей среды – региона, страны. Однако в конкурентоспособной стране могут быть неконкурентоспособные предприятия, в то время как только конкурентоспособные предприятия способны сделать конкурентоспособными регион или страну.

Конкурентоспособным предприятие может быть только тогда, когда привлекается конкурентоспособный персонал, сырьевые ресурсы и основные средства, а также когда используются конкурентоспособные процессы (технологические, организационные, управленческие). Необходимо, чтобы конкурентоспособными были все перечисленные объекты, поскольку вряд ли предприятие будет конкурентоспособным исключительно за счет одного из них. Рост конкурентоспособности предприятия в конечном счете должен отразиться на улучшении его финансового положения, обобщающим критерием которого является стоимость бизнеса.

Дадим авторское определение конкурентоспособности предприятия или другого хозяйствующего субъекта. *Под конкурентоспособностью хозяйствующего субъекта понимается его способность, используя наилучшим образом внутренние и внешние возможности, быть более привлекательным для потребителей, поставщиков и инвесторов по сравнению с конкурентами, сохраняя при этом собственную финансовую устойчивость в целях увеличения стоимости своего бизнеса.*

В современной теории управления принято выделять четыре уровня (или стадии) конкурентоспособности: на первом уровне фактор управления рассматривается как «внутренне нейтральный»; на втором уровне менеджеры стремятся сделать свои производственные и управленческие системы «внешне нейтральными»; третий уровень управления предполагает ориентацию на потребителя; четвертый уровень выводит предприятие на орбиту инновационной конкурентоспособности.

Компании четвертого уровня конкурентоспособности не только не стремятся копировать опыт других фирм отрасли, но хотят превзойти самые жесткие из существующих стандартов. Любые изменения в управлении, организации производства, стратегии развития осуществляются с учетом результатов изучения рынка. По сути, предприятия четвертого уровня конкурентоспособности являются предприятиями с производством мирового класса.

В условиях предстоящего вхождения России во Всемирную торговую организацию и обострения конкуренции со стороны передовых инно-

странных компаний отечественным владельцам предприятий и менеджерам придется разрабатывать, апробировать и внедрять блоки управления конкурентоспособностью на промышленных и торговых предприятиях.

Л. А. Гришукова, С. А. Мокроносова

УПРАВЛЕНИЕ ИЗДЕРЖКАМИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Экономическая эффективность представляет собой соизмерение затрат и результатов. Из основных факторов повышения экономической эффективности можно выделить конкурентоспособность предприятия. Это относительная характеристика, которая выражает отличия развития данного предприятия от других по степени удовлетворения его товарами потребностей людей и по эффективности производственной деятельности.

На конкурентоспособность, а значит, и на изменение конкурентоспособных преимуществ можно влиять при помощи изменения следующих компонентов: издержек, цены и качества продукции.

Самый эффективный и наиболее используемый метод повышения конкурентоспособности фирмы – снижение издержек.

Снизить издержки можно различными способами:

1. Выбор фирмой позиции низкостоимостного лидерства. Для того чтобы фирма продолжала придерживаться позиции низкостоимостного лидерства и при этом повышала свою экономическую эффективность, нужно внедрять технологические инновации, заменяя существующее оборудование и технологии, обладать технологической и стратегической гибкостью.

2. Сдерживание роста издержек.

3. Снижение стоимости и повышение качества продукции.

Для российского рынка использование последнего способа не характерно. Ведь повысить качество продукции можно, лишь внедрив в производство новейшие технологии, которые обеспечили бы снижение издержек, как трудовых, так и материальных. У нас в стране ведутся научно-исследовательские разработки и создаются новейшие технологии, но большинство из них так и остаются невостребованными в производстве.