

## **ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ**

**В. А. Никулин** студент 4 курса экономического факультета ГОУ ВПО «Мордовский Государственный Университет имени Н. П. Огарева»

*В статье показаны современные конкурентные позиции российских предприятий на рынке, выявлены основные проблемы повышения конкурентоспособности отечественных фирм на данный момент, а также были предложены пути решения существующих проблем и выхода из сложившейся ситуации для различных групп предприятий.*

Основные понятия: конкурентоспособность, лидеры, отрасль, предприятие, качество, рабочая.

«Залог будущей конкурентоспособности каждой страны заключается в высоком качестве...»

Гэрри Дойл

В эпоху глобализации и интернационализации производства единственным критерием его эффективности и востребованности выпускаемой продукции является конкурентоспособность. Для современной России проблемы, связанные с достижением и обеспечением высокого уровня конкурентоспособности предприятий и их товаров, занимают одно из центральных мест. В нашей стране доля предприятий, производящих конкурентоспособную на международных рынках продукцию, крайне мала, и по этому показателю РФ заметно отстает от развитых стран Европы и США. Кроме того, повышение уровня конкурентоспособности предприятий необходимо по причине предстоящего вступления России во Всемирную Торговую Организацию. Членство в ней является свидетельством свершившегося факта интеграции экономики страны в мировую. Россия стремится попасть в ВТО, однако уровень конкурентоспособности большей части российских товаров не позволит им бороться с импортными, ко-

торые придут в нашу страну после обязательной отмены ряда таможенных пошлин.

В настоящее время не существует единого определения понятия «конкурентоспособность предприятия». Объединяя различные точки зрения, можно сделать вывод, что это способность фирмы производить конкурентоспособный товар или услугу на данный момент и на данном рынке.

На конкурентоспособность товара оказывают ощутимое влияние большое количество факторов. Однако основным из них, к которому также сводятся в итоге и многие другие, является качество товара или услуги, производимых фирмой. Качество – это степень, с которой совокупность собственных характеристик выполняет требования. Это главная характеристика товара. Для успешного продвижения товара на рынке, он должен удовлетворять не только физические, технические и эстетические потребности потребителя, но и более сложные: статусные, возрастные, психологические. При прочих равных условиях, покупатель, разумеется, выберет более качественный товар. В понятие качества входят долговечность товара, его надежность, точность, простота эксплуатации, ремонта и прочие ценные свойства.

Традиционно считаются качественными товары США, Японии (в частности автомобили, сложная вычислительная и бытовая техника), Западной Европы. Низким качеством, по мнению покупателей, обладает большинство товаров Китая, России. Причем в России причины заключаются не в технической неспособности производить качественный товар, а, скорее, в организационно-управленческой сфере.

По оценкам экспертов Всемирного банка, уровень производительности труда на промышленных предприятиях России отстает не только от развитых стран Западной Европы, но и от многих развивающихся стран, таких как Бразилия или ЮАР. Российские промышленные предприятия по показателю производительности труда близки к китайским и индийским фирмам, однако значительно проигрывают им по стоимости рабочей силы, что снижает их конкурентоспособность.

Одним из преимуществ российских предприятий является сравнительная дешевизна ресурсов и энергии. Например, стоимость электроэнергии для промышленности в Италии составляла в недавнем прошлом за 1кВ/ч – величину, в 4 раза превышающую соответствующий показатель в России, в Японии – в 3,5 раза, в Дании, Швейцарии и Чехии – в 2,5 раза. [1] Дешевая электроэнергия могла бы стать важным конкурентным преимуществом, однако эксперты прогнозируют рост цен на ресурсы для производственных целей. Сохранение конкурентных позиций потребует значительного роста эффективности использования этих ресурсов, что предполагает коренное техническое перевооружение, смену номенклатуры выпускаемой продукции, повышение ее качественных характеристик.

Российская добывающая промышленность за счет добычи и поставок большого объема газа и нефти за рубеж находится на подъеме. Однако с обрабатывающей промышленностью существует ряд проблем. Во-первых, пороговое значение соотношения добывающей/обрабатывающей промышленности равно 25%/75%. В России это соотношение выполняется с точностью до наоборот: 75%/25%. Во-вторых, отечественная обрабатывающая промышленность отличается значительной многоукладностью, причем наименее конкурентоспособный сегмент попал в так называемый «порочный круг неэффективности» (рисунок 1).



Р и с у н о к 1 Многоукладность обрабатывающей промышленности.  
Порочный круг неэффективности [3]

Из рисунка 1 видно, что российская обрабатывающая промышленность находится в тяжелом положении. Многоукладность ставит 2 основных вопроса: 1) Кто лидеры и благодаря чему? 2) Как сократить долю аутсайдеров и высвободить потребляемые ими ресурсы?[1]

Следующей проблемой, мешающей российским компаниям повысить конкурентоспособность, является износ фондов. Даже в лидирующей группе половина предприятий за последние 3 года не занималась технологическими инновациями. Физический износ в группе лидеров достиг угрожающих размеров: только у  $\frac{1}{4}$  из них парк машин и оборудования можно считать приемлемым. Так, в компании «Газпром» износ основных фондов Единой системы газоснабжения (ЕСГ) составляет 57,7%. При норме эксплуатации трубопровода в 25 лет средний возраст российских газопроводов равен 24 годам. Срок эксплуатации ЕСГ приближается к полувеку: 17% газопроводов отработали более 35 лет, еще 41% приближается к этому возрасту, 31% построен 10-20 лет назад и только 11% – моложе 10 лет. Требуется значительные капитальные вложения для поддержания системы и ее адаптации к растущим поставкам газа. [2] Российские железные дороги по данному аспекту имеют тоже не лучшее положение. Износ основных средств отрасли достиг 64% и продолжает увеличиваться. Объем инвестиций в отрасль для осуществления расширенного воспроизводства должен составлять не менее 240 млрд. рублей ежегодно. В течение последних трех лет на обновление и модернизацию основных средств направлялось не более 120 млрд. рублей ежегодно. Однако загрузка основных фондов постоянно растет.

Интересно и показательно, что отраслевая принадлежность предприятия не стала решающим фактором конкурентоспособности: даже в депрессивных секторах есть вполне конкурентоспособные лидеры. Наблюдаются гигантские различия в уровне и динамике эффективности на отдельных предприятиях. Так, по данным обследования ГУ-ВШЭ и Всемирного банка, разрыв в уровне производительности труда между 20% лучших и 20% худших предприятий в одной отрасли составляет от 9 до 24 раз в зависимости от отрасли. Лучшие 20% рабо-

тают в 2,5 – 3 раза более эффективно, чем отрасль в среднем. А межотраслевые разрывы в уровне эффективности менее существенны, чем различия внутри отрасли, что еще раз доказывает, что уровень конкурентоспособности товара и предприятия ничтожно мало зависит от отрасли, в которой действует предприятие. [3]

Однако на данном этапе низкая конкурентоспособность является экономической проблемой национального масштаба. Так как предприятия сами не способны решить эту проблему, необходимо вмешательство государства. В целом, правительство может снизить для компаний риски и уменьшать издержки, связанные с инновациями, инвестициями и внешнеэкономической деятельностью, а также создать дополнительные стимулы к такой активности.

Кроме того, политика не может быть одинаковой в отношении больших, средних и малых предприятий, а также в отношении лидеров и аутсайдеров. Политика по отношению к лидерам рынка должна быть ориентирована на увеличение этой группы предприятий и повышение их конкурентных преимуществ за счет снятия административных барьеров и создания стимулов для инновационной, инвестиционной и внешнеэкономической активности. Так, для решения проблемы недостаточных инвестиций предлагается упрощение существующих механизмов и увеличение прозрачности предоставленных льгот, а также необходимость дополнительных стимулов для инвестиций (включая налоговые льготы).[3]

В отличие от лидеров, у фирм «второго эшелона» меньше ресурсов, поэтому они нуждаются в большей поддержке, чем лидеры рынка. Для повышения эффективности расходования средств лучше ориентироваться на коллективные механизмы оказания государственной поддержки. Ее целевая аудитория – преимущественно малые и средние предприятия. Во всех случаях полезно опираться на инициативу самого бизнеса. Один из ожидаемых результатов такой деятельности – предоставление шанса на создание конкурентных преимуществ предприятиям, для которых риски инновационной и внешнеэкономической деятельности пока оказываются чрезмерными. Под инновациями здесь

подразумеваются любые новые знания и навыки, позволяющие повысить эффективность бизнеса. В результате вытекает необходимость активной государственной поддержки экспорта на рынки стран дальнего зарубежья с ориентацией, прежде всего, на средние фирмы. Требуется расширение спектра форм такой поддержки и изменение механизмов ее предоставления. Проблему высоких издержек выхода на внешние рынки можно решить с помощью различных механизмов, среди которых: софинансирование (государство + бизнес), упрощение процедур предоставления экспортных гарантий и возврата НДС, информационная поддержка, помощь в создании коллективных брендов.

Аутсайдеры же не только сами неэффективны. Они занимают место и ресурсы, которые могли бы использовать другие игроки, фактически не оставляют свободного пространства для появления и развития новых, более конкурентоспособных бизнесов. С другой стороны, такие предприятия часто выполняют важные социальные функции (единственный хлебозавод в городе или один из немногих работодателей), а реальной альтернативы им пока нет.

Разрушить квазимонопольные позиции аутсайдеров, создать у них стимулы к развитию можно через расширение возможностей входа на региональные рынки новых фирм. Для этого требуются меры по стимулированию предпринимательства, включая создание новых бизнесов и смещение акцентов в поддержке предпринимательства в пользу выращивания эффективного среднего бизнеса. Также необходимо стимулирование легального перерастания малого бизнеса в средний, немаловажной является поддержка собственно среднего бизнеса.

Наиболее же общей рекомендацией для повышения конкурентоспособности предприятий выступает призыв к повышению качества: качества товаров и услуг, качества труда, качества менеджмента. На данный момент существует огромное количество международных стандартов, разработанных как ИСО, так и другими организациями, а также целыми ассоциациями. В их число входят GMP, HACCP, FSSC 22000 и другие. Внедрение данных стандартов доказало свою эффективность. Кроме того, особенностью, к примеру, функционирования предприятий фармацевтической отрасли за рубежом является практически по-

всеместное внедрение отраслевых стандартов GMP. Причем внедрение данных стандартов во многом обеспечивалось принуждающей силой государства.

Следует отметить, что в нашей стране переход на повсеместное внедрение отраслевых стандартов постепенно становится стабильной тенденцией последних лет. Так, обращаясь к фармацевтике, в программе развития фармацевтической отрасли РФ на период до 2020 года отмечено стимулирование перехода предприятий на стандарты GMP.

Также важным преимуществом может стать переход на различные автоматизированные системы: принятия решений, помощи в ведении бизнеса. Например, для производства лекарственных средств существует программный продукт Oracle Agile Product Lifecycle Management и его аналоги, которые включают: управление портфолио разрабатываемых лекарственных препаратов, управление ресурсами для клинических исследований, интегрированное управление качеством и рисками, интегрированное управление упаковкой и маркировкой.

Таким образом, конкурентоспособность отечественных предприятий не находится на высоком уровне по сравнению с фирмами развитых стран. Существует множество причин такого положения, основными из которых является недостаточно высокое качество товаров, износ основных фондов и многоукладность российской промышленности. Пути выхода из такого положения определены, осталось лишь провести грамотную политику в отношении различных групп предприятий. И исходя из того, что конкурентоспособность фирмы во многом сводится к качеству выпускаемой продукции, а также к вечному соотношению цена/качество, спасение, как писал И. А. Ильин – в качестве.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Королев С. В. Издержки производства в системе конкурентоспособности компании: зарубежный опыт и российская практика /С. В. Королев // Внешнеэкономический бюллетень. – 2008. – № 6. – с. 55
2. Материалы сайта института проблем естественных монополий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ipem.ru/index.php/2008-08-14-07-33-47.html>
3. Субботина Т. Россия на перепутье: два пути к международной конкурентоспособности / Т. Субботина // Вопросы экономики. – 2006. – № 2. – С. 46 – 52.

4. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации: Учебник / Р. А. Фатхутдинов. – 2-е изд., испр. и. доп. – М.: Изд-во Эксмо, 2005. – 544с.
5. Хайек Ф. А. Познание, конкуренция и свобода / Ф. А. Хайек. – СПб.: Пневма, 1999. – 230 с.