

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ ПОЛЬШИ: ФАКТОРЫ И ИНСТРУМЕНТЫ

ВАЦЬКОВСКИ К. С.

доктор экономических наук

Варшава (Польша),

ГОРДИЕНКО Л. Ю.

кандидат экономических наук

Харьков

В условиях современной глобализированной экономики конкурентоспособность становится важным детерминантом развития предприятия и одновременно возможностью оценивать результаты его функционирования. Конкурирование предприятий между собой является характерной чертой рыночной экономики, которая проявляется в зависимости от отрасли промышленности или сектора во многих плоскостях разнообразием методов и форм, а также с различной интенсивностью.

В эпоху глобализации и роста открытости экономик вопросы конкурентоспособности субъектов хозяйствования находят отражение в работах как ученых, так и специалистов многих стран мира, в том числе Польши и Украины, среди которых Н. Г. Адамкевич-Дрвилло, В. Вальчак, А. Э. Воронкова, В. Н. Гончаров, В. М. Горбатов, М. Е. Горыня, Б. Добегало-Корона, И. З. Должанский, С. Касевич, Н. А. Кизим, Р. Новацки, З. Першчонек, И. А. Поддубный, А. Помыкальски, М. Й. Станкевич, В. Швигальски и др.

Целью статьи является на основе анализа факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятий, выявить проблемы и перспективы повышения их конкурентоспособности.

Конкурентоспособность можно определить как многомерную характеристику предприятия, вытекающую

из его внутренних характеристик, в том числе обеспечивающую его возможность адаптироваться к изменениям в окружающей среде. Эта черта определяет способность предприятия выполнять такие действия, которые обеспечивают ему стабильное и долгосрочное развитие, а также вклад в создание рыночной стоимости.

Следует согласиться с мнением, приведенным в коллективной монографии под редакцией М. Горыня [2], согласно которому конкурентоспособность является понятием относительным, потому что при оценке уровня конкурентоспособности конкретного предприятия мы сталкиваемся с проблемой выбора соответствующих объектов отнесения и принятия соответствующих критериев и показателей при анализе данного предприятия на фоне других предприятий, которые выбраны для сравнения в данном секторе.

По М. Й. Станкевич [2, с. 79], конкурентоспособность предприятий следует рассматривать как систему, которая состоит из следующих компонентов:

– потенциала конкурентоспособности, понимаемого как совокупность материальных и нематериальных ресурсов предприятия, ключевых компетенций и возможностей, позволяющих получить прочное конкурентное преимущество;

– конкурентного преимущества, имеющего всегда относительный характер, понимаемого как эффект результативного использования конфигурации компонентов потенциала конкурентоспособности, предоставляющих предприятию возможность генерировать привлекательные рыночные предложения и эффективные инструменты конкуренции;

– инструментов конкурирования, которые можно определить как сознательно и целенаправленно используемые инструменты и методы создания капитала клиентов и управления стоимостью фирмы;

– конкурентной позиции, понимаемой как результат, достигнутый предприятием, чтобы конкурировать в данном секторе, рассматриваемой на фоне результатов, достигаемых конкурентами, другими словами – место на шкале экономической и неэкономической полезной стоимости, которую предоставляет своим заинтересованным лицам предприятие, по сравнению с местами, занимаемых конкурентами.

Сточки зрения практики, как отмечает М. Й. Станкевич в [2], существенным является распознавание и понимание условий и факторов, оказывающих влияние на конкурентоспособный потенциал предприятия.

Конкурентное преимущество по Й. Овена [3, с. 71] основано не столько на каком-то абстрактном понятии абсолютного совершенства, сколько на том, что необходимо попросту быть менее некомпетентным нежели конкуренты.

Б. Добегало-Корона и С. Касевич считают, что конкурентоспособность предприятия на рынке является результатом синергетического взаимодействия многих внутренних факторов и механизмов, присущих предприятию, а также внешних условий, существующих в окружающей среде. Это можно понимать как способность к развитию, получению выгоды и прибыли, а также выработке конкурентных преимуществ [4, с. 89].

Следует согласиться с мнением, которое представлено в [5], соответственно которому предприятия, которые хотят на долго сохранить конкурентную позицию на рынке, должны непрерывно инвестировать в инновации, а также развивать свои продукты и услуги или же предлагать существенные ценовые выгоды. Причем основным стратегическим ресурсом, на основе которого достигается конкурентное преимущество на сегодняшних рынках, являются знания. Но следует учесть, что знания – это специфический и «уникальный» ресурс в контексте других «мягких» ресурсов, особенно таких, как: организационная культура, внутриорганизационные отношения, мотивационные системы, коммуникации, а также взаимодействие и взаимоотношения с окружающей средой.

В процессе исследования конкурентоспособности предприятия необходимо выявить факторы, которые на нее влияют. На рис. 1 приведено комплексное представление факторов, влияющих на конкурентоспособность современного предприятия.

За последние несколько лет к самым популярным инструментам, используемым польским государством, можно отнести помощь из государственного бюджета и фондов ЕС для поддержки инноваций и конкурентоспособности предприятий.

Например, Польское агентство развития предпринимательства (ПАРП) – в одном из реализуемых им мероприятий – 8.1 «Поддержка деловой активности в сфере электронной экономики», осуществляемых в операционной программе «Инновационная экономика» (ОП ИЭ) от 22 октября 2010, накопило бюджет в размере 1533 млн злотых [7, с. 136]. Использование этих средств, характеризуются следующими цифрами:

– поступило 4936 зарегистрированных правильно оформленных заявок (от потенциальных бенефициаров) на сумму 3,211 млн злотых;

– утверждено для поддержки 1470 правильно оформленных заявок на сумму 904,5 млн злотых;

– заключено 1370 договоров на сумму 839,3 млн злотых.

В качестве еще одного примера можно привести проекты «е-бизнес», реализуемые в рамках мероприятий – 8.1 [7, с. 137]:

– интернет-портал, обслуживающий хобби и интересы, разработанный двумя предпринимателями из Ополя;

– сервис Qlturka.pl, предлагающий информацию в сфере культуры и искусства, ориентированный на детей, разработанный Е. Швержевской;

– сервис jakdojade.pl, предназначенный для планирования поездок городским транспортом, и разработанный фирмой City-nav, внедренных выпускниками Познаньской Политехники и специалистами, связанными с публичным транспортом и спутниковой навигацией.

Таким образом, современные предприятия, желающие повысить свою конкурентоспособность на рынке, должны учитывать как внешние факторы (происходящие в окружающей среде), так и внутренние. При этом к менеджерам предъявляются требования уметь диагностировать и планировать потенциал развития и возможностей компаний-конкурентов, другими словами, они должны уметь продемонстрировать способность надлежащего планирования соответствующих мероприятий и разработки бизнес-процессов, обеспечивающих построение долгосрочных и трудно оспариваемых конкурентных преимуществ. Причем следует иметь в виду, что нет готовых решений результативных стратегий развития, гарантирующих каждому предприятию получение долгосрочного конкурентного преимущества или же достижения рыночного успеха. Каждое предприятие должно постоянно следить и внимательно анализировать мероприятия, предпринимаемые непосредственными конкурентами и учиться у них испытанным и результативным методам поведения. ■

ЛИТЕРАТУРА

1. Gorynia M. Luka konkurencyjna na poziomie przedsiębiorstwa a przystąpienie Polski do Unii Europejskiej / M. Gorynia (red.). – Poznań: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, 2002. – S. 48 – 49.

2. Stankiewicz M. J. Konkurencyjność przedsiębiorstw. Budowanie konkurencyjności przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji / M. J. Stankiewicz. – Toruń: Wydawnictwo TNOiK «Dom Organizatora», 2002. – S. 79.

3. Owen J. Zarządzanie. Czego nie uczą w szkołach biznesu / J. Owen. – Warszawa: PWE, 2003. – S. 71.

4. Dobiegała-Korona B., Kasiewicz S. Metody oceny konkurencyjności przedsiębiorstw, [w:] K. Kuciński (red.), Uwarunkowania konkurencyjności przedsiębiorstw w Polsce, «Materiały i Prace IFGN», tom LXXIX. – Warszawa: Oficyna Wydawnicza SGH, 2000. – S. 89.



Рис. 1. Комплексное представление факторов, влияющих на конкурентоспособность современного предприятия [6]

5. Bailom F., Matzler K., Tschernja D., Jak utrwalic sukces. Co wyrozni najlepsze przedsiebiorstwa?. – Warszawa: Wolters Kluwer, 2009 – S. 13, 59 – 80.

6. Walczak W. Analiza czynnikow wplywajacych na konkurencyjnosc przedsiebiorstw. E-mentor nr 5 (37) / 2010; metody, formy i programy ksztalcenia: [http://www.e-mentor.edu.pl/artukul/index/numer/37/id/784].

7. Innowacyjni. Dobre praktyki. – Warszawa: PARP, 2010. – 177 s.