

РОСТ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В ПРОЦЕССЕ ОПТИМИЗАЦИИ ИЗДЕРЖЕК ПРОИЗВОДСТВА

Н.В. БОКША

*Полесский государственный университет,
г. Пинск, Республика Беларусь*

ВВЕДЕНИЕ

Конкурентоспособность отечественных предприятий является актуальной проблемой национальной экономики в условиях нестабильности внешней конъюнктуры. Как отмечается в Программе социально-экономического развития Республики Беларусь на 2006–2010 годы, главная идея пятилетия - повышение уровня конкурентоспособности на основе модернизации экономики. Ее девиз: «человек – инновации – конкурентоспособность – благосостояние» [1, с.20]. Данной проблеме уделяется внимание и в соответствующем Указе Президента Республики Беларусь № 268 от 20 мая 1998 г. [2]. Немаловажную роль в процессе роста конкурентоспособности играет снижение издержек производства. Этот фактор приобретает исключительное значение для национальной экономики, которая по уровню материало- и энергоёмкости ВВП примерно в 2–3 раза отстает от экономически развитых стран [2, с.22].

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Говоря о конкуренции, необходимо соблюдать терминологическую корректность, поскольку данное понятие может употребляться в различных значениях. Прежде всего следует определиться с самим понятием «конкуренция». Хайек отмечает, что конкуренция – это процедура открытия новых возможностей использования существующих ресурсов, а также создания новых ресурсов [3, с.6]. В этом случае акцент делается на процессе. В экономической литературе имеется другой подход к конкуренции, который позволяет говорить о конкуренции одновременно и как о результате, и как о процессе [4, с.21]. Нам представляется, что второй подход следует рассматривать не как антипод, а как дополнение первого.

С конкуренцией взаимосвязаны такие явления, как конкурентные преимущества и конкурентоспособность. Они конкретизируют и развивают исходное понятие. Когда говорят о конкурентных преимуществах, то речь идет о более выгодных позициях фирмы в определенной области. Основой конкурентных преимуществ являются уникальные активы предприятия либо особая компетентность в сферах деятельности, важных для данного бизнеса. Конкурентоспособность субъекта означает его способность противостоять действиям конкурентов и сохранять свое присутствие на рынке. Эти свойства не обязательно должны быть связаны с обладанием монопольного права. Конкурентоспособность, хотя и включает в себя конкурентные преимущества, является более широким понятием, поскольку в него включаются все методы, позволяющие вести конкурентную борьбу. Конкурентоспособность всегда рассматривается применительно к определенному участнику рынка. Можно говорить о конкурентоспособности товара, фирмы, отрасли, страны.

Проблематикой конкурентоспособности, составлением соответствующих рейтингов стран мира занимаются два авторитетных института - Всемирный экономический форум из Давоса и Лозаннская бизнес школа IMD. IMD в сотрудничестве с 52 исследовательскими организациями оценивают конкурентоспособность каждой страны по 331 критерию, сгруппированным в четыре группы: 1) состояние экономики; 2) эффективность правительства; 3) эффективность бизнеса; 4) состояние инфраструктуры. В 2008 г. пальму первенства сохранили за собой США. Сингапур и Гонконг заняли второе и третье места соответственно. Россия оказалась на 47 месте из 55 возможных в этом рейтинге. По оценке НИЦ Мизеса, с учетом опроса бизнеса, проводимого белорусскими организациями, Республика Беларусь могла бы занять 53 место, если бы IMD проводил опрос в нашей стране [5].

В Докладе ВЭФ 2007–2008 гг. М.Портер со своими коллегами указывают на ключевое значение конкурентоспособности на микроуровне для достижения устойчивого экономического развития. Микроэкономическая основа конкурентоспособности зиждется на трех взаимосвязанных сферах: 1) знания, опыт и способности, при помощи которых отечественные фирмы конкурируют; 2) качество деловой среды; 3) состояние развития кластеров, которые дают положительный эффект от близости компаний и институтов. Конкурентоспособность фирмы – это возможность производить и продавать товары, которые по своим характеристикам более привлекательны для потребителей, чем аналогичные товары конкурентов. Чем больше набор конкурентных

преимуществ, тем более устойчивые позиции занимают фирмы на национальных и мировых рынках. Так, из 500 крупнейших и наиболее конкурентоспособных на мировом рынке транснациональных компаний 218 представляют США, 155 – Западную Европу, 76 – Японию.

Чтобы быть конкурентоспособной, фирме необходимо использовать одновременно различные инструменты. Одним из важных инструментов являются издержки производства. Анализ взаимосвязи издержек производства и конкурентоспособности фирмы будет плодотворным, если он осуществляется в двух аспектах: статическом и динамическом. Первый касается вопроса о механизме взаимодействия издержек и конкурентоспособности как таковой. Это, конечно, не означает, что диалектические моменты здесь отсутствуют. Но они применяются лишь для того, чтобы лучше понять сам механизм. Что касается динамического аспекта, то здесь необходимо ответить на два вопроса: как добиться конкурентного преимущества в издержках и как удержать их? Остановимся подробнее на каждом из указанных аспектов.

В экономической литературе механизм взаимосвязи издержек производства и конкуренции во многих случаях рассматривается классически: чтобы повышать конкурентоспособность, необходимо снижать издержки производства. «В рыночной экономике существует одно общее, генеральное правило, – пишет Хашукаев С. Ф., – обеспечить выпуск продукции в режиме постоянной минимизации издержек производства...» [6, с. 176]. Щербаковский Г.З. также отмечает, что «в условиях конкуренции фирма обязана соблюдать режим экономии...» [7, с.24]. «Снижение издержек – фактор конкурентоспособности», – указывает Плонский В. [8, с.52]. При всей правомерности такого подхода, в современных условиях он недостаточен, поскольку выражает общую связь и не учитывает сложность и противоречивость глубинных процессов.

Обращаясь к механизму взаимосвязи издержек производства и конкурентоспособности фирмы, можно обратить внимание на разные по характеру связи между ними. Прежде всего, издержки оказывают воздействие на конкурентоспособность непосредственно (прямая связь). Наряду с этим связь прослеживается через определенные опосредованные факторы (косвенная связь). Испытывая на себе воздействие издержек, конкурентоспособность оказывает на них обратное воздействие, которое может быть также непосредственным и опосредованным. Схематично это можно представить следующим образом:

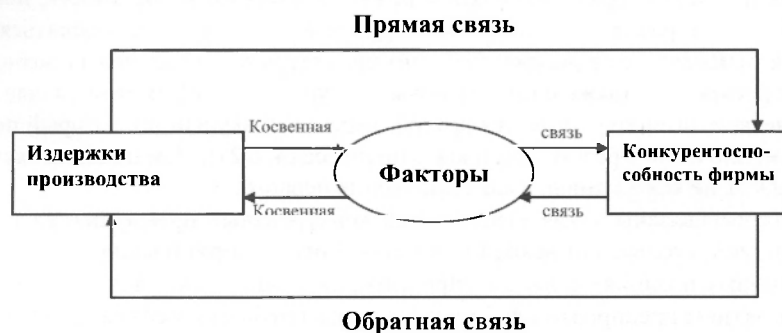


Рис. Взаимосвязь издержек производства и конкурентоспособности фирмы

Прямая связь между издержками и конкурентоспособностью состоит в том, что величина издержек фирм-конкурентов при производстве товаров является одним из показателей, по которому сравнивают их конкурентоспособные позиции. Стремление быть производителем с наименьшими издержками представляет собой эффективный способ конкуренции в тех сферах деятельности и на тех рынках, на которых большинство покупателей чувствительны к ценам. То есть там, где ведется ценовая конкуренция. Цель состоит в том, чтобы добиваться преимущества перед конкурентами по затратам и получать больше прибыли. При этом товары могут продаваться либо по более низким ценам, чтобы «перехватить» часть покупателей у конкурентов, либо по текущим рыночным ценам, но и в этом случае фирма имеет возможность направлять больше средств на маркетинг и сбыт. Но даже в тех отраслях, в которых неценовая конкуренция играет такую же важную роль, как и ценовая, фирмы вынуждены держать издержки производства на уровне издержек своих конкурентов.

Чтобы определить уровень воздействия издержек производства на ее конкурентоспособность, требуется определенная последовательность действий. Успешное снижение издержек, в ходе которого оптимизируются расходы, но при этом не происходит снижения потребительской стоимости товара, как показывает опыт ведущих компаний, начинается с того, что фирма уделяет этому направлению своей деятельности постоянное и большое внимание. Учитывается величина издержек и их структура. Первостепенное значение уделяется снижению общих средних издержек производства. Наиболее эффективным будет такой способ производства, при котором минимизированы средние издержки. Если суммарная величина затрат на приобретение фирмой определенного количества ресурсов неизменна, то с увеличением объема производства, за счет использования современных технологий, затраты на единицу продукции будут сокращаться.

Следующим шагом в исследовании издержек производства является их сравнительная оценка с конкурентами. Фирме необходимо получить объективное представление о том, насколько она конкурентоспособна по издержкам. Для этих целей мы предлагаем методику. Она носит универсальный характер и может способствовать повышению эффективности использования издержек в качестве инструмента конкуренции. При построении методики мы исходили из двух предпосылок: из необходимости применения экспертной работы и возможности «настройки» методики под особенности конкретного предприятия. Последнее обстоятельство связано с тем, что при составлении общей методики невозможно учесть все аспекты конкурентных преимуществ по издержкам, характерные для данной фирмы.

Уровень конкурентоспособности фирмы по издержкам определяется ее преимуществами и недостатками по отдельным видам (группам) издержек. В связи с этим необходимо прежде всего определить базу для сравнения. Рекомендуется осуществлять анализ по ключевым значениям издержек, используя такие критерии, как общие издержки, средние постоянные, средние переменные, общие средние издержки и такой признак, как управление издержками. Основная проблема, которая здесь возникает, – как получить сведения о структуре издержек у конкурентов. Для ее решения, в случае трудности получения необходимой информации, можно воспользоваться оценочными экспертными данными. Для количественного значения показателей сравнения используется система баллов. Расчет осуществляется в следующей последовательности:

1. Устанавливается ранг каждого показателя. В качестве максимального значения берется 5 баллов.
2. Дается оценка по каждому параметру издержек производства всем конкурентам. Для этого применяется та же пятибалльная система.
3. Определяется общая оценка параметра у каждого конкурента. Она образуется путем произведения ранга показателя и его оценки.
4. Суммируются общие оценки по параметрам издержек для всех конкурентов. Полученный показатель отражает уровень конкурентоспособности данной фирмы по издержкам в сравнении с другими фирмами. Этот показатель колеблется от 25 до 125.
5. Значение общей оценки каждого участника конкуренции сопоставляется со шкалой конкурентоспособности по издержкам производства. Уровень конкурентоспособности от 25 до 60 считается низким уровнем, от 61 до 90 – средним, от 91 до 125 – высоким.

Покажем на условном примере применение предлагаемой методики (см. табл.). По оценке экспертов, ранг показателей конкурентоспособности устанавливается 5 баллов по каждому значению. Общие издержки фирмы можно оценить на 4 балла, конкурентов – соответственно 5 и 3. Средние постоянные издержки – 4, 3, 2. Средние переменные издержки – 5, 4, 3. Общие средние издержки – 4, 3, 3. Уровень управления издержками производства – 5, 3, 1. На основе этих значений определяем общие оценки: общие издержки по нашей фирме составляют 20 (5×4), у конкурентов – 25 (5×5) и 20 (5×4). Средние постоянные издержки – 20, 15 и 10. Средние переменные издержки – 25, 20 и 20. Общие средние издержки – 20, 15 и 15. Управление издержками – 25, 15 и 5.

Таблица. Расчет уровня конкурентоспособности фирмы

№ п/п	Показатель	Ранг	Индивидуальная оценка			Общая оценка		
			Фирма	Конкурент А	Конкурент В	Фирма	Конкурент А	Конкурент В
1.	Общие издержки.	5	4	5	3	20	25	15
2.	Средние постоянные издержки.	5	4	3	2	20	15	10
3.	Средние переменные издержки.	5	5	4	3	25	20	15
4.	Общие средние издержки.	5	4	3	3	20	15	15
5.	Управление издержками.	5	5	3	1	25	15	5
Конкурентоспособность						110	90	60
						Высокая	Средняя	Низкая

Прямое воздействие издержек производства на конкурентоспособность фирмы дополняется косвенным воздействием. Зачастую оно является основным. В данном случае издержки и конкурентоспособность связаны через опосредованные факторы. Эти факторы могут быть причиной роста или снижения издержек (структурные факторы) либо связаны с функционированием фирмы на рынке (функциональные факторы). И в том, и в другом случае определяющими являются не сами факторы, а результаты их действия. Затраты на материалы,

заработную плату, оборудование не имеют существенного эффекта, если конкурентные преимущества не опираются на разработки новых качественных товаров, пользующихся спросом, не применяются обновляющиеся, все более эффективные способы производства.

Среди основных структурных факторов можно назвать, прежде всего, масштаб производства. Экономия на масштабе возникает из способности предприятия выполнять свои функции более эффективно и в большем объеме, что оказывает непосредственное воздействие на средние издержки производства. Эффекта масштаба могут добиться не только крупные предприятия, но средние и даже небольшие фирмы.

Существенное значение имеет фактор использования производственной мощности. Высокие постоянные издержки при недоиспользовании мощности увеличивают затраты на единицу продукции. Улучшение использования мощности распределяет общие издержки на большее количество продукции и повышает эффективность использования ресурсов фирмы. Поставляя на рынок товары с лучшими экономическими характеристиками, фирма за счет эффективного использования мощности может добиваться конкурентных преимуществ.

Эффект жизненного цикла также связан с издержками и конкурентоспособностью фирмы. На каждой стадии, от момента начала производства и последующего наращивания объемов, может быть получена экономия на издержках за счет роста производительности труда, улучшения использования оборудования, от выпуска модификаций, которые повышают уровень конкурентоспособности фирмы.

Результаты работы фирмы зависят в немалой степени от организационных факторов, в частности от координации различных видов деятельности. Если издержки одного вида деятельности зависят от других, возможно уменьшение издержек посредством установления приоритетов или лучшей увязки направлений работы фирмы за счет их совместной оптимизации. Например, в условиях диверсифицированного производства ресурсы перераспределяются в зависимости от размера прибыли, который приносит определенное направление деятельности.

Что касается функциональных факторов, посредством которых обеспечивается воздействие издержек на конкурентоспособность, то они также весьма разнообразны. К их числу можно отнести характер производственной стратегии, типы связей фирмы, размещение производства, вертикальную интеграцию, институциональные факторы. Из всего многообразия данных факторов рассмотрим в качестве примера один из них – производственную стратегию. От степени обоснованности данной стратегии и эффективности ее реализации во многом зависит положение фирмы на рынке. Оказывая воздействие на издержки, можно в процессе реализации стратегии изменять ассортимент производимой продукции (товары с низкими и высокими затратами), улучшать характеристики качества, увеличивать или уменьшать заработную плату своему персоналу по сравнению с конкурентами, обращать больше, чем конкуренты, внимания на достижение уровня производительности труда.

Наиболее ощутимые результаты с точки зрения конкурентоспособности образуются тогда, когда выполнение производственной стратегии осуществляется во взаимосвязи со стратегическим анализом издержек производства. Здесь может быть использована «цепочка ценностей» М. Портера [9].

Для каждого вида деятельности, создающего ценность для компании, ключевыми вопросами являются следующие:

- Можем ли мы снизить затраты этого вида деятельности, поддерживая ценность (доходы) постоянными?
- Можем ли мы увеличить ценность (доходы) на этой стадии, поддерживая неизменный уровень затрат?
- Можем ли мы уменьшить активы в этом виде деятельности, поддерживая постоянными затраты и доходы?

Стремящийся к достижению конкурентных преимуществ в области издержек производитель использует столько функциональных факторов, сколько он может выявить и реализовать.

Испытывая на себе влияние издержек производства, конкурентоспособность фирмы не является пассивным результатом этого действия, а оказывает обратное воздействие, стимулируя фирмы активизировать борьбу за минимизацию издержек. Это имеет особое значение для современной белорусской экономики.

Почему и как конкуренция влияет на издержки? Основная причина заключается в том, что фирма стремится укреплять свои позиции на рынке. Если перед производителем стоит дилемма: потерять часть прибыли ради сохранения конкурентоспособности либо, увеличив прибыль, снизить свой конкурентный потенциал, предпочтение во многих случаях отдается первому варианту. Конкурентоспособная по издержкам компания может быть активным участником ценовой конкуренции, защищая свои позиции от ценовых войн. Она лучше защищена от диктата поставщиков на внутреннем рынке. Следует отметить, что конкурентоспособность фирмы на рынке – понятие относительное. Одна и та же фирма может быть признана конкурентоспособной по издержкам в рамках отраслей регионального рынка и неконкурентоспособной при выходе на мировой рынок.

Непосредственное воздействие конкуренции на издержки связано со стремлением фирмы добиться лучших, по сравнению со среднерыночными, показателей уровня издержек в целом и по их отдельным видам. При этом возникает несколько проблем. Какой уровень издержек является конкурентоспособным? Всегда ли снижение издержек до минимального уровня является основной целью? На наш взгляд, за основу конкурен-

тоспособности следует брать оптимальный уровень издержек. В его основе лежит стремление к минимизации издержек.

Но оптимальные и минимальные издержки не следует отождествлять. Во-первых, определяя оптимальный уровень издержек, следует учитывать не только их наименьшее значение, но и «цену» снижения издержек. Как показывает практика, лучших вариантов нередко добиваются не при стопроцентном снижении издержек, а при 80-90% от максимально возможного. Реализация оставшихся 10-20% требует таких затрат, что оказывается экономически не выгодной. Во-вторых, оптимизация издержек предполагает учета взаимосвязи уровня издержек с другими показателями работы фирмы: загрузкой производственных мощностей, качеством продукции, производительностью труда и т. п., снижению которых не должны способствовать мероприятия по минимизации издержек. В-третьих, оптимизация издержек при определенных условиях может означать допустимые пределы их роста. Это происходит, например, тогда, когда предпочтения потребителей начинают смещаться с ценовых показателей к показателям качества и новизны товаров, что требует от фирмы увеличения затрат.

Анализируя воздействие конкурентоспособности на издержки, следует учитывать, наряду с прямыми, косвенные формы взаимосвязи. Основными из них являются прибыль, цена и качество. Прибыль как основная цель деятельности коммерческой организации, которой подчинены все другие показатели, вызывает необходимость использования всех факторов ее роста. Минимизация издержек является важным условием максимизации прибыли. Это — основополагающая формула рыночного хозяйства. От результативности ее применения зависит жизнеспособность хозяйствующих субъектов рынка. Стремление к высокой норме прибыли нацеливает участников конкуренции на постоянный поиск резервов оптимизации издержек. Но прибыль применительно к издержкам, как правило, рассматривается не обособленно, а во взаимосвязи с ценами. Причем фактор цены на практике часто берется в качестве одного из определяющих. Особенно это характерно для отечественной экономики.

В 2000 г. Институтом мировой экономики и международных отношений было проведено обследование 245 российских промышленных предприятий. На вопрос об уровне оценки конкурентоспособности продукции большинство менеджеров назвали его средним. Основная часть фирм применяет методы ценовой конкуренции, поскольку главным фактором конкурентоспособности респонденты считают превосходство их продукции по соотношению цена-качество. По факторам конкурентоспособности оценки распределились следующим образом [10, с.21]:

- превосходство по соотношению цена-качество — 54%;
- дешевизна — 21%;
- высокое качество — 23%;
- уникальность — 23%.

Как можно видеть из материалов обследования, все факторы конкурентоспособности так или иначе связаны с ценами. Похожая закономерность наблюдается и в белорусской экономике.

Рассмотрев механизм взаимосвязи издержек и конкурентоспособности, следует обратиться к вопросу о способах обеспечения конкурентных преимуществ фирмы по издержкам. Чтобы добиться конкурентных преимуществ, необходимо знать их источники. Последние различаются по степени их значимости. Среди них выделяются, прежде всего, источники долговременного действия. К ним относятся в первую очередь такие факторы, как использование современного оборудования и технологий, квалификация персонала, качество менеджмента, долговременные исследовательские работы. Наличие таких преимуществ позволяет фирме разрабатывать эффективные стратегии конкуренции.

Другой группой конкурентных преимуществ являются источники кратковременного действия, которыми за небольшой период могут воспользоваться конкуренты. Они включают в себя такие источники, как наличие дешевой рабочей силы, доступ к дешевым источникам сырья, совершенствование организации производства и труда, развитие внутрифирменных коммуникаций. Если с позиции значимости источников конкурентных преимуществ обратиться к отечественным и российским предприятиям, то мы имеем следующую картину. В уже упоминавшемся выше исследовании, на вопрос: что мешает в первую очередь конкурентоспособности продукции, респонденты назвали следующие причины [10, с.24]:

- старое оборудование — 65%;
- низкое качество сырья, материалов, комплектующих — 26%;
- несовершенная технология — 23%;
- трудности быстрого обновления продукции — 18%;
- нестабильность поставок сырья, материалов, комплектующих — 16%;
- низкая квалификация работников — 9%;
- неэффективный менеджмент — 6%.

Данные убедительно свидетельствуют о слабом действии долговременных факторов конкурентных преимуществ, связанных в первую очередь с современными оборудованием и технологией. Обращает на себя

внимание то обстоятельство, что в ряду причин, сдерживающих повышение конкурентоспособности, последние места занимают низкая квалификация работников и неэффективный менеджмент. Предприятия считают, что эти факторы не находятся в ряду главных причин, мешающих им конкурировать в рыночной среде. Здесь наблюдается известный консерватизм в оценке данных факторов, своего рода «наследие прошлого», ибо в работе современных западных компаний эти условия конкурентоспособности стоят на одном из первых мест.

Проблема создания конкурентных преимуществ в издержках неразрывно связана с проблемой их удержания. Преимущества на основе уровня издержек не столь устойчивы, как, например, на основе дифференциации. Одна из причин этого состоит в том, что любой новый источник снижения затрат может лишить фирму преимуществ в издержках. Тем большее значение в этом случае имеет поиск факторов, позволяющих сделать преимущества долгосрочными.

Существуют различные подходы к решению этой задачи. В большинстве своем они связаны с выявлением и использованием факторов, позволяющих сохранить конкурентоспособность. Широкую известность получил, в частности, «ромб» М. Портера, в котором конкурентные преимущества обычно связываются с четырьмя факторами: стратегией фирмы, поддерживающими отраслями, факторами предложения и факторами спроса. Не отрицая возможности такого метода, мы считаем целесообразным строить работу фирмы в данной области на основе конкурентной политики. Ее следует разрабатывать на микро- и макроуровне. Основная цель конкурентной политики – обеспечение высокой эффективности использования ограниченных ресурсов. Она может включать в себя как пути достижения конкурентных преимуществ, так и способы их удержания.

Оптимизацию издержек следует рассматривать как один из элементов в проведении конкурентной политики. Последовательная реализация конкурентного преимущества, основанного на низкой себестоимости производимой продукции, требует согласования объемов реализации с требованиями минимизации себестоимости производимой продукции. Максимального эффекта от увеличения объемов продаж вследствие снижения цен можно достигнуть только при таком объеме продаж, который минимизирует полные затраты, приходящиеся на единицу продукции.

Возможность использования издержек как составного элемента конкурентной политики фирмы во многом зависит от учета затрат и аналитической работы. Современная методика организации управленческого учета создает для этого благоприятные возможности. Высокую эффективность, в частности, может принести система управления по отклонениям. Зная нормативные (планируемые) уровни затрат и сравнивая их с фактическими, можно определить размер отклонений. Если фактические затраты выше нормативных, то такое отклонение считается неблагоприятным. Оно оказывает отрицательное воздействие на операционную прибыль. Анализ отклонений может осуществляться выборочно. Если компания является крупной, невозможно детально проанализировать все области деятельности.

Другим, не менее важным методом анализа затрат, является анализ «затраты – объем – прибыль». Если определен объем производства исходя из портфеля заказов то, используя этот анализ, можно рассчитать величину затрат и цену продажи, чтобы фирма могла получить определенную величину прибыли. Это – инструмент управленческого планирования и оценки альтернативных решений. В практике бизнес-планирования данный метод часто используется под названием расчет «точки безубыточности». Критический объем продаж (точка безубыточности) – это минимальный объем продаж, позволяющий покрыть все затраты на производство данного товара. Эта модель базируется на ряде фиксированных взаимосвязей. Если цена единицы продукции, затраты или другие условия изменяются, то модель должна быть пересмотрена.

Зная особенности взаимосвязи издержек производства и конкурентоспособности фирмы, можно обратиться к исследованию современных тенденций в этом процессе.

Современные условия конкурентоспособности фирм отличаются высоким динамизмом. Наблюдая за развитием отечественных и зарубежных компаний, можно отметить целый ряд новых явлений. На смену системы «продукт» все чаще приходит система «продукт–сервис». Фирма начинает производить и реализовывать «пакетные решения», в которые наряду с продуктом включаются многообразные услуги. При этом цены на товарный комплекс «продукт-сервис» являются конкурентными.

Новым явлением является также то, что в условиях обострившейся конкурентной борьбы на рынке все большее значение приобретает стратегия концентрированного роста вместо стратегии диверсификации. Значительную роль в укреплении конкурентных позиций фирмы на рынке в настоящее время играют структурно-технологические изменения, связанные, прежде всего, с развитием информационных технологий. И, наконец, изменения в конкурентоспособности фирм связаны с резким повышением роли нововведений в экономическом развитии.

Отмеченные тенденции оказывают значительное воздействие на издержки производства, порождая целый ряд проблем. Одна из них связана с соотношением «издержки – цены – конкурентоспособность». Чтобы осуществлять дополнительные затраты на услуги, важно не только сохранить, но и увеличить уровень конкурентоспособности. Серьезной проблемой является снижение издержек за счет перепрофилирования компаний. В условиях растущей капиталоемкости бизнеса возникает необходимость в структурной реорганизации, осво-

бождении от дополнительных затрат на содержание непрофильных видов деятельности. Данная тенденция является весьма перспективным направлением развития отечественных компаний.

ВЫВОДЫ

Таким образом, можно сделать вывод о необходимости концентрации усилий для изучения такого направления в деятельности предприятий, как рост их конкурентоспособности в процессе оптимизации издержек производства. Причем, на каждом этапе исследования нужно оценивать прямые, обратные и косвенные связи между издержками и конкурентоспособностью, определять место издержек в системе конкурентоспособности. Это необходимо для выработки управленческих решений по оптимизации издержек. В процессе совершенствования управления издержками следует обратить внимание на использование метода экспертных оценок, системы управления по отклонениям от нормативов, метода анализа «затраты - объем — прибыль», учета влияния внешних факторов и мировых тенденций в области конкурентоспособности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2006–2010 годы. / Совет Министров Республики Беларусь. – Минск: Беларусь, 2006. – 176 с.
2. О повышении конкурентоспособности продукции отечественного производства (работ, услуг) и об усилении ответственности производителей, поставщиков и продавцов за качество продукции (работ, услуг). Указ Президента Республики Беларусь, 20 мая 1998 г. № 268 // Эталон-Беларусь [Электрон. ресурс] / Нац. центр правовой информ. Республики Беларусь. – Минск, 2001.
3. Хайек, Ф. Конкуренция как процедура открытия / Ф. Хайек // Мировая экономика и международные отношения. – 1989. – №12. – С. 6.
4. Авдашева, С. Промышленная и конкурентная политика: проблемы взаимодействия и уроки для России / С. Авдашева, А. Шаститко // Вопросы экономики. – 2003. – №9. – С. 21.
5. <http://www.allminsk.biz/content>. The Global Competitiveness Report 2007–2008 World economic forum.
6. Хашукаев, С.Ф. Рынок. Конкуренция. Максимизация прибыли / С.Ф. Хашукаев. – М.: Прогресс, 2004. – С. 176–177.
7. Щербаковский, Г.З. Стабильность фирмы в условиях конкуренции / Г.З. Щербаковский. – СПб.: Экономическая школа, 2002. – С. 24.
8. Плонский, В. Снижение издержек – фактор конкурентоспособности. / В. Плонский // Экономист. – 2003. – № 4. – С. 52.
9. Портер, М. Конкуренция: пер. с англ./ М. Портер. – М.: Вильямс, 2006. – С. 59–63.
10. Конкурентоспособность России в глобальном экономическом пространстве. – М.: РАН ИМЭМО, 2001. – С. 21.

THE GROWTH OF COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES IN THE PROCESS OF OPTIMIZATION OF PRODUCTION COSTS

N. V. BOKSHA

Summary

The research paper analyses the theoretical aspects of the interaction of competitiveness and production costs as well as explores the ways which provide a company's competitive benefits concerning costs. The expert evaluation methods to identify a level of competitiveness of a company are suggested here and also the ways to improve the management of production costs are developed.

Поступила в редакцию 28 октября 2008 г.