

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К ОБЕСПЕЧЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ РАЗВИТИЯ ЕГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПОТЕНЦИАЛА

В статье представлены критерии обеспечения конкурентоспособности машиностроительных предприятий, а также условия ее повышения на основе моделирования образовательного потенциала, адекватного условиям производственно-хозяйственной деятельности.

Определение целей, стратегических и тактических задач обеспечения конкурентоспособности машиностроительного предприятия, а также разработка конкретных направлений и мер повышения конкурентоспособности требуют прежде всего выявления принципиальной основы, конструктивных подходов к обеспечению конкурентоспособности. Иными словами, необходима выработка базовых концептуальных подходов к обеспечению конкурентоспособности машиностроительного предприятия. А это предполагает определение критериев конкурентоспособности машиностроительного предприятия, выявление требований к обеспечению конкурентоспособности, а также факторов, определяющих конкурентоспособность.

Под критериями конкурентоспособности машиностроительного предприятия нами понимается мерило оценки конкурентоспособности предприятия. При этом предлагается выделять следующие важнейшие группы критериев, отражающих соответственно удовлетворенность потребителя товарами (услугами) предприятия в динамике, эффективность производственно-хозяйственной деятельности предприятия, положительность образа (благоприятность имиджа) предприятия (рис. 1).

Содержательная сторона критериев конкурентоспособности машиностроительного предприятия представляет собой следующее.

Удовлетворенность потребителей товарами и услугами машиностроительного предприятия может быть определена в соответствии с признаками:



Рисунок 1. Критерии конкурентоспособности машиностроительного предприятия

– соответствия качества продукции предприятия условиям потребления. Причем, степень соответствия этому критерию может быть выявлена на основе применения ряда показателей (таких как научно-технический уровень проекта, научно-технический уровень изделия, надежность изделий, эргономические, эстетические показатели, транспортабельность, степень стандартизации и унификации изделий, показатели экологичности, безопасности, патентной чистоты и патентной защиты продукции, показатели эффективности использования продукции) и сравнения их со значениями базовых образцов продукции (наилучших из аналогов в отечественной и мировой производственной практике);

– наличия на предприятии условий для повышения качества продукции.

Уровень обеспечения предприятием соответствия этому критерию может быть определен на основе анализа гарантий сохранения заданного уровня качества, оговоренного в договорах поставки продукции предприятия (соответствия продукции, производства, системы качества предприятия международным стандартам серии ИСО 9000, наличия сертификатов качества продукции, производства или системы качества предприятия), анализа состояния образовательного потенциала во взаимосвязи трех его составляющих (профессионально-квалификационного уровня кадров, научно-информационной, материально-технической), анализа состояния имущества предприятия (в том числе состояния основных производственных фондов, материальных оборотных средств, нематериальных активов предприятия). Результаты анализа, представленные в виде значений соответствующих единичных и комплексных показателей сопоставляются с соответствующими среднеотраслевыми значениями показателей или численными характеристиками показателей предприятий-признанных лидеров отрасли;

– насыщенности рынка товарами предприятия. Показателями, которые могут использоваться для выявления соответствия предприятия этому критерию, являются доля продукции предприятия на отраслевом или продуктовом рынке, коэффициенты концентрации производства в продуктовом разрезе, темпы роста и темпы прироста указанных показателей;

– наличия на предприятии тенденций к увеличению своей доли в доступных и традиционных для предприятия сегментах рынка. Наличие этих тенденций определяется на основе исследований новизны конструкторских решений, технического

совершенства продукции, обеспечивающих прирост ее полезности, выявления реальных возможностей развития образовательного потенциала предприятия, определения эффективности маркетинга на предприятии, исследования уровня использования производственной мощности предприятия и действительных возможностей ее увеличения для целей увеличения объемов выпуска продукции;

– наличия и уровня развития предпродажного и послепродажного обслуживания. Степень соответствия конкурентоспособности этому критерию должна определяться на основе количественных и качественных характеристик сервисной сети (количества мастерских, центров гарантийного и послегарантийного обслуживания продукции предприятия, принадлежащих предприятию и работающих по договорам с предприятием, количества рекламаций на работу этих мастерских, оперативность снабжения потребителей комплектами запасных частей и др.) и сопоставления их со среднеотраслевыми значениями и уровнями соответствующих характеристик отраслевых и мировых предприятий-лидеров;

– своевременности выхода продукции на рынок, которая проявляется как собственно в соблюдении договорных сроков поставок (здесь может использоваться показатель доли своевременных поставок в общем объеме продаж, коэффициент кредиторской задолженности), так и в опережении выхода на рынок товаров-новинок предприятия по сравнению с предприятиями-конкурентами. Косвенными показателями, характеризующими соответствие конкурентоспособности предприятия названному критерию, могут служить доля и периодичность обновления номенклатуры и ассортимента выпускаемой предприятием продукции;

– приемлемости цен на продукцию предприятия для потребителей, о которой можно судить на основе расчета таких показателей, как соотношение уровня цен предприятия с его среднеотраслевым уровнем или уровнем цен на аналогичную продукцию предприятия-лидера;

– динамика изменения цен предприятия, динамика соотношения уровня цен предприятия и цен предприятий-лидеров или среднеотраслевых цен. При применении различных ценовых подходов и политики ценообразования на различных рынках или в различных сегментах рынка для получения информации о соответствии конкурентоспособности предприятия критерию приемлемости цен необходимо изучать уровень и динамику объема соответствующих покупок.

Эффективность производственно-хозяйственной деятельности машиностроительных предприятий как критерий конкурентоспособности определяется в соответствии со следующими признаками:

– экономическая эффективность НИОКР, которая выступает мерилем конкурентоспособности предприятия с точки зрения способности обеспечить количество и значимость нововведений, несравнимые с инновациями предприятий конкурентов. Соответствие этому критерию определяется на основе сравнения научно-технического уровня (или прироста научно-технического уровня) НИОКР предприятия или продукции предприятия в сопоставлении с затратами, обеспечивающими этот научно-технический уровень (или прирост научно-технического уровня) данного предприятия и предприятия-лидера в сфере проведения и внедрения НИОКР. Могут быть использованы также другие показатели эффективности НИОКР, сформированные на основе сопоставления экономических, социальных и других результатов НИОКР и затрат на их достижение;

– экономическая эффективность производства. На основании этого критерия можно судить об успехе предприятия в соперничестве за лучшие ресурсы и умение рационально использовать их в производственно-хозяйственной деятельности. Оценка конкурентоспособности предприятия по названному критерию проводится с помощью показателей эффективности использования отдельных видов ресурсов (фондоотдачи, оборачиваемости оборотных средств, производительности труда и др.) и показателей эффективности производства в целом (рентабельности, окупаемости затрат и др.);

– экономическая эффективность внепроизводственной деятельности предприятия. Данный критерий служит для определения степени превосходства (или отставания) предприятия над конкурентами главным образом с точки зрения осуществления реализационной деятельности. Конкретными показателями, позволяющими выявить конкурентоспособность предприятия по критерию экономической эффективности внепроизводственной деятельности, могут служить отношения величины (или прироста) экономического эффекта ускорения оборачиваемости готовой продукции к затратам (дополнительным затратам), необходимым для обеспечения этого эффекта (прироста эффекта);

– производственная активность предприятия. О соответствии конкурентоспособности предприятия этому критерию можно судить по динамике выпуска и реализации продукции, производительности труда, уровню использования производ-

ственных мощностей данного предприятия в сравнении со среднеотраслевыми или лучшими по отрасли значениями соответствующих показателей;

– финансовая устойчивость предприятия. Соответствие этому критерию требует выяснения состояния финансовых ресурсов предприятия, их распределения и использования с точки зрения обеспечения или развития предприятия на основе роста прибыли и капитала при сохранении платежеспособности, кредитоспособности предприятия в условиях допустимого уровня риска и степени ответственности этого состояния лидирующему положению в отрасли. При определении степени соответствия конкурентоспособности предприятия этому критерию можно использовать такие показатели, как уровень и динамика абсолютной ликвидности, промежуточного и общего коэффициента покрытия, коэффициента собственности (независимости), доли заемных средств в имуществе предприятия, соотношения заемных и собственных средств, общего коэффициента оборачиваемости, скорости оборота, рентабельности имущества предприятия, рентабельности собственных средств, общей рентабельности производственных фондов, рентабельности продаж и др., организуя сравнение названных показателей данного предприятия со среднеотраслевыми их значениями или уровнями аналогичных показателей предприятия-лидера.

В настоящее время конкурентоспособность машиностроительного предприятия не может быть оценена в полной мере без рассмотрения такого ее критерия как положительность образа (благоприятность имиджа) предприятия. Полнота использования возможностей предприятия в обеспечении своей конкурентоспособности с этой точки зрения может рассматриваться через совокупность следующих критериев:

– наличие и убедительность для кредитора стратегии развития предприятия. Соответствие данному критерию обеспечивается свободой предприятия от авантюристических элементов (что может быть соответствующим образом оценено при введении лицензирования руководителей предприятия), дисбаланса между краткосрочными и долгосрочными интересами в пользу краткосрочных интересов, влияющих на нестабильность предприятия. Использование формальных показателей, позволяющих выявить степень соответствия этому критерию, является невозможным. Более всего, по нашему мнению, здесь могут быть применены результаты специальных экспертных оценок;

– устойчивость позитивного отношения покупателей к предприятию и его товарам. В качестве показателей, выражающих эту устойчивость, можно предложить долю постоянных клиентов (покупателей) в общем перечне клиентов предприятия за определенный период и в сравнении за несколько периодов, долю (прирост доли) объема продаж постоянным клиентам в общем объеме продаж (общем приросте продаж). Необходимо также использовать субъективную информацию, полученную путем опроса покупателей на предмет приверженности товарам и фирменному стилю предприятия и выявления предпочтений данного предприятия по сравнению с другими предприятиями;

– престижность рекламы. Соответствие конкурентоспособности предприятия этому критерию также предлагается выявлять экспертным путем. При этом о конкурентоспособности предприятия следует судить на основании величины рекламного времени в эфире популярных телевизионных программ, радиостанций, корректности, оригинальности рекламных решений, демонстрирующих уважительное отношение к потенциальным потребителям;

– участие в благотворительности и спонсорство в области науки, искусства, культуры также затруднительно оценивать прямо и непосредственно без использования экспертных оценок, если только суммы, направляемые предприятиями на эти цели, а также конкретные спонсорские и благотворительные акции предприятия не публикуются в открытой печати.

Вышесказанное в полной мере относится и к такому критерию, как устойчивость информационных связей предприятия с потребителями, органами государственного управления, средствами массовой информации. Здесь могут применяться показатели эффективности «паблик рилейшенз».

Особое значение для системы критериев конкурентоспособности машиностроительного предприятия занимает развитость образовательного потенциала предприятия. По уровню развитости образовательного потенциала можно судить о способности обеспечить рост совокупного экономического потенциала предприятия, развитие предприятия и его престиж. Вместе с тем, по развитости образовательного потенциала можно судить не только о конкурентоспособности предприятия, но и о том, что эта развитость является необходимым условием обеспечения конкурентоспособности.

В связи с этим возникает необходимость сформировать ряд требований к обеспечению конкурентоспособности предприятия, соблюдение которых

позволяет предприятию достигнуть соответствия конкурентоспособности описанным выше критериям и определить условия, способствующие достижению этого соответствия, основанные на развитии образовательного потенциала предприятия.

Удовлетворение предприятием критериям конкурентоспособности выдвигает на первый план следующие требования:

– производить продукцию в количестве, необходимом и достаточном для насыщения рынка в соответствии с его емкостью и обеспечивать прирост выпуска продукции в соответствии с ростом потребностей рынка. Это требование фиксируется в производственной программе. Ее выполнение должно контролироваться и оцениваться в натуральном и стоимостном измерении;

– формировать структуру выпускаемой продукции (ее номенклатуру, ассортимент), в наибольшей степени соответствующую требованиям рынка. Выполнение этого требования делает необходимым предусматривать возможности диверсификации производства, то есть переход от одностронней, часто базирующейся лишь на одном продукте структуры производства к многопрофильному производству с широкой номенклатурой выпускаемой продукции. Это позволит предприятию компенсировать падение сбыта на одном рынке за счет увеличения его на других рынках, благодаря чему повышается устойчивость, конкурентоспособность предприятия;

– обеспечивать своевременность выпуска и поставки продукции, что связано с необходимостью соблюдения договорных обязательств, а также недопустимостью морального устаревания продукции до ее выхода на рынок, опережения предприятием конкурентов в выдвигании на рынок товаров-новинок;

– обеспечивать оптимальное ценообразование на товары и услуги предприятия, то есть придавать ценам гибкость и увязывать их уровень не только с затратами, но и с качеством, спросом, особенностями различных сегментов рынка, политической ценообразования конкурентов и проч.;

– обеспечивать качество продукции, соответствующее условиям потребления;

– обеспечивать создание и расширение гарантий сохранения заданного уровня качества продукции и его повышение по всему спектру соответствующих показателей. Выполнение этого требования делает в свою очередь необходимым оптимизацию структуры затрат на обеспечение качества, развитие НИОКР и оптимизацию структуры затрат на НИОКР, совершенствование техники и

технологии, задействованных в процессе производства, повышение профессионально-квалификационного уровня промышленно-производственного персонала, сертификацию продукции (производства, системы качества) предприятия;

– формировать и повышать уровень предпродажного и послепродажного обслуживания, в том числе обеспечивать техническое консультирование покупателей, устранение возникающих при транспортировке неполадок, наглядность демонстрации продукции (в том числе в работе): повышать эффективность монтажных, пусконаладочных работ, обучения персонала покупателя; соблюдать график и полноту работ, связанных с профилактическими осмотрами продукции у покупателя; обеспечивать своевременность замены износившихся частей, снабжения запасными частями, осуществления всех видов ремонтов продукции. Выполнение данного требования позволит предприятию облегчить продвижение товаров на рынке, их эффективную эксплуатацию потребителями, а, следовательно, конкурентоспособность предприятия;

– повышать эффективность производственной хозяйственной деятельности предприятия. Сущность данного требования заключается в необходимости обеспечения повышения результатов деятельности предприятия при наиболее полном и рациональном использовании имеющихся у предприятия ресурсов. Выполнение требования ставит перед предприятием задачи изыскания резервов увеличения результатов и уменьшения затрат и учет внутренних и внешних факторов, влияющих на функционирование предприятия в условиях рынка;

– обеспечивать создание предприятию авторитета, благоприятного имиджа посредством формирования оптимальной стратегии развития предприятия, построения оптимального взаимодействия с кредиторами предприятия, установления положительных связей с общественностью, разработки и доведения до потребителей эффективной рекламы, развития образовательного потенциала предприятия.

Необходимым условием обеспечения машиностроительным предприятием соответствия критериям конкурентоспособности и выполнения предъявляемых в соответствии с этим требований является развитие образовательного потенциала предприятия.

Реальная возможность выполнения требований к обеспечению конкурентоспособности предприятием и создания образовательным потенциалом условий, способствующих повышению конкурентоспособности, складывается под воздействи-

ем ряда факторов. Предлагаемая классификация факторов конкурентоспособности машиностроительного предприятия представлена на рисунке 2.



Рисунке 2. Класификация факторов конкурентоспособности машиностроительного предприятия

В соответствии с признаком места возникновения факторы конкурентоспособности промышленного предприятия можно разделить на две группы: внутренние и внешние.

Внутренние факторы зависят от деятельности самого предприятия, порождаются им. В эту группу необходимо отнести способность руководства управлять конкурентоспособностью предприятия, научно-технический прогресс и инновационную политику предприятия, уровень организации производства, труда и управления предприятием, политику в области качества, уровень управления издержками и ценовой политикой, уровень управления маркетингом, обеспеченность средствами коммуникаций, информационными технологиями.

Внешние факторы не зависят от деятельности предприятия и характеризуют внешнюю экономическую и политическую среду предприятия. К их числу следует отнести: стабильность государственной экономической политики и государственной политики в области предпринимательства, налоговый режим, правовой режим, развитость сети организаций, которые могут оказать предприятию помощь (консультационную, правовую, экономическую, научно-техническую, инвестиционную, образовательную поддержку и т. д.), наличие эффективной системы защиты интеллектуальной собственности, состояние конъюнктуры рынка (что проявляется в изменении спроса и предложения, колебании цен), политическая обстановка внутри страны и в глобальном масштабе, состояние инф-

ляционных процессов, состояние правового обеспечения защиты конкуренции.

По степени контролируемости факторы конкурентоспособности целесообразно подразделить на контролируемые и неконтролируемые (или слабоконтролируемые).

К контролируемым относятся факторы, силу и характер воздействия которых предприятие может регулировать исходя из собственных прогнозов их влияния на конкурентоспособность предприятия, а также проверять свои прогнозы и отслеживать результаты своих воздействий на ослабление, усиление, изменение данных факторов. В эту группу факторов, на наш взгляд, следует отнести все внутренние факторы, связанные с работой предприятия, а также ряд факторов, определяемых состоянием рыночной среды, в том числе насыщенность рынка товарами, условия потребления, рыночные цены и т. д.

Неконтролируемыми являются те факторы, на силу и характер воздействия которых предприятие существенно повлиять не может. Необходимо лишь учитывать их влияние, выстраивая свою деятельность таким образом, чтобы по возможности усилить их положительное действие или смягчить отрицательное. К их числу можно отнести экономический и политический климат в стране и на мировом уровне, уязвимость отраслевого рынка продукции данного предприятия по отношению к цикличности производства и бизнеса, уровень деловой активности конкурентов, структуру рынка.

По направленности действия совокупность факторов конкурентоспособности можно подразделить на позитивные и негативные.

Позитивные факторы благотворно влияют на конкурентоспособность предприятия, способствуют ее повышению. Негативные – факторы, под влиянием которых предприятия ослабляют свои позиции на рынке, теряют конкурентоспособность.

В соответствии с характером воздействия на конкурентоспособность предприятия факторы следует сгруппировать следующим образом.

Технические – факторы, связанные с обеспечением материальной основы для разработки и выпуска конкурентоспособной продукции. В эту группу факторов включаются состояние техники, технологии, качество применяемых сырья, материалов, характеризующие материальную основу выпуска конкурентоспособной продукции.

Организационные – факторы, связанные с совершенствованием организации производства и труда, уровнем квалификации и ответственности за эффективность и качество производства.

Экономические – факторы, обусловленные затратами на выпуск и реализацию продукции, затратами на обеспечение необходимого качества проекта и изготовления продукции, политикой ценообразования, системой экономического стимулирования повышения конкурентоспособности предприятия.

Социально-психологические – факторы, определяющие моральный, социально-психологический климат в коллективе предприятия, а также создание условий для производительной деятельности в обстановке гордости за марку предприятия.

По степени зависимости от субъекта управления конкурентоспособностью представляется целесообразным выделить две группы факторов: субъективные и объективные.

Объективные факторы – это такие факторы, возникновение которых не зависит от субъекта управления конкурентоспособностью. К таким факторам можно отнести внешние факторы и часть внутренних, таких как стихийные бедствия, аварийные ситуации на предприятии.

Субъективные факторы полностью зависят и, в ряде случаев, формируются субъектом управления конкурентоспособности. К их числу относятся подавляющее большинство перечисленных выше внутренних факторов технического, организационного, экономического, социально-психологического характера, в том числе состояние «паблик рилейшенз» на предприятии.

Сила и характер влияния рассмотренных нами факторов конкурентоспособности машиностроительного предприятия в значительной степени определяется развитием образовательного потенциала предприятия. При этом развитие образовательного потенциала позволяет смягчить влияние негативных факторов и усилить влияние положительных факторов конкурентоспособности предприятия. Выделим ряд наиболее значимых, с нашей точки зрения, факторов с тем, чтобы на их основе определить возможности образовательного потенциала предприятия в использовании этих факторов для обеспечения повышения конкурентоспособности.

Способность руководства предприятия управлять конкурентоспособностью. Очевидно, что чем выше эта способность, тем конкурентоспособнее предприятие. Вместе с тем способности руководить и управлять формируются в ходе непрерывного обучения. Образовательный, профессионально-квалификационный уровень, эрудиция лиц, принимающих решения, во многом определяет и положение предприятия на рынке, и его авторитет, и

адекватность ценовой, товарной, экономической, финансовой, маркетинговой, технической политики рыночным потребностям, а следовательно, позволяет обеспечить предприятию преимущество перед конкурентами. Кроме того, использование компьютерных программ сети INTERNET, баз данных, новейших управленческих технологий усиливает положительное влияние на формирование руководящих способностей персонала управления предприятием, определяя положительное влияние рассматриваемого фактора на конкурентоспособность предприятия.

Научно-технический прогресс и инновационная политика предприятия. Развитие образовательного потенциала машиностроительного предприятия подразумевает в качестве обязательного компонента создание перспективного задела идей, разработок продукции, технологий, соответствующих условиям потребления или возможность занять лидирующее положение на рынке. Инновационная политика, построенная на использовании преимуществ создания такого задела, на рациональном распределении финансирования различных стадий создания новшеств, нацеленная на развитие интеллектуальных способностей и информационной обеспеченности инженерных кадров предприятия, создаст возможность повышения конкурентоспособности продукции предприятия и конкурентоспособности предприятия в целом. Таким образом, развитие образовательного потенциала предприятия также усиливает влияние этого фактора, создавая необходимые условия для повышения конкурентоспособности предприятия.

Уровень организации производства, труда, управления. Высокий уровень организации производства, труда, управления, необходимый для обеспечения экономической эффективности производства (и, как следствие, конкурентоспособности предприятия), может быть достигнут только при высоком профессионализме специалистов в области организации. В условиях высокой сложности современного машиностроительного производства, его динамичности, технической и технологической обновляемости, развитие профессионально-квалификационных качеств специалистов может позволить поднять уровень организации производства, труда и управления и обеспечить экономическую эффективность производства, несравнимую с конкурентами. Кроме того, образованность непосредственных участников процесса изготовления продукции (основных, вспомогательных рабочих) является залогом дисциплинированности, осознанного подхода к интересам предприятия, что

также создает необходимые условия для повышения экономической эффективности производства и качества продукции, а следовательно, для повышения конкурентоспособности предприятия.

Политика в области качества. Современная политика в области качества, направленная на повышение конкурентоспособности предприятия, должна быть ориентирована как на уменьшение брака, так и на формирование условий и осуществление комплекса мер по повышению качества изделий и поддержанию гарантий сохранения качества изготовления продукции предприятия, созданию на предприятии системы качества. Важнейшим элементом этой политики является обеспечение соответствия профессионально-квалификационного уровня промышленно-производственного персонала выполняемой работе.

Уровень управления издержками, ценовая политика на предприятии. В современных экономических условиях важно не только изыскивать резервы снижения производственных затрат, но и вести управленческий учет, планировать и оптимизировать налогообложение предприятия. Это требует высокого профессионализма специалистов-экономистов, финансистов, бухгалтеров, что подтверждается возникновением института профессиональных бухгалтеров. Обостряется потребность в постоянном повышении квалификации этих категорий специалистов.

Уровень управления маркетингом может быть достаточным для обеспечения адаптации хозяйственной деятельности предприятия к меняющейся ситуации на рынке только при условии специальной подготовки и высокого профессионального уровня специалистов, изучающих внутреннюю и внешнюю среду предприятия, разрабатывающих стратегию и тактику поведения на рынке. Именно специалисты-маркетологи определяют продуктивную политику предприятия. От их знаний, умений зависит точность сведений о потребностях покупателей, рыночной ситуации и реальных возможностях предприятия, эффективных способах реализации продукции на определенных рынках, способах оптимизации каналов товародвижения и организации сбыта, организации предпродажного и послепродажного обслуживания, направлений создания задела научно-технических идей и разработок для подготовки производства товаров рыночной новизны.

Обеспеченность средствами коммуникаций, информационными технологиями представляет собой одновременно и фактор повышения конкурентоспособности и характеристику элемен-

та образовательного потенциала предприятия. В условиях динамично развивающегося рынка и увеличивающейся сложности производственных и управленческих процессов, протекающих на современных машиностроительных предприятиях, скорость, полнота, комплексность получаемой информации определяют качество и своевременность принятия управленческих, маркетинговых и иных решений в сфере НИОКР, производства, сбыта. Это, в свою очередь, непосредственно определяет конкурентоспособность предприятия и обосновывает вывод о том, что развитие научно-информационной составляющей образовательного потенциала создает необходимые для обеспечения конкурентоспособности предприятия условия и является причиной ее роста.

Правовой режим является внешним по отношению к предприятию фактором. Однако предприятие, которое не может свободно ориентироваться в современном правовом пространстве обрекает себя на потери, уступая первенство своим конкурентам. В связи с этим предприятия в настоящее время, сталкиваясь с юридическими проблемами, все более убеждаются в необходимости развития соответствующих кадровых и научно-информационных элементов образовательного потенциала, обеспечения правовой грамотности сотрудников предприятия и, главным образом, руководящего состава кадров. Такое развитие образовательного потенциала предприятия позволит ему решать хозяйственные споры, обеспечивая стабильность, а следовательно, конкурентоспособность.

Развитость сети организаций, которые могут оказать предприятию консультационную помощь в научно-технических, образовательных, правовых и других вопросах. Этот фактор также является внешним по отношению к предприятию. Однако от умения своевременно воспользоваться возможностями НИИ, вузов, аудиторских, консультационных организаций для восполнения недостающих звеньев собственного образовательного потенциала, его развития, во многом зависит эффективность деятельности предприятия. В связи с этим, такой путь развития образовательного потенциала является также немаловажным условием обеспечения конкурентоспособности.

Наличие эффективной системы защиты интеллектуальной собственности. Этот внешний фактор

оказывает положительное влияние на конкурентоспособность предприятия с высоким уровнем образовательного потенциала, имеющим в своем составе серьезный задел запатентованных изобретений, ноу-хау, других видов нематериальных активов, объектов интеллектуальной собственности. Система защиты этих объектов обеспечивает преимущество владельцев этой собственности перед конкурентами.

Состояние техники, технологии, качество применяемого сырья – фактор, определяющий главным образом конкурентоспособность продукции предприятия. Его положительное влияние определяется такими характеристиками развития образовательного потенциала, как повышение профессионально-квалификационного уровня промышленно-производственного персонала, разрабатывающего, эксплуатирующего, обслуживающего на предприятии технологическое оборудование, инструмент, приспособления, сооружения, а также определяющего состав конструкционных материалов, сырья, из которых изготавливается продукция.

Состояние связей предприятия с общественностью – фактор, определяющий степень благоприятности имиджа, авторитетности предприятия в деловых кругах, среди покупателей. Сила его положительного влияния определяется развитием образовательного потенциала предприятия, которое характеризуется притягательностью образованного общества, престижностью причастности к нему, доверием к предприятию, чей интеллектуальный уровень кадров высок. В связи с этим формируются покупательские предпочтения, расширяются торговые и инвестиционные возможности предприятия, что, в свою очередь, определяет рост конкурентоспособности предприятия.

Совокупности представленных критериев, требований и факторов обеспечения конкурентоспособности машиностроительных предприятий, а также условия повышения конкурентоспособности на основе развития образовательного потенциала создают более широкие возможности для моделирования образовательного потенциала, адекватного условиям производственно-хозяйственной деятельности и формирования системы показателей, отражающих влияние на конкурентоспособность предприятия образовательного потенциала.