

## ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

**Захматова Марина Владимировна**

*студентка 4 курса экономического факультета,  
Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарёва,  
г. Саранск*

*В статье представлены научные взгляды на понятие «конкурентоспособность». Проведена систематизация факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятия, позволившая разделить их на внешние и внутренние, а также раскрыть каждый фактор в зависимости от оказываемого воздействия*

Ключевые слова: конкурентоспособность, внутренние и внешние факторы конкурентоспособности предприятия, потенциал предприятия

В современных условиях развития экономических отношений, все более обостряется конкурентная борьба, как на внутреннем, так и на мировом рынке. В условиях конкуренции важнейшим свойством фирмы является конкурентоспособность, и именно на ее обеспечение направлены усилия маркетинга. В настоящее время проблема оценки конкурентоспособности предприятий все чаще ставится перед специалистами по маркетингу на различных предприятиях. В связи с этим ключевым условием эффективного развития для каждого предприятия становится идентификация имеющихся конкурентных преимуществ посредством глубокого исследования основных факторов влияющих на его конкурентоспособность.

Конкурентоспособность предприятия - это его преимущество по отношению к другим предприятиям данной отрасли внутри страны и за ее пределами. [6. С . 346]

Конкурентоспособность отражает эффективность функционирования предприятия, продуктивность использования всех видов ресурсов. Конкурентоспособность предприятия не имеет абсолютного измерителя, она может определяться по одному или нескольким параметрам деятельности фирмы.

Под факторами конкурентоспособности предприятия понимают те явления или процессы производственно-хозяйственной деятельности предприятия и социально-экономической жизни общества, которые вызывают изменения абсолютной и относительной величины затрат на производство, а в результате - уровня конкурентоспособности предприятия.

Ряд ученых, М.И. Гальвановский и др., считают, что на конкурентоспособность предприятий влияют качество и цена продукции [1]. М. Портер добавляет к вышеназванным факторам спрос и предложение на определенную продукцию [5]. В. Кондратьев дополняет вышеназванные

факторы конкурентоспособности предприятия наличием производственной инфраструктуры, квалификацией кадров и развитием маркетинга [4].

С. Фокин, Е.В. Торопова считают, что факторами конкурентоспособности предприятия являются прибыльность, производительность труда, платежеспособность и рентабельность [8].

Наиболее полно раскрывают факторы конкурентоспособности В. Синько, Р.Ю. Емадаков, подразделяя их на внутренние и внешние. К внутренним факторам относят: квалификацию кадров, репутацию и имидж предприятия, каналы поставок сырья; к внешним - уровень инвестиций, эффективность финансовой системы, рыночную инфраструктуру, внутривластическую и социально-экономическую ситуацию, систему маркетинга, а также сертификацию и стандартизацию производства [7]. Однако авторы не учитывают ряд важнейших факторов: спрос и предложение; доходы населения; ценовую, налоговую и кредитную политику; структуру производства; качество и ассортимент продукции; издержки производства и др.

Высокий уровень конкурентоспособности рынка позволяет покупателю получить полное удовлетворение своих потребностей. Конкуренция заставляет продавцов постоянно корректировать комплекс маркетинга, активно осуществлять инновационную политику, благотворно действует на цены и дополнительные услуги, оживляет рынок.

Конкурентоспособность предприятия во многом зависит от эффективности менеджмента, на уровень которой влияют личные качества менеджеров, способность руководства разрабатывать и реализовывать стратегию предприятия и адаптироваться к изменениям внешней среды, единая система учета и контроля и умение подбирать высококвалифицированные кадры.

Систематизация факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятия, позволила разделить их на внешние и внутренние. Так к внешним относятся те факторы, проявление которых не зависит от организации, и внутренним, факторы почти целиком определяемые руководством организации (рисунок 1).



**Р и с у н о к 1 - Внешние и внутренние факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия**

Анализ внешней среды - это важный процесс, так как от него зависит выбор направления развития фирмы в долгосрочной перспективе и предполагающий тщательный анализ тех факторов которые могут усилить или ослабить конкурентоспособность предприятия.

Одним из **факторов внешней среды** влияющим на конкурентоспособность предприятия являются поставщики.

**Поставщики.** С точки зрения системного подхода организация - это механизм преобразования входящих элементов в выходящие. Основные разновидности входов - это материалы, оборудование, энергия, капитал и рабочая сила. Зависимость между организацией и сетью поставщиков, обеспечивающих ввод указанных ресурсов, - пример большинство организаций зависят от непрерывного притока материалов, поэтому система снабжения требует в высшей степени тесного взаимодействия производителя с поставщиками.

**Инвестиционная привлекательность.** Для функционирования и развития организации нужен капитал. В качестве потенциальных инвесторов могут выступать: банки, программы федеральных учреждений по предоставлению займов, акционеры и частные лица. Следует отметить, что чем успешнее деятельность компании, тем выше ее возможности привлечь нужный объем средств.

**Государственные органы.** Организации обязаны соблюдать не только федеральные и местные законы, но и требования органов государственного регулирования.

**Потребители.** Известный специалист по управлению Питер Ф. Друкер утверждает, что единственная подлинная цель бизнеса - создавать потребителя. Под этим понимается, что само выживание и оправдание существования организации зависит от ее способности находить потребителя результатов ее деятельности и удовлетворять его запросы. Значение потребителей для бизнеса очевидно. Потребители, решая, какие товары и услуги для них желательны и по какой цене, определяют для организации почти все, относящееся к результатам ее деятельности. Тем самым необходимость удовлетворения потребностей покупателей влияет на взаимодействия организации с поставщиками материалов и трудовых ресурсов. Воздействие потребителей на внутренние переменные структуры может быть довольно значительным.

**Конкуренты.** Руководство каждого предприятия хорошо понимает, что если не удовлетворять нужды потребителей также эффективно, как это делают конкуренты, то предприятию долго не продержаться. Во многих случаях не потребители, а именно конкуренты определяют, какого рода результаты деятельности можно продать и какую цену можно запросить. Важно понимать, что потребители - не единственный объект соперничества организаций. Организации могут также вести конкурентную борьбу за трудовые ресурсы, материалы, капитал и право использовать определенные технические нововведения. От реакции на конкуренцию зависят такие

внутренние факторы, как условия работы, оплата труда и характер отношений руководителей с подчиненными.

**К внутренним факторам**, определяющим конкурентоспособность предприятия относятся элементы, составляющие внутренний потенциал предприятия.

**Кадровый потенциал предприятия.** Для эффективной деятельности организации, для реализации задач, связанных с достижением поставленных целей, необходимо ее обеспечение персоналом нужных специальностей и квалификации. Развитие ряда отраслей в настоящее время сдерживается нехваткой нужных специалистов. Основной задачей современной организации является отбор и поддержка талантливых менеджеров.

**В производственный потенциал** входят изготовление продукта, снабжение и ведение складского хозяйства; обслуживание технологического парка; осуществление исследований и разработок. Организационный потенциал включает в себя: коммуникационные процессы; организационные структуры; нормы, правила, процедуры; распределение прав и ответственности; иерархию подчинения.

**Маркетинговый потенциал** внутренней среды организации охватывает все те процессы, которые связаны с реализацией продукции. Это стратегия продукта, стратегия ценообразования; стратегия продвижения продукта на рынке; выбор рынков сбыта и систем распределения.

**Финансовый потенциал** включает в себя процессы, связанные с обеспечением эффективного использования и движения денежных средств в организации. В частности, это поддержание ликвидности и обеспечение прибыльности, создание инвестиционных возможностей и т.п.

Внутренняя среда организации оказывает постоянное и самое непосредственное воздействие на функционирование организации. Она имеет несколько срезов, каждый из которых включает набор ключевых процессов и элементов организации, состояние которых в совокупности определяет тот потенциал и те возможности, которыми располагает организация. Это кадровый, производственный, маркетинговый и финансовый срез, сущность которых была раскрыта ранее.

Все факторы внешней среды находятся в состоянии сильного взаимовлияния. Изменение одного из факторов обязательно приводит к тому, что происходит изменение других факторов. Поэтому их изучение и анализ должны вестись не по отдельности, а системно с отслеживанием не только собственно изменения одного фактора, но и с условием того, как они изменения скажутся на других факторах.

Система внешних и внутренних факторов не претендует на достаточную полноту. Однако, даже в таком виде она показывает, насколько сложна проблема повышения конкурентоспособности и удержания позиций предприятия на рынке.

Таким образом, внешние факторы в совокупности с факторами внутренней среды оказывают решающее воздействие на функционирование организации. Все переменные тесно взаимосвязаны и влияют друг на друга.

Маркетолог должен уметь анализировать все эти факторы в совокупности, не упуская ни одного из виду, и принимать эффективные решения, способствующие стабильному развитию предприятия.

Факторы могут воздействовать как в сторону повышения конкурентоспособности предприятия, так и в сторону уменьшения. Это то, что способствует превращению возможностей в действительность. Они определяют средства и способы использования резервов конкурентоспособности. Но наличие самих факторов недостаточно для обеспечения конкурентоспособности. Получение конкурентного преимущества на основе факторов зависит от того, насколько эффективно они используются и в какой отрасли применяются.

### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Гальвановский М.И. О СТРАТЕГИИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ / М.И. Гальвановский // МАТЕРИАЛ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ НА ОБЩЕРОССИЙСКОЙ ДИСКУССИИ ПО СТРАТЕГИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ (МАЙ- ИЮЛЬ 2000 Г.) [WWW.POISKREFERATOV.RU](http://WWW.POISKREFERATOV.RU).

2. Комлева Н.С. ИССЛЕДОВАНИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ И КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ХЛЕБОЗАВОД»). СБОРНИК НАУЧНЫХ ТРУДОВ SWORLD. 2013. Т. 42. № 3. С. 97-101.

3. Комлева Н.С. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ И ОБОСНОВАНИЕ ФАКТОРОВ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ. СБОРНИК НАУЧНЫХ ТРУДОВ SWORLD. 2014. Т. 18. № 2. С. 23-28.

4. Кондратьев В. МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОССИИ / В. Кондратьев // МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ. 2001. № 3. С. 54-60.

5. Портер М. ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА / М. Портер. М.: ПРОГРЕСС, 1991. 268 с.

6. Сафронова Н.А. ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЯ/ Под ред. проф. Н.А. Сафронова. — М.: «Юристъ», 2009 — 584 с.

7. Синько В. КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ: ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ / В. Синько // СТАНДАРТЫ И КАЧЕСТВО. 2000. № 4. С. 54-59.

8. Фокин С. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ СТРАН МИРА / С. Фокин // [WWW.GEOPUB.NAROD.RU](http://WWW.GEOPUB.NAROD.RU).

### THE FACTORS DEFINING COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE

**Zakhmatova M.V.,**

*the 4<sup>th</sup> year student, Department of Economics,*

*Ogarev Mordovia State University,*

*Saransk*

*Scientific views on the concept "competitiveness" are presented in article. The systematization of the factors which are influencing competitiveness of the enterprise, allowed to divide them on external and internal, and also to open each factor depending on the made impact is carried out*

Keywords: competitiveness, internal and external factors of competitiveness of the enterprise, capacity of the enterprise