

УДК 339.137.2

Денисова А.А., студент,

Российский государственный социальный университет «РГСУ»

Россия, г. Москва

ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация

Факторы могут оказывать на конкурентоспособность организации как положительное, так и отрицательное воздействие. Положительное влияние, в таком случае, становится конкурентными преимуществами предприятия, а отрицательное влияние – конкурентными проблемами

Ключевые слова: конкуренция конкурентоспособность предприятия, методы конкурентоспособности предприятия, оценка конкурентоспособности предприятия.

Denisova A.A., student,

Russian State Social University "RSSU"

Russia, Moscow

COMPETITIVENESS FACTORS OF THE ENTERPRISE

Abstract:

Factors can have both positive and negative effects on the competitiveness of an organization. The positive influence, in this case, becomes the competitive advantages of the enterprise, and the negative influence becomes competitive problems.

Keywords: competition, competitiveness of enterprises, methods of competitiveness of the enterprise, assessing the competitiveness of enterprises.

Факторы конкурентоспособности предприятия – это те явления и процессы хозяйственной деятельности организации и социально-экономической жизни общества, которые приводят к изменению абсолютной и относительной величины затрат на производство, и в итоге оказывают непосредственное влияние на уровень конкурентоспособности хозяйствующего субъекта.

Отметим, что в экономической литературе наибольшее признание получил подход, который разделяет все факторы конкурентоспособности организации на две основные группы в зависимости от способности предприятия оказывать на их влияния. Соответственно факторы делятся следующим образом:

- внешние факторы, на которые предприятие может повлиять в малой степени;
- внутренние факторы, которые практически в полной мере зависят от руководства предприятия.

Соответственно, внутренние факторы представляют собой объективные критерии, которые определяют возможности организации, связанные с обеспечением ее конкурентоспособности.

К внутренним факторам конкурентоспособности хозяйствующего субъекта относят следующие:

- управленческие;
- информационные;
- технологические;
- маркетинговые;
- производственные;
- экологические.

В свою очередь, внешние факторы представляют собой те группы факторов, на которые предприятие не может оказывать непосредственное воздействие.

К внешним факторам конкурентоспособности хозяйствующего субъекта относят следующие:

- научно-технические;
- международные;
- культурные;
- политические;
- правовые;
- социально-демографические;
- экономические.

На основе вышесказанного можно сделать вывод, что конкурентоспособность предприятия представляет собой совокупность характеристик непосредственно самого хозяйствующего субъекта и характеристик внешних факторов, которые оказывают на нее то или иное воздействие.

При этом необходимо отметить, что факторы могут оказывать на конкурентоспособность организации как положительное, так и отрицательное воздействие. Положительное влияние, в таком случае, становится конкурентными преимуществами предприятия, а отрицательное влияние – конкурентными проблемами.

Экономисты А. Олливе, А. Дайан и Р. Урсе выделяют восемь ключевых факторов конкурентоспособности предприятия:

1. Концепция продукции, на которой основана деятельность хозяйствующего субъекта;
2. Качество продукции, то есть ее соответствие высокому уровню товаров, являющимися лидерами на рынке;
3. Цена продукции, включающая возможную наценку;
4. Финансы хозяйствующего субъекта, причем учитываются как собственные, так и заемные;

5. Торговля хозяйствующего субъекта, которая оценивается с точки зрения коммерческим методов и средств деятельности;
6. Послепродажное обслуживание покупателей, которое обеспечивает хозяйствующему субъекту постоянных клиентов;
7. Внешняя торговля хозяйствующего субъекта, которая состоит в управлении взаимоотношениями с властью страны, средствами массовой информации и общественным мнением;
8. Предпродажная подготовка продукции, которая говорит о способности хозяйствующего субъекта не только предвидеть запросы потенциальных потребителей, но также и убедить их в своих исключительных способностях удовлетворить данные потребности.

Оценка конкурентных возможностей организации по вышеперечисленным факторам позволяет сформировать «многоугольник конкурентоспособности предприятия» (рисунок 4).



Рисунок 4 – Многоугольник конкурентоспособности предприятия А. Олливе, А. Дайан и Р. Урсе

За счет изображения на одном графике уровней значений различных факторов конкурентоспособности для различных хозяйствующих субъектов становится возможным осуществление анализа их конкурентоспособности по разным факторам. Отметим, что по итогам данного анализа могут быть выявлены сильные и слабые стороны организации.

Список источников:

1. Борщева А. В., Ильченко С. В. Факторы конкурентоспособности предприятия //Бизнес и дизайн ревю. – 2018. – №. 1 (9). – С. 56-65.
2. Гавшина В. Е. Методы оценки конкурентоспособности предприятий //Экономика и бизнес: теория и практика. – 2018. – №. 5-1. – С. 59-67.
3. Гатина Г. Ф. Методы анализа и оценки конкурентоспособности предприятия //Новая наука в новом мире: философское, социально-экономическое, культурологическое осмысление. – 2019. – С. 57-60.