

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНУЮ ПОЗИЦИЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

Из-за постоянно меняющейся внешней и внутренней среды, предприятию для того, чтобы удержать свою конкурентную позицию необходимо четко понимать какие факторы влияют на изменение его конкурентоспособности, как в сторону увеличения, так и в сторону уменьшения.

Таким образом, основной целью работы будет изучение и систематизация факторов конкурентоспособности предприятия.

В работах таких исследователей как М. Портер, В. П. Оболенский, И. Н. Герчикова, Р. А. Фатхутдинов, А. Олливые, А. Дайан, Д. Урссе, А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд рассматриваются различные факторы конкурентоспособности и их влияние на позиционирование предприятий в конкурентной среде, предложена классификация факторов для формирования конкурентных преимуществ.

Факторами конкурентоспособности предприятия называют процессы и явления производственно-хозяйственной деятельности предприятия и социально-экономической жизни общества, которые способны вызывать изменение затрат на производство как абсолютной и относительной величины, а в результате — изменение степени интенсивности конкурентоспособности предприятия [1]. Факторы позволяют как повышать конкурентоспособность предприятия, так и снижать её. Однако, можно говорить о том, что наличие одних факторов недостаточно для обеспечения высокого уровня конкурентоспособности. Для того, чтобы получить конкурентное преимущество, от факторов зависит насколько эффективно они применяются и в каком виде деятельности. Деятельность каждого предприятия происходит под воздействием как факторов внутренней среды, так и факторов, которые возникают при открытом взаимодействии предприятия с внешней средой при решении той же задачи [4]. Таким образом, все факторы конкурентоспособности предприятия по отношению к нему подразделяется на внешние и внутренние.

Внутренние факторы это так называемые внутренние критерии, которые позволяют определить возможности предприятия для того, чтобы обеспечить собственную конкурентоспособность [2]. Внешние факторы это называемые отношения, как социально-экономического характера, так и организационного, которые позволяют предприятию осуществлять производство товаров, по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательного [2].

Исходя из представленной в таблице 1 классификации факторов конкурентоспособности, предприятие не может контролировать все эти факторы, поэтому активное вмешательство государства в процессы экономики, как действующего гаранта прав, приобретает все большее значение [4].

Таблица 1 — Классификация факторов конкурентоспособности

Внутренние факторы	потенциал маркетинговых служб предприятия
	научно-технический потенциал предприятия
	производственно-технологический потенциал предприятия
	финансово-экономический потенциал предприятия
	кадровый потенциал предприятия

Продолжение таблицы 1

Внутренние факторы	эффективность средств стимулирования сбыта и рекламы
	степень интенсивности материально-технического обеспечения
	условия хранения, транспортировки, упаковки продукции
	степень интенсивности осуществляемых погрузочных и разгрузочных работ в соответствии с требованиями
	подготовка производственных процессов, выбор более оптимальной технологии производства
	степень влияния производственного контроля, испытаний
	Степень интенсивности сервисного и гарантийного обслуживания за определенный период
Внешние факторы	К мерам государственного воздействия относятся: операции, которые носят экономический характер: амортизационную политику, налоговую политику, финансово-кредитную политику, инвестиционную политику); операции административного характера включают в себя: формирование и реализацию законодательных актов, систему государственных стандартов и сертификации, осуществление правовой защиты потребителей)
	основные характеристики самого рынка (его тип и емкость, наличие и возможности конкурентов)
	деятельность негосударственных и общественных институтов
	Направление подготовки политических партий, движений, блоков, которые формируют социально-экономическую обстановку в стране

Таблица 2 — Классификация основных факторов, которые формируют конкурентную позицию предприятия на рынке

Факторы конкурентоспособности	Стратегические факторы	Тактические факторы
1	2	3
Масштаб охвата рынков продажи организацией	Географическая экспансия	Развитие региональных центров логистики и производства
		Осуществление организации деятельности региональных торговых представителей (обучение)
		Достижение оптимального количества и качества дистрибуции в целевых регионах
Эффективная модель «предложения» предприятия	Улучшение перечня ассортимента	Оптимизация перечня ассортимента и его масштаба Оценка потребности рынка.
	Возможности в разработке новых товаров	Количество новинок
	Повышение степени интенсивности качества	Степень интенсивности качества продукции по отношению к конкурентам
	Насколько отвечает ценовая политика компании запросам потребителей	Уровень цен по отношению к конкурентам
	Повышение уровня сервиса	Совершенствование оперативности создания и отслеживания принятия заказа
Эффективное управление издержками	Эффективное управление запасами	Оптимизация сырьевого перечня Оптимизация и жесткий контроль уровня запасов
	Эффективная логистика	Оптимизация транспортных потоков

Продолжение таблицы 2

1	2	3
Применение технологии лидерования	Создание эффективного механизма замещения импорта	Предоставление возможностей инноваций в производственном процессе / объем инноваций
		Проведение обучения персонала
	Совершенствование технологии	Повышение степени интенсивности инноваций продукции
	Положительный имидж производителя	Насколько известный производитель
	Брэндирование продукции	Защита ТМ
		Объем новых торговых марок
		Объем известных марок продукции
Возможность проводить эффективный промоушн	Определение индекса коммуникационной активности	
	Какой уровень известности марки	

Таким образом, рассмотрев факторы внешней и внутренней среды можно сделать вывод, что конкурентоспособность предприятия представляет собой совокупность, с одной стороны, общих характеристик самого предприятия (внутренних факторов), а с другой стороны определяет совокупность внешних факторов по отношению к предприятию. Для обеспечения конкурентоспособности предприятия недостаточно только оценки данных факторов. Поскольку, для того, чтобы достичь конкурентного преимущества, нужно определить, как от факторов зависит то, насколько эффективно они применяются и в каком виде деятельности.

Список литературы

1. Душенькина, Е. А. Экономика предприятия : конспект лекций / Е. А. Душенькина. — М. : Альфа-Пресс, 2018. — 160 с.
2. Оценка конкурентоспособности: теоретические и практические аспекты / И. М. Смолейчук, С. Н. Авеличева, Л. А. Серебрякова и др. — Владивосток : Изд-во ДВГАЭУ, 2003. — 136 с.
3. Рюли, Э. Управление ресурсами как фактор стратегического успеха / Э. Рюли // Проблемы теории и практики управления. — 1995. — С. 102–107.
4. Миронов, М. Г. Ваша конкурентоспособность / М. Г. Миронов. — М. : Альфа-Пресс, 2004. — 160 с.

© Положенко Е. С.

© Коцалап С. А.