

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ И ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА НЕЕ

Миллер В.Э., студентка гр. УКб-121, 4 курс
Научный руководитель: Захарова Л.М. - профессор
ФГБОУ ВПО КузГТУ
г. Кемерово.

Аннотация

В статье рассмотрены понятие конкурентоспособность предприятия и факторы, влияющие на нее.

Ключевые слова

Конкурентоспособность, факторы, подход.

На сегодняшний день термин «конкурентоспособность» один из наиболее используемых в современной научной литературе. Существует множество вариантов определения конкурентоспособности предприятия. В основу данной статьи взято определение, данное Вороновым Д.С. в своей диссертации «Оценка, анализ и выявление путей повышения конкурентоспособности предприятий»:

Конкурентоспособность - способность предприятия выпускать конкурентоспособную продукцию, а также конкурентоустойчивость предприятия и возможность его адаптации к изменяющимся условиям конкуренции [4].

Проблема повышения конкурентоспособности предприятия становится все более актуальной в современной рыночной экономике. Ситуация на рынке в стране во многом зависит от конкурентной борьбы. Чтобы эффективно функционировать в условиях жесткой конкуренции, предприятие должно завоевывать и удерживать конкурентные преимущества.

Существуют факторы, которые влияют на конкурентоспособность предприятий. По происхождению все исследователи классифицируют факторы на два типа - внешние, проявление которых в малой степени зависит от организации (государственная политика в отношении экспорта и импорта, экономический уровень развития страны, факторы спроса, активность конкурентов, таможенная политика и связанные с ней импортные пошлины и т.п.) и внутренние, почти целиком определяемые руководством организации (производственная и организационная структура предприятия, местоположение предприятия, качество менеджмента, оборудование, уровень квалификации кадров и т.д)

Существуют также другие классификации факторов. Среди работ, в которых анализируются факторы конкурентоспособности предприятия можно выделить труды М.В. Шеремета, Д.Б. Станько и французских экономистов А. Олливе, А. Дайан и Р. Урсе.

М.В. Шеремет к внешним факторам относит:

Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева
19-22 апреля 2016 г., Россия, г. Кемерово

- факторы производства;
- активность конкурентов;
- факторы спроса;
- действия правительства, степень приватизации предприятий данной отрасли;
- случайные события [5].

Однако, на наш взгляд, отнесение к внешним факторам производства факторов, влияющих на формирование конкурентного преимущества предприятия на протяжении всего его производственного процесса, не совсем верно. На наличие у предприятия инвестиционных возможностей, научно-исследовательской базы, высококвалифицированных кадров в большой степени влияют действия самого предприятия. Логичнее было бы отнести этот пункт к внутренним факторам.

Также, же хотелось бы обратить внимание на точку зрения Д.Б. Станько, который выделяет помимо внутренних и внешних факторов третью категорию - комплексные факторы.

Внешние факторы, по мнению Станько, делятся на факторы прямого и косвенного воздействия. Факторы прямого действия относят к себе – конкурентов, поставщиков и потребителя. Факторы косвенного воздействия – политические факторы, экологические международные. Комплексные - научно-технические, социальные и инфраструктурные. Выделяя данный фактор, следует отметить, что в результате проведения научно-технического открытия (косвенное воздействие) при условии его осуществления (прямое), предприятие сможет сократить затраты на производство продукции [1].

По мнению французских экономистов А. Олливе, А. Дайан и Р. Урсе [3], существует восемь ключевых факторов конкурентоспособности:

- 1) концепция товара;
- 2) качество;
- 3) цена товара;
- 4) финансы;
- 5) торговля;
- 6) послепродажное обслуживание;
- 7) внешняя торговля предприятия;
- 8) предпродажная подготовка.

По выше перечисленным факторам можно построить “гипотетический многоугольник конкурентоспособности предприятия” (рис. 1).

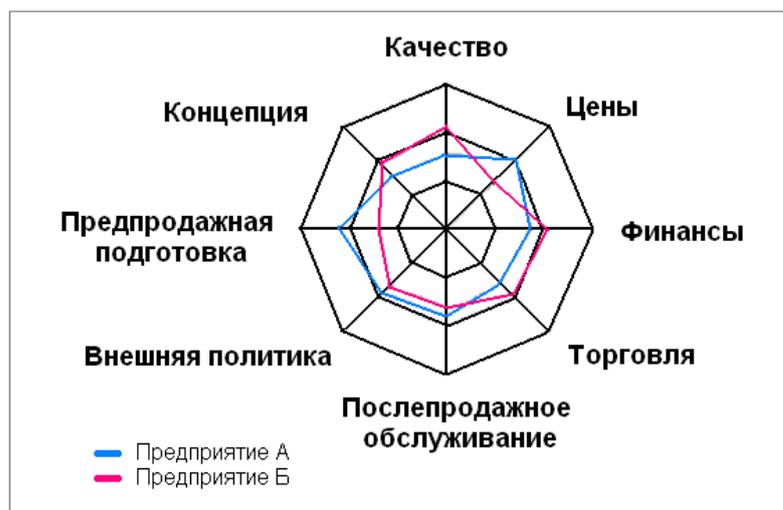


Рис. 1 Гипотетический многоугольник конкурентоспособности предприятия

На каждой оси отображён уровень значений каждого из исследуемых факторов. Площадь прямо пропорциональна конкурентоспособности предприятия. То есть чем она выше, тем и выше конкурентоспособность. В многоугольнике в виде балльных оценок используется определенный масштаб измерений. Если изобразить на одном рисунке многоугольника уровни факторов для двух разных предприятий, можно наглядно выявить сильные и слабые стороны, что очень удобно. Это является основным достоинством такого подхода. Но используя данный способ невозможно спрогнозировать информацию относительно того, в какой мере то или иное предприятие-конкурент может улучшить свою деятельность.

Подводя итог, хочется отметить, что конкурентоспособность предприятия зависит от факторов как внутренней, так и внешней среды, которые оказывают существенное влияние, поэтому их нужно выделять и анализировать.

Список литературы

1. Станько Д.В. Факторы обеспечения конкурентоспособности предприятия / Д.В. Станько // Актуальные проблемы экономики. – 2009. – № 9(99). – С. 112–116.
2. Факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия / А.А. Швец, А.Н.Морозов. Проблемы региональной экономики ЦИРЭ: Центр исследований региональной экономики, 2005.
3. Олливе А., Дайан А., Урсе Р. Международный маркетинг: пер. с фр. М., 1993.
4. Воронов Дмитрий Сергеевич. Оценка, анализ и выявление путей повышения конкурентоспособности предприятий : Дис. ... канд. экон. наук : Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева 19-22 апреля 2016 г., Россия, г. Кемерово

08.00.05 : Екатеринбург, 2002 145 с. <http://www.lib.ua-ru.net/diss/cont/70784.html>

5. Теория экономического анализа : [Учеб.] / под ред. М.И. Баканов, – М.: Финансы и статистика, 2007. – 536 с