

Хань Чао

канд. экон. наук, старший преподаватель

Чжоукоу педагогический университет

г. Чжоукоу, Китайская Народная Республика

DOI 10.31483/r-63789

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

***Аннотация:** многообразие публикаций и научных трудов как отечественных, так и зарубежных исследователей отражает объективную сложность научного исследования категории «конкурентоспособность предприятия». Поскольку она характеризуется возможностью в течение длительного периода времени удерживать конкурентные преимущества, то под конкурентоспособностью, как считают С. Клименко и другие, следует понимать динамику приспособления предприятия к изменяющимся условиям внешней среды с целью сохранения и развития уже имеющихся или создания новых преимуществ. Это объясняется тем, что конкурентоспособность определяется множеством факторов, влияние которых, по мнению Н. Тарнавской, И. Макаровой, может повышать и уменьшать ее общий уровень, выявлять сильные и слабые стороны деятельности как самого предприятия, так и его конкурентов.*

***Ключевые слова:** финансовое состояние, платежеспособность, конкурентоспособность, управляемость, предприятия.*

Прежде чем классифицировать факторы, влияющие на обеспечение конкурентоспособности предприятия, определим, что означает термин «фактор» вообще.

По мнению Б. Райзберга и Г. Фатхутдинова, факторы – это параметры, определяющие характер и результативность протекания экономических процессов, предопределяющие количество и качество экономического продукта, который изготавливается [1, с. 58]. Без них невозможно выстоять в рыночных условиях, и высокая конкурентоспособность многих образцовых компаний объясняется тем, что ими задействованы такие движущие силы (факторы), как синергизм, сравнительная оценка, сокращение цикла создания новых товаров и услуг, интеллектуальный капитал и др.

Таким образом, уровень конкурентоспособности предприятия в каждый конкретный момент зависит от совместного влияния ряда факторов.

Проведенный анализ экономической литературы по проблеме определения факторов, влияющих на обеспечение конкурентоспособности предприятий, показал, что факторы конкурентоспособности предприятия рассматривают по следующим признакам: объекту исследования, природой возникновения, сферой действия, управляемостью, уровнем специализации и конкуренции [2, с. 608].

Так, по мнению О. Россихиной, важнейшей задачей предприятия является определение ключевых факторов успеха с учетом преобладающих и прогнозируемых условий развития страны или сектора экономики [3, с. 98]. Большое внимание проблеме выявления ключевых факторов успеха в конкурентной борьбе

уделили А. Томпсон, А. Стрикленд. По их мнению, ключевые факторы успеха – это те действия по реализации стратегии, результаты деятельности, которые каждая фирма должна обеспечивать (или стремиться к этому), чтобы быть конкурентоспособной и добиваться финансового успеха.

Исходя из вышесказанного, формирование факторов на предприятия – это процесс накопления: каждое поколение наследует факторы, доставшиеся от предыдущего поколения, и создает свои, добавляя к прежним, с учетом тех условий и обстоятельств, в которых функционирует предприятие.

Так французские экономисты А. Олливе, А. Дайана и Г. Урсе, считают, что предприятие должно обеспечить себе уровень конкурентоспособности по восьми факторам:

- 1) концепция товара и услуги, исходя из которых базируется деятельность предприятия;
- 2) качество, выражающееся в соответствии продукта высокому уровню товаров рыночных лидеров, и определяющееся путем опросов и сравнительных тестов;
- 3) цена товара с возможной наценкой;
- 4) финансы – как собственные, так и заемные;
- 5) торговля – с точки зрения коммерческих методов и средств деятельности;
- 6) предпродажная подготовка, способность предвидеть запросы будущих потребителей и убедить их в исключительных возможностях предприятия удовлетворить эти потребности.

Конкурентоспособность предприятия определяется не только ее собственным потенциалом, но и в значительной степени зависит от внешних факторов – прежде всего от конкурентоспособности национальной экономики и экономической политики государства. Наиболее глубокое и системное исследование этой проблемы было сделано М. Портером, сформулировавшим самые важные причины успеха и неудач в конкурентной борьбе. Он предложил классифицировать факторы на группы:

К первой группе относят факторные условия, предусматривающие наличие в стране человеческих, естественных и материальных, финансовых и информационных ресурсов, объектов инфраструктуры и других. В зависимости от конкретных значений (параметров) этих факторов предприятие может получить благоприятные или неблагоприятные условия производства для создания и поддержания конкурентного преимущества.

Ко второй группе факторов М. Портер относит условия спроса. Общеизвестно, что интенсивный спрос на определенную продукцию стимулирует развитие его производства, побуждает производителей к внедрению новых технологий, выпуска новых товаров и т. п.

Третья группа факторов рассматривает наличие связанных и поддерживающих отраслей, которые являются необходимым условием для формирования региональных кластерных формирований. По мнению Д. Панасенко, важным условием высокой конкурентоспособности предприятия выступает наличие в нацио-

нальной экономике развитых смежных и отраслей. То есть таких областей экономики, которые способны обеспечить на предприятии производство необходимыми материалами, полуфабрикатами, комплектующими изделиями, информационными ресурсами. Вместе с тем смежные отрасли могут выступать как мощные конкуренты, которые в состоянии вывести на рынок взаимозаменяемые товары. Однако и в этом есть свой позитив. Потому что создается мощный стимул для научно-технического прогресса во всех отраслевых и межотраслевых цепочках [6, с. 496].

Указанные М. Портером факторы образуют систему, или среду, в которой действуют предприятия, отрасли и кластеры определенной страны. Близких к портеровским взглядам относительно факторной обусловленности конкурентоспособности предприятий, отраслей и кластеров страны придерживается и Н. Кастьелс [5, с. 22]. Он считает, что рыночную успешность субъектов конкуренции определяют такие факторы, как: технологические технологии и в системе «наука – технология – производство – общество» (этот фактор коррелирует с факторными условиями М. Портера); разница между производственными издержками у производящей стороны и ценами на целевом рынке (подобно факторным условиям М. Портера); доступ на крупный, интегрированный и богатый рынок (это фактически условия спроса); политические возможности управлять стратегиями роста стран или регионов.

Другой исследователь Г. Фатхутдинов к факторам конкурентоспособности предприятия относит:

1) развитие собственных научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок, уровень затрат на них, наличие передовых технологий, обеспеченность высококвалифицированными кадрами (то есть развитые факторы, за М. Портером);

2) платежеспособность основных потребителей, наличие сети сбыта, реклама и стимулирования сбыта, обеспеченность информацией (что по смыслу соответствует фактору спроса М. Портера);

3) состояние технического обслуживания, возможности кредитования (что в значительной степени определяется наличием и возможностями связанных и поддерживающих отраслей в трактовке М. Портера),

4) финансовое состояние субъекта хозяйствования (он с одной стороны является результатом действия всех факторов, а с другой – отправной точкой контура обратной связи в системе управления конкурентоспособностью предприятия) [7, с. 896].

Итак, из факторов, которые рассматривают М. Портер, М. Кастельс, Р. Фатхутдинов, можно определить, что конкурентоспособность предприятия следует рассматривать в среде, где оно функционирует, производит продукцию, которая является более привлекательной, чем у конкурентов, пользуется спросом на рынке, благодаря рекламе и налаженной сети сбыта; улучшает финансовое состояние предприятия и отрасли в целом, за счет увеличения передовых технологий при снижении уровня затрат на них и привлечении высококвалифицированных кадров.

Другим признаком деления факторов конкурентоспособности является уровень специализации, тогда они делятся на общие и специальные. И если общие (сеть автомобильных дорог, ссудный капитал, специалисты широкого профиля) влияют на конкурентоспособность предприятий большинства видов деятельности, то специальные (венчурный капитал, узкоспециализированные базы данных, специалисты узкого профиля) – только на конкурентоспособность предприятий одного или нескольких видов деятельности. Общие факторы встречаются часто и создают ограниченные конкурентные преимущества, а специализированные факторы способствуют долгосрочным условиям обеспечения конкурентоспособности [9, с. 576].

Ученый А. Царенко считает, что конкурентные преимущества, достигнутые на базе основных и общих факторов, это преимущества низшего порядка, имеющие непродолжительный и неустойчивый характер, а конкурентные преимущества, которые формируются за счет развитых и специализированных факторов, наоборот, имеют длительный и устойчивый характер [10, с. 520].

Следующая классификация факторов, влияющих на конкурентоспособность, делит их на две большие группы: внешние и внутренние.

Так, по мнению В. Марцина, внешние факторы – это те, на которые предприятие влиять не может и в своей политике должно воспринимать их как нечто неизменное. К ним автор относит следующие:

- 1) деятельность государственных властных структур (фискальная и кредитно-денежная политика, законодательство);

2) хозяйственная конъюнктура рынка;

3) развитие основных поддерживающих отраслей (развитие новых технологий, новых материалов и источников энергии, их внедрение в производство повышает научный и производственный потенциал предприятия);

4) параметры спроса (рост спроса на товары, производимые предприятием, его стабильность, закрепление положения на рынке).

К внутренним факторам относятся:

1) деятельность руководства и аппарата управления предприятия (организационная и производственная структура управления, профессиональный и квалификационный уровень управляющих кадров и т. д.);

2) сырье, материалы и полуфабрикаты. качество сырья, комплексность его переработки и величина отходов приводят к колебаниям в определенных издержках производства, что влияет на определение финансового результата деятельности предприятия и его конкурентоспособность;

3) сбыт продукции: его объем и издержки реализации;

4) эффективность производственно-хозяйственной деятельности.

А. Костин тоже распределяет факторы конкурентоспособности предприятия на внешние и внутренние, которые могут быть контролируемыми и неконтролируемыми; управляемыми и неуправляемыми [11, с. 892].

Так, по мнению А. Костина, внешние – это экономические факторы окружающей среды, которые проявляются в сферах производства, обращения и потребления, а внутренние – это факторы самого предприятия, влияющие на рынок.

Управляемые – это те факторы, на которые предприятие влияет и может контролировать. К неуправляемым относятся те факторы, на которые у предприятия отсутствуют средства и способы воздействия.

О. Россихина отмечает, что внешние факторы обычно являются неуправляемыми и неконтролируемыми. Внутренние – чаще всего контролируемые и управляемые [12, с. 21].

Проанализировав составляющие классификации факторов на внешние и внутренние разных авторов, следует отметить, что демонстрируются различные подходы, которые отличаются лишь уровнем детализации.

В связи с этим концепция конкурентоспособности фирмы основана на получении конкурентного преимущества путем дифференциации общего предложения компании за счет повышения качества и масштаба предлагаемых клиенту услуг.

Выводы.

В современных условиях, характеризующихся глобальной конкуренцией на все более интегрирующихся мировых рынках, динамизм, масштабность и устойчивость инновационного технологического развития стали решающим фактором повышения конкурентоспособности экономики, обеспечения обороноспособности страны, экономической, технологической и экологической безопасности. В связи с этим развитие теории управления конкурентоспособностью приобретает в настоящее время чрезвычайно важное практическое значение.

Анализ классификаций факторов, влияющих на конкурентоспособность, позволяет утверждать следующее: основные, общие и природные факторы являются предпосылкой для организации и осуществления производственной деятельности, а именно развитые, специализированные условия позволяют создавать условия, в которых предприятие способно конкурировать с соперниками, завоевать определенную долю рынка, получать прибыль.

Вообще конкурентоспособность предприятия необходимо рассматривать с учетом факторов конкурентоспособности потенциала предприятия, отраслей, регионов и страны в целом, которые являются взаимосвязаны между собой. Ученые выделяют большое количество факторов конкурентоспособности, которые отличаются друг от друга по своей природе, характеру воздействия, при классификации их по различным признакам. Но наиболее распространенной в экономической литературе является классификация факторов формирования конкурентоспособности предприятий по сфере действия: внутренние и внешние. Такое распределение позволяет учитывать не только процессы преобразования, протекающие на предприятии, в том числе и результат деятельности, но и динамику изменений, связанных с внешней средой, в которой функционирует предприятие, для своевременного и адекватного реагирования на изменения.

Список литературы

1. Бондаренко С. О механизме формирования конкурентоспособности продукции промышленного предприятия / С. Бондаренко, В. Бокий // Экономика предприятий. – 2001. – №9. – С. 58–59.

2. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс; пер. с англ.; под науч. ред. О.И. Шкаратана. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
3. Круг Э.А. Факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятий: позиции разных авторов / Э.А. Круг // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. – 2008. – №10 (48). – С. 96–99 [Электронный ресурс].
4. Марцин В. Условия возникновения и показатели оценки факторов, формирующих конкурентоспособность предприятия / В. Марцин [Электронный ресурс]. – http://www.anvou.org.ua/academy/herald_info/visnyk_61_5_08/visnyk_61_5_08_98-113.pdf
5. Панасенко Д.А. Системный подход к показателям конкурентоспособности / Д.А. Панасенко // Формирование рыночных отношений в Украине. – 2008 – №3(82). – С. 19–24.
6. Портер М. Конкуренция / М. Портер; пер. с англ. – М.: Вильямс, 2002. – 496 с.
7. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер; пер. с англ. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.
8. Россихина О.Е. Основные факторы конкурентоспособности предприятия / О.Е. Россихина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dtr_ep/2010_2/files/EC210_39.pdf

9. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд. – М., 1998. – 576 с.
10. Управление конкурентоспособностью предприятия: учеб. пособ. / С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабась [и др.]. – К.: КНЭУ, 2008. – 520 с.
11. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Маркетинг, 2002. – 892 с.
12. Царенко О.В. Классификация факторов конкурентных преимуществ отрасли регионов / О.В. Царенко // Экономическое пространство. – 2009. – №2. – С. 13–25.