

УДК 338.24

## ***КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ***

***Баданина В.А.***

*Студент,*

*Российский государственный социальный университет,*

*Москва, Россия*

### **Аннотация.**

В данной статье раскрыто понятие конкуренции и конкурентоспособности, а также основные факторы управления конкурентоспособностью. Предполагается, что повышение конкурентоспособности напрямую влияет на повышение экономической устойчивости в стране.

**Ключевые слова:** рынок, конкуренция, ключевые факторы конкурентоспособности, управление конкурентоспособностью, экономика.

## ***THE KEY FACTORS OF COMPETITIVENESS***

***Badanina V.A.***

*Student,*

*Russian State Social University,*

*Moscow, Russia*

### **Annotation**

Moscow, Russia This article describes the concept of competition and competitiveness, as well as the main factors of competitiveness management. It is assumed that the increase in competitiveness directly affects the improvement of economic stability in the country.

**Keywords:** market, competition, key factors of competitiveness, management of competitiveness, economy.

На сегодняшний день, когда на фоне глобализации рынка можно наблюдать обострение конкуренции, руководители организаций все больше времени уделяют вопросам управления конкурентоспособности предприятий. Повышение конкурентоспособности напрямую зависит от устойчивости экономики страны. Говоря о мировой экономике, стоит отметить, что в России рост конкурентоспособности за последние годы вырос и по основным отметкам находится на 48 месте, обогнав Португалию, Италию и Грецию[1]. Интересной представляется динамика изменений конкурентоспособности по версии ВЭФ за несколько лет:

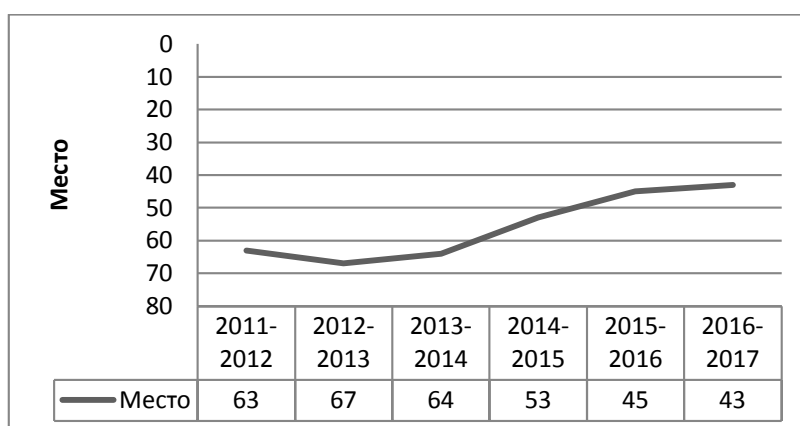


Рисунок 1. Изменение позиций Российской Федерации в рейтинге глобальной конкурентоспособности 2011-2017[2].

Как можно видеть, резкий подъем наблюдается в период с 2014 по 2016 года из-за увеличения ВВП экономики. Конкуренция является одним из ключевых механизмов регулирования хозяйственного процесса. Учитывая тот фактор, что каждый хозяйствующий субъект сталкивается с большим кругом конкурентов, актуальность конкурентоспособности становится очевидной. Конкурентоспособность каждого производственного предприятия складывается из конкурентоспособности товара. Понятие конкурентоспособности является базовым для любого предприятия и

<sup>1</sup> The Global Competitiveness Report 2017–2018. [Электронный ресурс] // <http://www.weforum.org/reports/globalcompetitiveness-report-2017-2018> (дата обращения 15.11.2018)

<sup>2</sup> The Global Competitiveness Report 2017–2018. [Электронный ресурс] // <http://www.weforum.org/reports/globalcompetitiveness-report-2017-2018> (дата обращения 15.11.2018)

рассматривается в трех взаимосвязанных аспектах: уровне предприятия в целом, уровне производства и уровне продукции [3].

Конкурентоспособность рассматривают на следующих уровнях:

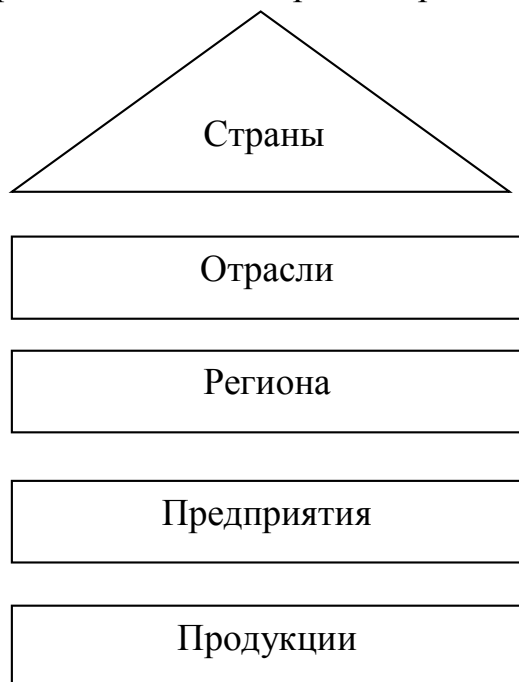


Рис.2 – Составляющие конкурентоспособности

Изначально каждое предприятие оценивает свою конкурентоспособность, которая определяется такими факторами как:

- Квалификация персонала
- Стабильность
- Уровень менеджмента
- Качество товара
- Налоговая нагрузка
- Достаточность финансирования.

Последний пункт довольно важен, так как без достаточного финансирования продержаться на рынке в условиях конкуренции достаточно сложно.

В целом, конкурентоспособность организации определяется как совокупность всех финансовых показателей. Любое предприятие должно быть адаптировано к условиям того рынка, на котором оно находится. Также конкурентоспособность проявляется не только по результатам экономической деятельности, но и в рамках эффективной стратегии менеджмента. При этом существуют два источника конкурентоспособности: операционная эффективность и стратегическое позиционирование. Стратегическое позиционирование предполагает выпуск продукции, отличной от продукции конкурентов, операционная эффективность подразумевает производство схожих товаров, но с более высокими характеристиками. В любом случае умение управлять конкурентоспособностью, означает половину успеха в работе любого предприятия, от чего в свою очередь, зависит национальная конкурентоспособность.

Одной из отличительных особенностей конкурентоспособности является высокая доля постоянных затрат, именно поэтому непрерывное финансирование необходимо для роста компании. Расходы идут не только на разработку новой стратегии, повышения качества продукции, но и на подготовку персонала. Введение инноваций предполагает рост квалификации сотрудников. Некоторые компании предпочитают нанимать высококвалифицированных специалистов со стороны, однако большинство компаний готовы тратить средства на переподготовку своих сотрудников. Данная позиция представляется правильной, так как новых сотрудников необходимо подготовить не только в производственных моментах, но и адаптировать к работе в новом коллективе, в то время как тем, кто уже проработал в организации довольно длительное время, требуется только повышение квалификации, и они уже лояльно относятся к работе в компании.

Конкуренция побуждает искать новые рынки сбыта, новые технологии, позволяющие выводить продукцию на новый уровень, иными словами, занимать лидирующие позиции на рынке с целью получения максимальной

Вектор экономики | [www.vectoreconomy.ru](http://www.vectoreconomy.ru) | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

прибыли. Основу конкуренции составляют четыре основы, которые составляют национальный ромб:

- 1) состояние спроса;
- 2) устойчивая стратегия фирм;
- 3) условия для факторов производства;
- 4) наличие родственных и поддерживающих отраслей.

Представляя собой некую систему, элементы усиливают друг друга, способствуя повышению конкурентоспособности. Согласно данным Федеральной службы государственной статистики число предприятий малого и среднего бизнеса значительно выросло и на 2017 год составило (рис.3):

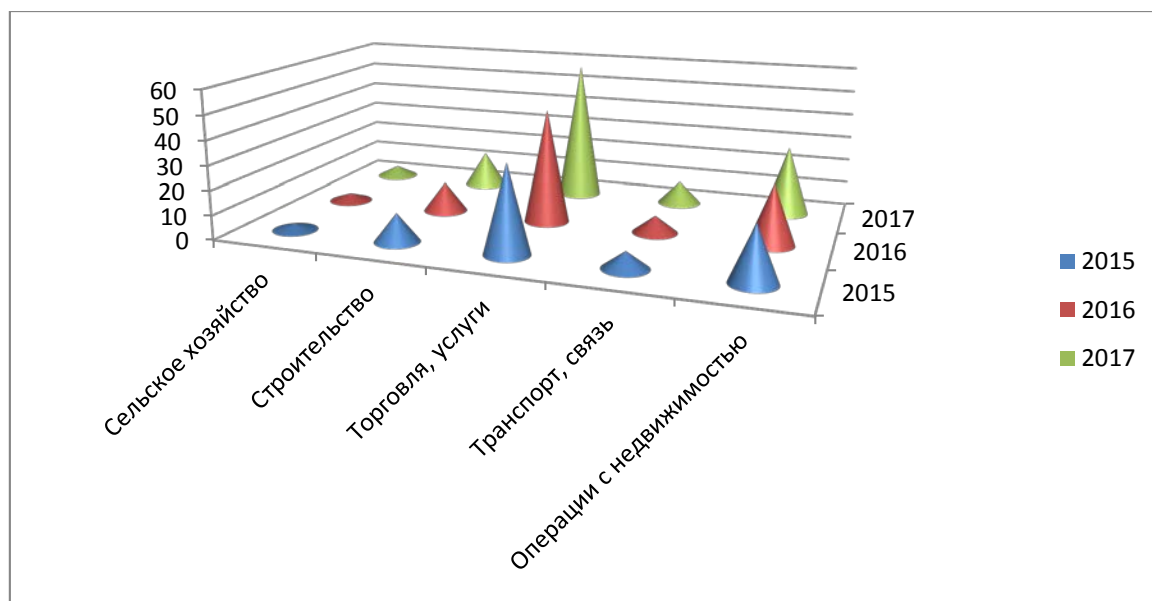


Рис. 3 Число предприятий по видам деятельности в 2015-2017 гг. [4]

Как можно увидеть, значительная доля бизнеса приходится на торговлю, а общая доля предприятий малого и среднего бизнеса растет из года в год, что положительно отражается на экономике страны.

На сегодняшний день принято разделять конкурентоспособность на три уровня. Данное разделение необходимо для того, чтобы эффективнее

<sup>4</sup> Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] // [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc\\_1139841601359](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1139841601359) (дата обращения 15.11.2018)  
Вектор экономики | [www.vectoreconomy.ru](http://www.vectoreconomy.ru) | СМИ ЭЛ № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

применять методы управления конкурентоспособностью. На первом уровне главным способом привлечения клиентов является реклама, а основным способом обойти конкурентов является снижение цены практически до себестоимости. Зачастую, на данном уровне, не уделяют особого внимания изучению рынка, а на фоне неправильного управления персоналом, можно наблюдать высокую текучку кадров. На втором уровне, компания ориентируется на лидеров рынка. Старается производить продукцию на их уровне качества, анализирует ситуацию на рынке, то есть работать по стандартам конкурентов. Третий уровень характеризуется высокой конкурентоспособностью, которая сохраняется на протяжении многих лет. Усилия организации максимально направлены на управление всеми видами ресурсов, их контроля и проведение различных исследований рынка.

Как уже было сказано выше, управление конкурентоспособностью рассматривается в контексте управления конкурентоспособностью товара, и сводится к формированию конкурентных преимуществ во всех сферах деятельности. Управление осуществляется комплексной системой, которая включает в себя управление на стадии производства, управление на стадии ценообразования, управление рекламной политикой и пред- и послепродажным обслуживанием.

Управление конкурентоспособностью обеспечивается следующими факторами:

➤ Персонал и его квалификация. Организации, которые имеют высококвалифицированных сотрудников, имеют больше преимуществ чем их конкуренты, не уделяющие внимания профессиональной подготовки своих кадров.

➤ Эффективная организация управления. Управление качеством процессов на предприятии имеют важное значение при выпуске более качественных товаров. Сюда же можно отнести и инновационные процессы на предприятии, усовершенствование оборудования и т.п.

➤ Эффективное использование маркетинговой системы. Анализ рынка сбыта, поиск новых рынков со свободными нишами, управление рисками и функционально-стоимостной анализ, позволяют видеть картину происходящего со всех сторон. Подробный анализ позволяет определить спрос на рынке, любые изменения, анализ возможностей конкурентов и многое другое, позволяет быстро реагировать на любые изменения делая предприятие более коммуникабельным.

Управление конкурентоспособностью предприятия есть процесс, а система управления конкурентоспособностью - механизм, который обеспечивает этот процесс, который представлен на рисунке 4:



Рис. 4 Процесс управления конкурентоспособностью

Конкурентные преимущества являются ключевыми факторами оказывающие помощь в обеспечении предприятия более выгодными, по сравнению с другими, условиями. Сложность систем управления конкурентоспособностью предприятиями постоянно растет, что связано с непрерывным внутренним развитием, происходящим в организации, постоянным изменением механизма управления конкурентоспособностью предприятия, внутренних и внешних условий функционирования, а это влечет за собой изменение связей между элементами системы и всей системы в целом.

Исходя из вышеизложенного можно сказать, что, на сегодняшний день, обеспечение конкурентоспособности предприятия, а также его способности стойко держаться на рынке товаров и услуг, зависит, главным образом, от деловой восприимчивости его руководства к малейшим колебаниям предпочтений потребителей и их способности своевременно на эти колебания реагировать. Однако вектор обеспечения конкурентоспособности все более смещается в сторону повышения эффективности использования интеллектуальных ресурсов предприятия, способных решать не только вопросы повышения качества или снижения издержек и цен.

Для того чтобы повысить эффективность управления предприятием, важно понимать, что процесс воздействия на бизнес должен носить непрерывный и постоянный характер. Укрепления конкурентных позиций на рынке, позволит вывести организацию на новый уровень, а соответственно и получить максимальную прибыль. Соответственно, существует прямая взаимосвязь между повышением экономики предприятия и повышением экономики страны, так как процветание государства зависит от процветания бизнеса. Именно поэтому повышая свою конкурентоспособность на определенном рынке, организация напрямую повышает конкурентоспособность страны на мировом рынке, оказывая благотворное влияние на экономику в целом.



### Библиографический список:

1. Беленов, О. Н. Конкурентоспособность стран и регионов / О.Н. Беленов, А.А. Анучин. - М.: КноРус, 2016. - 144 с.
2. Березин, Артем Инновационно-инструментальный механизм повышения конкурентоспособности / Артем Березин. - М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2014. - 156 с.
3. Дюков И.И. Управление конкурентоспособностью компании: учеб. пособие / И.И. Дюков – СПб: СПбГУ ИТМО, 2015. – 100 с.
4. Еремеева Н. В. Конкурентоспособность товаров и услуг / Н. В. Еремеева, С. Л. Калачев. - М. : КолосС , 2014. - 191 с.
5. Квасникова, В. В. Конкурентоспособность товаров и организаций. Практикум / В.В. Квасникова, О.Н. Жучкевич. - М.: Инфра-М, Новое знание, 2016. - 192 с.
6. Кони́на, Н. Ю. Конкурентоспособность фирмы в глобальном мире / Н.Ю. Кони́на. - М.: Проспект, 2014. - 368 с.
7. Лифиц, И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг / И.М. Лифиц. - М.: Юрайт, 2016. - 448 с.
8. Парамонова, Т. Н. Конкурентоспособность предприятия розничной торговли. Учебное пособие / Т.Н. Парамонова, И.Н. Красюк. - М.: КноРус, 2016. - 120 с.
9. Романов, М.И. Научные основы управления конкурентоспособностью: учеб.-метод. пособие. / М.И.Романов. - М. - ИНФРА-М, 2013.- 350 с.
10. Фатхутдинов, Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А.Фатхутдинов. – М.: ИНФРА-М, 2013.- 590 с.
11. Фидельман, Григорий Альтернативный менеджмент. Путь к глобальной конкурентоспособности / Григорий Фидельман , Сергей Дедиков , Юрий Адлер. - М.: Альпина Паблишер, 2016. - 192 с.
12. Управление конкурентоспособностью организации: учебное пособие/ под ред. Р.А. Фатхутдинова. – М.: Эксмо, 2014.- 420 с.

*Оригинальность 79%*