

УДК 339

***ФАКТОРЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ ТОРГОВЛИ***

Соколов Д. В.

студент,

Вятский государственный университет,

Киров, Россия

Деветьярова И. П.

к.э.н., доцент,

Вятский государственный университет,

Киров, Россия

Аннотация

Данная статья рассматривает вопросы, связанные с обеспечением конкурентоспособности предприятий сферы торговли в современном мире. Особое внимание уделяется актуальности и значимости этой темы в условиях постоянных изменений в бизнес-среде. В статье исследуются факторы, которые влияют на конкурентоспособность предприятий, и выделяются их комплексные характеристики, ресурсы, а также возможности, необходимые для привлечения и удержания клиентов, успешной адаптации к изменениям на рынке и выделения на фоне конкурентов. В статье также приводится обобщенное понятие факторов, определяющих конкурентоспособность.

Ключевые слова: конкурентоспособность, сфера торговли, факторы, адаптация, инновации, конкуренция.

***FACTORS OF ENSURING THE COMPETITIVENESS OF TRADE
ENTERPRISES***

Sokolov D. V.

student,

Vyatka State University,

Kirov, Russia

Devetyarova I. P.

Candidate of Economics, Associate Professor,

Vyatka State University,

Kirov, Russia

Abstract

This article examines issues related to ensuring the competitiveness of trade enterprises in the modern world. Special attention is paid to the relevance and importance of this topic in the context of constant changes in the business environment. The article examines the factors that affect the competitiveness of enterprises, and highlights their complex characteristics, resources, as well as the opportunities necessary to attract and retain customers, successfully adapt to changes in the market and stand out from competitors. The article also provides a generalized concept of the factors determining competitiveness.

Keywords: competitiveness, trade, factors, adaptation, innovation, competition.

В настоящее время в условиях глобализации и постоянных изменений в бизнес-среде вопрос обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы торговли становится особенно актуальным. Конкуренция на рынке продолжает возрастать, и только предприятия, обладающие соответствующими факторами конкурентоспособности, способны успешно справиться с вызовами современной экономики. Однако, для достижения и поддержания

конкурентоспособности требуется учет множества факторов, которые влияют на успешную деятельность предприятий.

Цель данной статьи заключается в исследовании факторов, обеспечивающих конкурентоспособность предприятий сферы торговли. Основным научным результатом заключается в выявлении комплексных характеристик, ресурсов и возможностей, необходимых для привлечения и удержания клиентов, успешной адаптации к изменениям на рынке и выделения на фоне конкурентов.

В последние годы множество исследований было проведено в области обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы торговли. Различные авторы ставили целью изучение факторов, влияющих на успешность торговых предприятий, а также анализ ресурсов и стратегий, способствующих достижению конкурентного преимущества.

Однако, несмотря на широкий спектр исследований, вопрос об обеспечении конкурентоспособности предприятий сферы торговли остается открытым. Некоторые аспекты этой темы остались недостаточно исследованными, и именно на эти пробелы будет сделан акцент в данной статье.

Основная новизна данной работы заключается в анализе комплексных характеристик факторов конкурентоспособности, которые часто не учитываются в уже проведенных исследованиях.

В современном мире, охваченном стремительными темпами глобализации и технологических революций, конкурентоспособность стала ключевым фактором выживания и успешного развития предприятий сферы торговли. Актуальность исследования факторов обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы торговли обусловлена постоянными изменениями внешних факторов, а также изменениями в макроэкономических условиях в бизнес-среде.

Сфера торговли, включая розничную и оптовую торговлю, онлайн-ритейл и физические магазины, является одной из крупнейших и динамично развивающихся отраслей в мировой экономике потому что в сфере торговли происходит удовлетворение людей, а также потому что сфера торговли является посредником между двумя крупными секторами экономики – потребителями и производителями. Миллионы предприятий конкурируют за внимание и лояльность потребителей. В условиях такой ожесточенной конкуренции только наиболее успешные и адаптированные предприятия могут выживать и процветать.

Поэтому, исследование факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятий сферы торговли, становится ключевой задачей самих предприятий, для бизнес-сообщества, академического мира и государственных органов. Понимание этих факторов может помочь предприятиям разрабатывать стратегии, которые позволят им выделиться на рынке, привлечь и удержать клиентов, а также обеспечить устойчивость в переменчивых экономических условиях.

Для полноценного раскрытия темы данной статьи необходимо проанализировать трактовки факторов конкурентоспособности, предложенные различными авторами (таблица 1).

Таблица 1 – Анализ определения понятия «факторы конкурентоспособности»

Автор	Понятие
Н. П. Абаева, Т. Г. Старостина [1]	характеристики и элементы, которые влияют на способность организации преуспевать на рынке и соревноваться с другими компаниями.
В. А. Белов [2]	условия, которые влияют на способность фирмы привлекать клиентов и удерживать их.
А. И. Березов [3]	качество продукции или услуг, доступность, ценовую политику и маркетинговую стратегию.
И. А. Бланк [4]	определяют, насколько эффективно компания может использовать свои ресурсы и капитал для достижения успеха.
Н. А. Казакова [5]	это элементы бизнеса, такие как инновации,

	качество продукции, цена, маркетинговая стратегия и уровень обслуживания, которые определяют способность компании привлекать клиентов и удерживать их на долгосрочной основе.
А. Канке, И. Кошечкина [6]	это ресурсы и возможности компании, такие как технологии, человеческий капитал, финансовые ресурсы и партнерские отношения, которые позволяют ей успешно конкурировать на рынке.
Е. В. Кашинцева [7]	это стратегические преимущества компании, такие как уникальные знания и навыки, которые делают ее продукты или услуги уникальными и желанными для клиентов.
В. В. Ковалев [8]	это комплекс характеристик, включая стоимость производства, качество продукции, сроки поставки, гибкость производства и уровень обслуживания, которые определяют способность компании удовлетворять потребности клиентов лучше, чем конкуренты.
Е. Б. Летников [9]	это аспекты бизнеса, такие как эффективность производства, инновации, маркетинговая стратегия и уровень удовлетворенности клиентов, которые влияют на способность компании успешно конкурировать и выигрывать на рынке.
И. А. Лисовская [10]	это навыки и знания персонала, уровень технологической оснащенности, доступ к ресурсам и уровень доверия клиентов, определяющие позицию компании на рынке.
Н. М. Розанова [11]	это элементы бизнес-стратегии, такие как географическое распределение, ценообразование, маркетинг и реклама, которые позволяют компании выделиться на фоне конкурентов.
С. Е. Сартбаев [12]	это инфраструктура компании, включая производственные мощности, логистические системы, информационные технологии и системы управления, которые обеспечивают ей конкурентное преимущество.
М. А. Франк [13]	это степень адаптации компании к изменениям на рынке, способность быстро реагировать на требования клиентов и изменения во внешней среде.

Дж. Б.. Хейвуд [14]	это репутация компании и ее бренд, которые формируют восприятие потребителей и влияют на их решение приобрести продукцию или услуги компании.
А. Ю. Юданов [15]	это уровень инноваций в компании, включая исследования и разработки, внедрение новых технологий и создание уникальных продуктов или услуг, которые отличают компанию от конкурентов.
О. С. Юльченко [16]	это способность компании к созданию ценностного предложения для клиентов, которое включает в себя сочетание цены, качества и уровня обслуживания, удовлетворяющее потребности рынка.

Проанализировав данные трактовки, можно обобщить понятие факторов конкурентоспособности предприятия представив их в виде комплекса характеристик, ресурсов, возможностей и стратегических преимуществ, который включает в себя качественные и количественные параметры продукции или услуги, уникальные знания и навыки, эффективность производственных процессов, инновации, маркетинговые и рекламные стратегии, уровень технологической оснащенности, квалификацию и навыки персонала, географическое распределение и доступ к ресурсам.

Эти факторы обеспечивают предприятию способность привлекать и удерживать клиентов, успешно адаптироваться к изменениям на рынке и выделяться на фоне конкурентов, при этом создавая ценностное предложение, сочетающее оптимальное соотношение цены, качества и уровня обслуживания.

Для эффективного управления и повышения конкурентоспособности предприятий в этой отрасли используются различные подходы к классификации и анализу этих факторов.

Таким образом, в современном мире сфера торговли является одной из ключевых отраслей экономики, где конкурентоспособность предприятий играет определяющую роль в их успешной деятельности. Факторы, обеспечивающие

конкурентоспособность компаний в этой сфере, оказываются многообразными и динамично меняющимися.

Библиографический список:

1. Абаева Н. П. Конкурентоспособность организации / Н. П. Абаева. - Ульяновск: УлГТУ, 2018. – С. 120-146.
2. Белов В. А. Основы финансового менеджмента / В. А. Белов. -М.: Финансы и статистика, 2017. – С. 115-118.
3. Березов Н. И. Конкуренция в экономике / Н. И. Березов. - М.: Ника-Центр, 2018. – С. 667-669.
4. Бланк И. А. Финансовый менеджмент / И. А. Бланк. - М.: Ника-Центр, 2018. – С. 453-489.
5. Казакова Н. А. Финансовый анализ / Н. А. Казакова. - М.: Издательство Юрайт, 2018. – С. 38-45.
6. Канке А. А. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / А. А. Канке. - М.: Издательство Юрайт, 2018. – С. 113-118.
7. Кашинцева Е. В. Финансовый анализ / Е. В. Кашинцева. -М.: Финансы и статистика, 2018. – С. 405-420.
8. Ковапев В. В. Финансовый менеджмент / В. В. Ковапев. -М.: Финансы и статистика, 2017. – С. 107-118.
9. Летников Е. Б. Финансовый анализ / Е. Б. Летников. -М.: Финансы и статистика, 2018. – С. 409-412.
10. Лисовская И. А. Основы менеджмента / И. А. Лисовская. -М.: Теис, 2018. – С. 100-103.
11. Розанова Н. М. Конкурентные стратегии современной фирмы / Н. М. Розанова. - М.: Издательство Юрайт, 2018. – С. 339-344.
12. Сартбаев С. Е. Методические рекомендации по анализу показателей конкурентоспособности предприятия / С. Е. Сартбаев. -М.: ИНФРА-М, 2017. – С. 111-120.

13. Франк М. А. Комплексный экономический анализ / М. А. Франк. -М.: Инфо-М, 2018. – С. 38-45.
14. Хейвуд Дж. Б. Аутсорсинг: в поисках конкурентных преимуществ / Дж. Б. Хейвуд. -М.: Вильямс, 2017. – С. 102-140.
15. Юданов А. Ю. Конкуренция: теория и практика / А. Ю. Юданов. -М.: ГНОМ и Д, 2018. – С. 58-72.
16. Юльченко О. С. Экономика организации / О. С. Юльченко. -М.: Инфо-М, 2018. – С. 115-118.

Оригинальность 89%