

УДК 338.2

СИСТЕМА КЛЮЧЕВЫХ ФАКТОРОВ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ОРГАНИЗАЦИИ

Валиева А.Р.

Студентка

ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий»

Россия, г. Уфа

Янгирова Е.И.

Д.э.н., профессор, заведующий кафедрой стратегического управления

ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий»

Россия, г. Уфа

Аннотация: В статье рассматривается система ключевых факторов обеспечения конкурентных преимуществ организации, поясняется суть управления конкурентоспособностью предприятия, описана наиболее популярная классификация ключевых факторов успеха организаций, установлены основные причины утраты организацией ее конкурентных преимуществ.

Ключевые слова: организация, конкурентоспособность, конкурентное преимущество, ключевой фактор успеха, классификация.

SYSTEM OF KEY FACTORS FOR THE ORGANIZATION'S COMPETITIVE ADVANTAGE

Valieva A.R.

Student

Ufa University of Science and Technology

Russia, Ufa

Yangirova E.I.

Grand PhD in Economics, Professor, Head of Strategic Management

Annotation: The article considers the system of key factors of ensuring competitive advantages of the organization, explains the essence of management of competitiveness of the enterprise, describes the most popular classification of key factors of success of organizations, The main reasons for the loss of competitive advantage by the organization have been established.

Keywords: organization, competitiveness, competitive advantage, key success factor, classification.

Тема исследования актуальна по той причине, что первостепенная цель функционирования любой коммерческой организации заключается в получении устойчивого высокого дохода на инвестированный капитал. «Чтобы прибыльность вложений была выше, чем у конкурентов, конкурентное преимущество над ними должно быть устойчивым» [6].

Важно понимать, что уровень конкурентоспособности (либо конкурентного преимущества) организации изменчив, а не постоянен. Это объясняется тем, что организация как субъект рынка «функционирует в системе макро- и микросреды, сформировавшейся в рамках той или иной национальной экономики» [9, С. 75]. В связи с этим для менеджмента компании обязательным является управление ее конкурентоспособностью, что предполагает инициацию и реализацию процесса по созданию и поддержанию значимых конкурентных преимуществ с одновременной минимизацией конкурентных слабостей. Ключевая задача, которая должна ставиться в рамках управления конкурентоспособностью объекта, это формирование конкурентных преимуществ, которые позволят обеспечить организации успех на рынке.

«Обычно у организаций имеется в арсенале от двух до пяти факторов» [5, С. 20], которые в максимальной мере воздействуют на уровень ее конкурентоспособности. Например, организация, которая производит пищевые банки из алюминия, может обладать такими ключевыми факторами успеха как размещение производственных мощностей рядом с покупателями (что позволяет снизить до минимального уровня затраты на транспортировку продукции) и умение реализовывать производимый объем продукции в границах экономически выгодного радиуса от места расположения склада готовой продукции. Другой пример – это организация, специализирующаяся на пошиве одежды. Для ее ключевыми факторами успеха будут наличие экономичного производства (что важно для установления конкурентоспособных цен на продукцию) и умение создавать привлекательные модели (лекала) для пошива актуальных с учетом веяний моды предметов одежды.

Ключевые факторы, влияющие на конкурентоспособность организаций, разнообразны. При этом большинство исследователей предпочитают всю совокупность факторов разделять на две большие группы: внешние и внутренние. Главное отличие между ними заключается в том, что первая группа факторов не зависит (либо зависит в крайне малой степени) от организации, а вторая группа факторов практически целиком определяется менеджментом организации. «Одни и те же факторы могут как усиливать, так и ослаблять конкурентные преимущества организации» [7, С. 104]. В связи с этим актуальным является использование системного подхода, который позволяет выявлять и учитывать самые значимые для конкретной организации факторы.

«Внешние факторы оказывают свое воздействие на уровне страны, региона либо какой-то конкретной отрасли» [2]. Эти факторы, в свою очередь, можно разделить на политические, экономические,

демографические и т.д. В целом же в группу наиболее влиятельных внешних факторов можно включить климатические и географические условия, нормативно-правовую базу страны, открытость/закрытость экономики страны, объем налогового бремени, размеры процентных ставок, состояние рынков сырья, продукции и трудовых ресурсов, состояние рыночной инфраструктуры, уровень конкуренции в отрасли, наличие и доступность ресурсов, наличие мер государственной поддержки бизнеса, развитость системы образования. К этим факторам организации приспосабливаются.

В отличие от внешних, внутренние факторы конкурентных преимуществ организации являются управляемыми – это значит, что персонал организации может напрямую влиять на них. «Эти факторы также могут быть разделены на несколько блоков: структурные, ресурсные, управленческие, технические, рыночные, эффективности функционирования» [4]. Рассмотрим эти блоки подробнее.

В блок структурных факторов входят вид организационной и производственной структуры компании, наличие и работоспособность миссии и философии организации, уровень специализации, концентрации и стандартизации производства, качество и достаточность локальной нормативно-методической документальной основы, качество и достаточность трудовых ресурсов.

В блок ресурсных факторов входят количественный и качественный состав поставщиков, наличие доступа к дешевым ресурсам, проведение внутрифирменной аналитической работы для определения эффективности использования ресурсов.

В блок технических факторов входят наличие и использование организацией товарных знаков, лицензий и патентов, наличие современного (подходящего) оборудования для изготовления продукции желаемого уровня качества.

В блок управленческих факторов входят количественный и качественный состав руководства организации, наличие аналитической работы по вопросам эффективности менеджмента организации, наличие системы управления качеством и т.д.

В блок рыночных факторов входят все «факторы, которые так или иначе связаны именно с рынком» [1, С. 11]. Это доступность рынков сырья и технологий, рыночная позиция организации, уникальность производимой продукции, уникальность рекламных компаний, наличие эффективной системы формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОССТИС), качество работы маркетинговой службы.

В блок факторов эффективности функционирования организации входят самые разные показатели, которые с разного ракурса характеризуют результативность ее работы. Сюда входят показатели доходности, эффективности использования основных и оборотных средств, финансовой устойчивости, платежеспособности и т.д. [10, С.158].

«Ресурсный потенциал всякого конкурентного преимущества лимитирован» [3, С. 179]. В связи с этим позиции, которые организация занимает на рынке, обуславливаются количеством, значимостью и продолжительностью жизненного цикла конкурентного преимущества.

Организация с течением времени может утратить свои конкурентные преимущества по разным причинам. В качестве примера можно привести такие причины как:

- ухудшение факторных условий в связи с ростом затрат, снижением профессионально-образовательного уровня работников и т.д.;
- спад инвестиционной привлекательности организации;
- спад инновационной активности организации;
- снижение уровня конкуренции. Такое возможно «из-за укрепления позиций монополистов, введения государством высоких пошлин на импортируемую продукцию» [8];

– снижение уровня доходов населения.

Таким образом, в рамках управления конкурентоспособностью организации ставится задача формирования конкурентных преимуществ, которые позволят обеспечить ей успех на рынке. Ключевые факторы, влияющие на конкурентоспособность организаций, разнообразны. При этом большинство исследователей предпочитают всю совокупность факторов разделять на две большие группы: внешние и внутренние. Актуальным является использование системного подхода, который позволяет выявлять и учитывать самые значимые для конкретной организации факторы.

Библиографический список

1. Беленов О.Н., Долгих В.В. Конкурентные преимущества и конкурентоспособность промышленных предприятий: подходы, анализ, оценка. – Воронеж: Воронежский государственный университет, 2020. – 80 с.

2. Ваценко И.С. Формирование конкурентных преимуществ современного предприятия [Электронный ресурс] // Молодой ученый. – 2021. – № 10 (90). – URL: <https://moluch.ru/archive/90/18683/> (дата обращения: 14.04.2025).

3. Виханский О.С. Стратегическое управление. – Москва: Гардарика, 2021. – 292 с.

4. Галиев Э.Д. Анализ факторов, влияющих на формирование конкурентных преимуществ [Электронный ресурс] // Материалы VIII Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум» (Пенза, 2019). – URL: <https://scienceforum.ru/2019/article/2016026395> (дата обращения: 14.04.2025).

5. Дюков И.И. Управление конкурентоспособностью компании: учебное пособие. – Санкт-Петербург: СПбГУ ИТМО, 2021. – 100 с.
6. Соколов В. Стратегия в компании [Электронный ресурс] // Корпоративный менеджмент. – 2021. – № 5. – URL: https://www.cfin.ru/management/strategy/plan/competitive_advantages.shtml (дата обращения: 14.04.2025).
7. Фатхутдинов Р.А. Стратегическая конкурентоспособность: учебник. – Москва: Экономика, 2019. – 504 с.
8. Хайновская С.С. Конкурентные преимущества предприятия [Электронный ресурс] // International Journal of Humanities and Natural Sciences. – 2019. – № 2 (37). – URL: <http://intjournal.ru/wp-content/uploads/2019/11/Hajnovskaya.pdf> (дата обращения: 14.04.2025).
9. Шарафутдинова Н.С., Палякин Р.Б. Управление конкурентоспособностью организации: учебное пособие – Казань: ООО «Издательский дом», 2019. – 153 с.,
10. Янгирова Е.И. Барлыбаев У.А., Кандаурова И.Р., Моджина Н.В., Мусин У.Р., Насырова С.И., Нусратуллин И.В., Хайруллина В.Г. Стратегический менеджмент / учебное пособие / Уфа, 2017.- С. 330.

Оригинальность 77%