

Лонцакова Алена Валерьевна

Магистрант

Направление: Экономика

Магистерская программа: Экономика фирмы

Особенности конкурентоспособности фирмы на современном этапе

Аннотация. В статье анализируются факторы и детерминанты конкурентоспособности фирмы в условиях современного рынка, их значение для фирмы, особенности конкурентоспособности фирмы и конкурентоспособности продукции, их соотношение и значение для эффективной деятельности фирмы.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентные преимущества, сравнительный анализ, эффективность деятельности фирмы.

Высокий уровень конкурентоспособности является необходимым и важным фактором коммерческого успеха фирмы.

На наш взгляд, следует рассматривать конкурентоспособность с точки зрения трех основных подходов к пониманию этого термина:

- 1) конкурентоспособность понимается как конкурентоспособность продукции фирмы;
- 2) конкурентоспособность организации есть способность конкурировать;
- 3) конкурентоспособность организации есть мера эффективности его деятельности.

© Для своего «выживания» фирма должна создать такой товар (продукт), которого нет у других производителей, либо он должен выгодно отличаться от аналогичных товаров своими специфическими характеристиками. Кроме того, необходимо проводить сравнительный анализ продукции, выпускаемой конкурентами, и искать точки развития своей продукции.

В самом общем смысле конкуренцию можно понимать, как соперничество между хозяйствующими субъектами за получение прибыли в условиях ограниченности ресурсов, способствующих достижению этой цели, и наличия широкого выбора для потребителя.

Эффективность деятельности фирмы определяется ее прибыльностью, то есть тем уровнем доходности, который позволяет фирме не только покрывать свои необходимые для производства продукции затраты, но и получать дополнительные средства для дальнейшего развития и расширения. При этом деятельность хозяйствующих субъектов осуществляется в условиях ограниченности как ресурсов, необходимых для производства продукции, так и спроса на эту продукцию со стороны потребителей [1].

Конкурентоспособность предприятия – это свойство, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке. Конкурентоспособность предприятия обусловлена конкурентной позицией, которую занимает фирма [4].

Следует отличать конкурентоспособность фирмы от конкурентоспособности ее продукции, так как эти понятия имеют специфические отличия.

Конкурентоспособность продукции фирмы следует рассматривать как составную часть конкурентоспособности фирмы, позволяющую ей в зависимости от конкретной ситуации и задач развития строить эффективность своей деятельности.

Конкурентоспособность фирмы представляет собой более широкое понятие и является оценочной категорией, в которой заложена возможность оцениваемого объекта успешно конкурировать с другими участниками рынка.

Применительно к маркетингу, конкурентоспособность фирмы представляет собой относительную оценку ее потенциальной способности успешно конкурировать на рынке за платежеспособный спрос потребителей [2, с. 159].

Конкурентоспособность фирмы определяется совокупностью нескольких факторов, таких как менеджмент, маркетинг, финансовая политика, операционная эффективность и прочих, которые можно сгруппировать в две основных группы: конкурентная среда и базирование.

В результате воздействия конкурентной среды создается стратегическое позиционирование фирмы, которое соответствует сложившемуся конкурентному балансу и находится в непосредственной связи с уровнем конкурентоспособности фирмы.

Существенным условием успешного конкурентирования фирмы является также и его зависимость от факторов базирования, представленного в виде системы следующих детерминант:

- условия факторов производства;
- условия спроса;
- родственные, поддерживающие и смежные предприятия;
- стратегия и структура предприятия.

Их состав и взаимодействие определяют преимущества и недостатки фирмы в ходе конкурентной борьбы.

Каждая детерминанта включает в себя собственные базовые факторы, влияние которых определяется условиями конкурентной борьбы.

Наличие базовых факторов производства не всегда оказывает существенное влияние на конкурентоспособность предприятия, так как благоприятные базовые факторы далеко не всегда способствуют повышению конкурентоспособности предприятия. В то же время недостатки базовых факторов производства диктуют необходимость для фирмы дальнейшего совершенствования производства и внедрения новейших технологий.

Условия спроса для конкурентоспособности фирмы играют не столь значительную роль, но, тем не менее, структура спроса, требовательность покупателей, требовательность посредников, величина спроса, число независимых покупателей, скорость роста спроса, его объем и характер, оказывают непосредственное влияние на конкурентоспособность фирмы.

Давление спроса на фирму вынуждает ее внедрять инновации быстрее и, таким образом, получать более существенные конкурентные преимущества, чем конкуренты.

Влияние поставщиков на конкурентоспособность фирмы определяется тем, что они могут обеспечить эффективность в отношении затрат на производство, путем обеспечения своевременности поставки качественных производных, в тесном взаимодействии и обмене идеями, которые предопределяют инновации и модернизацию. Данное преимущество базируется на тесных деловых связях.

Стратегия и структура фирмы может быть представлена следующими параметрами: цели предприятия; индивидуальные цели управления; социальные ценности; отношение к риску; влияние престижа предприятия; устойчивая приверженность делу; личностная мотивация работников к труду и повышению профессиональных навыков; характер конкуренции на местном рынке.

В соответствии с данными базовыми факторами конкурентоспособность отдельной фирмы определяется эффективностью взаимодействия практики управления и моделей управления, наиболее действенных в данной местности.

Для фирмы важнейшим условием конкурентоспособности становится формирование результативных целей и социальных ценностей, для реализации которых большое значение имеет отношение руководства фирмы к риску, личностная мотивация сотрудников к труду и повышению профессиональных навыков, а также характер конкуренции в условиях местного рынка. В данном случае местная конкуренция служит необходимым условием развития конкурентоспособности фирмы, ее способности, по мнению А. Смита, формировать ценовую политику, реализовывать функции координации, выступать индикатором наличия дефицита или излишков [5, с. 308].

Следует отметить, что указанные составляющие конкурентоспособности фирмы находятся в тесном взаимодействии с другими факторами, представляя собой динамическую систему, в которой слабость любой из составляющих

ослабляет конкурентоспособность фирмы, а рост и формирование преимущественного развития одной из них будет служить усилению всей совокупности детерминант и фирмы в целом [3, с. 153].

Таким образом, мы рассмотрели постоянные факторы, определяющие конкурентоспособность фирмы на рынке и в конкурентной среде. Однако кроме выделенных детерминант в рамках факторов базирования на конкурентоспособность фирмы также оказывают определенное влияние и случайные события, такие как: технические изобретения, крупные технологические сдвиги, факторы неожиданных изменений уровня цен, войны, а также политические решения и события.

Следует подчеркнуть, что конкурентоспособность фирмы может быть рассмотрена также на отраслевом уровне, где существенную роль будут играть несколько иные факторы и детерминанты. Однако серьезных исследований в этой области до сих пор не проводилось, что в определенной степени связано с отсутствием общепризнанного определения конкурентоспособности фирмы и требует должной научной проработки.

Литература

1. Воронов Д. Оценка и анализ конкурентоспособности предприятий [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.cfin.ru/management/strategy/competit/analysis.shtml> (дата обращения: 16.02.2022).
2. Григорьев М.Н. Маркетинг: Учебник для вузов. 5-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2021.
3. Даниленко М.И. Оценка конкурентоспособности предприятия // Вестник академии знаний. 2020. № 39 (4).
4. Намыслова У.Д. Способы оценки и анализа конкурентоспособности предприятий // Экономические науки. 2015. № 4.
5. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов (подарочное издание). М.: Ламартис, 2014.