

*Майкова Е.Н., студент магистратуры,  
2 курс, Гуманитарно-педагогический институт,  
Тольяттинский Государственный Университет,  
Тольятти (Россия)*

*Майкова П.Н., студент,  
3 курс, Институт финансов, экономики и управления,  
Тольяттинский государственный университет,  
Тольятти (Россия)*

*Захарова Ю.О., студент магистратуры,  
2 курс, Гуманитарно-педагогический институт,  
Тольяттинский Государственный Университет,  
Тольятти (Россия)*

*Андреасян Г.М., студент магистратуры,  
1 курс, Институт математики, физики и  
информационных технологий,  
Тольяттинский Государственный Университет,  
Тольятти (Россия)*

*Maykova E.N., graduate student,  
2 year, Humanitarian Pedagogical Institute,  
Togliatti State University,  
Tolyatti (Russia)*

*Maykova P.N., student,  
3 year, Institute of Finance, Economics and Management,  
Togliatti State University,  
Tolyatti (Russia)*

*Zakharova Y.O., graduate student,  
2 year, Humanitarian Pedagogical Institute,  
Togliatti State University,*

*Tolyatti (Russia)*

*Andreasyan G.M., graduate student,*

*1 course, Institute of Mathematics, Physics and*

*information technologies,*

*Togliatti State University,*

*Tolyatti (Russia)*

### **Сущность и факторы конкурентоспособности организации**

**Аннотация:** в данной статье анализируются понятия и факторы конкурентоспособности. Так как существует множество понятий, конкурентоспособности в экономической литературе, то мы проведем тесную взаимосвязь между концепциями.

**Ключевые слова:** конкуренция, доля рынка, конкурентоспособность, производство, товар, эффективность производства

### **The essence and factors of the organization's competitiveness**

**Resume:** This article analyzes the concepts and factors of competitiveness. Since there are many concepts of competitiveness in the economic literature, then we will conduct a close relationship between the concepts.

**Key words:** competition, market share, competitiveness, production, goods, production efficiency

Есть много понятий, конкурентоспособностью в экономической литературе. Существует тесная связь между концепциями, показанными на рисунке 1.



Рисунок 1 – Определение и характеристика конкурентоспособности организации

Конкурентоспособность компании является основной позицией на рынке, где определяется доля рынка и его изменения [1].

Доля рынка – это показатель конкурентоспособности компании, процентной доли продаж продукции от конкретной компании к общему объему продаж этой продукции на рынке за определенный период [1].

По Р.А. Фатхутдинова и Л. В. Баумгартена конкурентоспособность фирмы определяется ее положением на рынке и его отношением к потребителям, несоблюдение этого требования предполагает, что компания является лучшей мировой моделью [2].

Конкурентоспособность компании характеризуется исключительно эффективностью хозяйственной и финансовой деятельности. Конкурентоспособность предприятия – это, например, использование потенциала [2].

Конкурентоспособность компании отражается на удовлетворенности клиентов и других людей. Это помогает компании продавать товары по определенной цене [3].

Р.Е. Мансуров учитывает конкурентоспособность организации в своей работе как относительную оценку выгод компании для удовлетворения потребностей клиентов [2].

Конкурентоспособность предприятия определяется как:

- 1) на рынке посреднических услуг;
- 2) на рынке договоров с производителями.

Производитель заключает соглашение с посредником, который обслуживает большое количество клиентов и отвечает их требованиям. Это способствует, во-первых, увеличению притока клиентов, а во-вторых, качество услуг растет.

Существует несколько путей повышения конкурентоспособности предприятия:

- рост объемов реализации продукта;

- улучшение качества выпускаемого продукта;
- уменьшение расходов;
- бенчмаркинг.

«Одно из направлений повышения конкурентоспособности – рост объемов реализации продукта (услуг или работ). Следует учитывать, что повышение объемов реализации само по себе не принесет желаемых результатов, поскольку при этом не учитываются такие важные показатели, как величина расходов предприятия, его прибыль и т.д. При организации производственного процесса и планировании объемов в соответствии с данным методом необходимо решить ряд задач, одной из важнейших из которых является определение объема реализации продукта, при котором будет обеспечена безубыточная производственная деятельность» [2].

«Еще одно направление – это улучшение качества выпускаемого продукта, что окажет влияние на: ускорение НТП, освоение новых рынков, увеличение экспорта, процветание. Решение проблемы качества продукта поднимет имидж предприятия у покупателей, станет залогом выхода на внешний рынок, а также будет являться основой для получения максимальной прибыли» [3].

Твердая позиция компании на рынке, это как раз то, что является необходимым условием конкурентоспособности двух ранее отраженных направлений. Вместе с основными аспектами бизнеса информация об этих условиях была обобщена и представлена в таблице 1 [3].

Таблица 1 – Главные аспекты функционирования организации различных сфер хозяйствования, определяющие конкурентоспособность предприятия

Главные аспекты функционирования	Сферы хозяйствования	
	Производство	Сфера услуг
Продукт, предлагаемый рынку	Товар	Услуга
Потребитель продукта	Отраслевая компания итовый покупатель (зависит от товара потребления)	Организация дилер итовый покупатель (зависит от услуги потребления)
Критерии, определяющие конкурентоспособность товара услуги	1) технические характеристики товара (качество); 2) цена; 3) бренд.	1) качество услуги; 2) материальная среда; 3) контактный персонал; 4) стоимость услуги; 5) имидж предприятия.
Критерии, определяющие конкурентоспособность предприятия	Конкурентоспособность товара, эффективность производства	Конкурентоспособность услуги, эффективность использования ресурсов

Из таблицы 1 можно сделать вывод, что конкурентоспособность компании является общим результатом ее деятельности в конкурентной среде, основанный на эффективности использования конкурентного потенциала на всех уровнях управления.

При анализе конкурентоспособности продукции необходимо принимать во внимание сильные и слабые стороны, но и факторы, которые влияют на отношение покупателей к производителю, сам продукт и, следовательно, на изменение его продуктов.

В своей работе М. Портер напрямую связывал факторы конкуренции с факторами производства. Факторы, определяющие конкурентное преимущество организации, представлены в группах [21]. Соотношение факторов показано в таблице 2:

Таблица 2 – Связь факторов конкурентоспособности и факторов производства

Факторы конкурентоспособности	Факторы производства
Людские ресурсы	Количество, квалификация и стоимость рабочей силы
Физические ресурсы	Количество, качество, доступность и стоимость участков, воды, полезных ископаемых, лесных ресурсов, источников гидроэлектроэнергии, рыболовных угодий; климатические условия и географическое положение страны базирования предприятия
Физические ресурсы	Сумма научной, технической и рыночной информации, влияющей на конкурентоспособность товаров и услуг и сосредоточенной в академических университетах, государственных отраслевых НИИ, частных исследовательских лабораториях, банках данных об исследованиях рынка и других источниках
Денежные ресурсы	Количество и стоимость капитала, который может быть использован на финансирование промышленности и отдельного предприятия
Инфраструктура	Качество имеющейся инфраструктуры и плата за пользование ею, влияющие на характер конкуренции; сюда относятся транспортная система страны, система связи, почтовые услуги, перевод платежей и средств из банка в банк внутри и за пределы страны, система здравоохранения и культуры, жилой фонд и его привлекательность с точки зрения проживания и работы

М. Портер также предлагает разделить все факторы на два типа: основные факторы и разработанные факторы. Основные факторы должны включать положение страны на карте, климат и природные ресурсы. Развитые факторы включают квалификацию сотрудников и инфраструктуру обмена информацией. Это разделение условно. Разработанные факторы имеют большое значение для конкурентоспособности бизнеса. Разработка этих факторов занимает много времени для инвестиций и квалифицированных работников.

### **Список используемой литературы:**

1. Азоев, Г.Л. Конкуренция: анализ, ее стратегия и практика / Г.Л. Азоев. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2012. – 208 с.
2. Анализ брака и потерь от брака [Электронный ресурс] URL: [http://studopedia.ru/2\\_99006\\_raschet-pokazateley-braka.html](http://studopedia.ru/2_99006_raschet-pokazateley-braka.html).
3. Андрианов, В.А. Конкурентоспособность России в мировой экономике / В.А. Андрианов // Экономист. – 2013. – № 10. – С. 33 – 42.