

УДК 339.137.2

***ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ
ПРЕДПРИЯТИЯ, И ИНСТРУМЕНТЫ ЕЕ ОЦЕНКИ***

Афонькина А.И.¹

студент,

Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева,

Саранск, Россия

Аннотация

В статье рассмотрено понятие конкурентоспособности предприятия, проведен обзор факторов, влияющих на его конкурентоспособность. Также были проанализированы группы факторов, предложенные разными авторами, выявлены их сходства и отличия. На основании этих факторов были исследованы и описаны основные методы оценки конкурентоспособности предприятия. Важный акцент сделан именно на рассмотрении инструментов оценки конкурентоспособности и их связи с факторами конкурентоспособности. В результате проведенного анализа сделан вывод о важности проведения регулярной оценки конкурентоспособности для предприятий, желающих продолжать деятельность на рынке. Цель статьи – выявить факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия, и на их основании проанализировать методы ее оценки.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, факторы конкурентоспособности, оценка конкурентоспособности, методы оценки, конкурентное преимущество.

¹ *Научный руководитель – Горина А.П., д.э.н., профессор кафедры экономики и организации производства*

***FACTORS INFLUENCING ENTERPRISE COMPETITIVENESS AND ITS
ASSESSMENT TOOLS***

Afonkina A.I.

student,

N.P. Ogarev Mordovia State University,

Saransk, Russia

Abstract

This article examines the concept of enterprise competitiveness and provides an overview of the factors influencing its competitiveness. Different groups of factors proposed by different authors were also analyzed. Based on these factors, the main methods for assessing enterprise competitiveness were examined and described. A significant emphasis is placed on the examination of competitiveness assessment tools and their relationship to competitiveness factors. The analysis concludes that competitiveness assessment is essential for enterprises wishing to continue operating in the market. The purpose of this article is to identify the factors influencing enterprise competitiveness and based on these factors, analyze assessment methods.

Keywords: enterprise competitiveness, competitiveness factors, competitiveness assessment, assessment methods, competitive advantage.

В настоящее время рыночная экономика претерпевает значительные изменения. В этой связи для предприятий важным является сохранение своих рыночных позиций. Так становится актуальным вопрос определения конкурентоспособности организации и поиск путей ее повышения.

В общем понимании конкурентоспособность предприятия – это способность производить качественный продукт для успешной борьбы с конкурентами за потребителя, обеспечивая при этом устойчивый рост компании

на рынке. Именно конкурентоспособность определяет сможет ли компания выжить на рынке.

При этом сама конкурентоспособность это динамический показатель, на который оказывают влияние изменяющиеся условия. Эти условия принято называть факторами конкурентоспособности, их изучение позволит не только определить сильные и слабые стороны предприятия, но и заложить основу для оценки конкурентоспособности компании.

Существует большое множество различных групп факторов конкурентоспособности предприятия, предложенных совершенно разными авторами. Начать следует с выделенных А. Олливье, А. Дайаном и Р. Урссе восьми факторов конкурентоспособности.

1. Концепция продукции.
2. Качество продукции.
3. Цена продукции.
4. Финансы.
5. Торговля (сбыт).
6. Послепродажное обслуживание.
7. Внешняя торговля.
8. Предпродажная подготовка [7].

Эти факторы затрагивают весь спектр деятельности предприятия, начиная с разработки концепции продукта, заканчивая послепродажным обслуживанием, а также сопутствующие этому процессу факторы, например финансы или качество продукции.

Также необходимо рассмотреть классификацию, предложенную отечественным ученым Р. А. Фатхудиновым, который разграничил факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия, на внешние и внутренние. Они представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия, выделенные Р. А. Фатхудиновым

Внешние	Внутренние
1. Правовое регулирование сферы торговли. 2. Уровень конкурентоспособности региона, отрасли, страны. 3. Государственная поддержка развития предпринимательства. 4. Правовое регулирование функционирования страны и региона. 5. Открытость общества и рынков. 6. Научный уровень управления экономикой страны, отрасли, региона. 7. Национальная система стандартизации и сертификации. 8. Государственная поддержка развития человека, науки и инновационной деятельности. 9. Качество информационного обеспечения управления на всех уровнях иерархии. 10. Налоговые, процентные ставки в стране и регионах. 11. Система подготовки и переподготовки персонала. 12. Климатические условия и географическое положение страны или региона. 13. Уровень конкуренции в данной сфере деятельности.	1. Структурные. 2. Ресурсные. 3. Технические. 4. Управленческие. 5. Рыночные факторы. 6. Эффективность функционирования организации.

Составлено автором по [9]

В отличие от французских ученых Р. А. Фатхудинов большое внимание уделил именно внешним факторам конкурентоспособности, он выделил как экономические факторы, так и те, которые не связаны с предприятием, но также влияют на него, например климатические условия или географическое положение региона. Внутренние факторы звучат более обобщенно, но при этом они затрагивают все сферы воздействия самого предприятия.

Также разделение факторов на внутренние и внешние предложили ученые В. Синько, Р. Ю. Емадаков. Их подход представлен на рисунке 1.



Рис. 1 – Факторы конкурентоспособности предприятия, предложенные В. Синько, Р. Ю. Емадаковым (составлено автором по [1])

Среди внешних факторов выделены как участники рынка, такие как поставщики, потребители или конкуренты, так и государственные органы и инвестиционная привлекательность. Внутренние факторы авторы подразделяют функциональные составляющие предприятия, такие как кадры, маркетинг, производство и финансы. Несмотря на то, что эта классификация похожа на подход Р. А. Фатхудинова, основное ее отличие в том, что В. Синько, Р. Ю. Емадаков выделяют конкретных участников внешней и внутренней деятельности предприятия.

Так при грамотном определении факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятия, можно будет перейти к оценке самой конкурентоспособности. Зачастую определение конкурентоспособности представляет собой оценку выделенных факторов по шкале, и их последующее представление в определенной форме. Таким примером можно назвать методику оценки конкурентоспособности, предложенную А. Олливе, А. Дайан и Р. Усрсе.

Ранее были изучены предложенных ими восемь факторов. В продолжение им авторы предлагают построение многоугольника конкурентоспособности [7].

Для этого каждый из факторов оценивается по шкале от 1 до 5, затем значение отображается на векторе в направлении фактора, после этого получившиеся точки соединяются, образуя многоугольник. Многоугольник может принимать произвольную форму, все зависит от предоставленных ранее оценок. В случае если все оценки факторов будут максимальными, получится равнобедренный многоугольник, вершины которого будут находиться в значении равному 5. При минимальных оценках факторов, многоугольника не будет, однако такая ситуация практически невозможна. Преимуществом этого метода является то, что на одном графике можно построить сразу несколько многоугольников для разных предприятий. Тогда можно будет сравнить свою позицию на рынке с конкурентами, у кого площадь многоугольника будет больше, тот и является более конкурентоспособным.

Еще одним важным методом является модель пяти сил Майкла Портера, которая используется для оценки конкурентной среды в отрасли. Модель Майкла Портера выделяет пять сил, определяющих конкуренцию в отрасли. Майкл Портер выделил 5 сил, которые могут определить конкурентоспособность предприятие. Каждый из этих компонентов оценивается по шкале от 1 до 5, где 1 это слабое влияние, а 5 – сильное. Если в сумме факторы создают высокое давление, то предприятию остается опираться на его уникальные преимущества, которые позволят выглядеть в лучшем свете при сильной конкуренции, власти покупателей и поставщиков. Если же влияние всех факторов низкое, тогда предприятие может спокойно использовать ценовую политику и продолжать свой рост на рынке. Однако у данной модели есть недостаток, который заключается в статичности модели, то есть она не учитывает изменения ситуации во времени, эти силы определяют состояние рынка в текущий момент. Модель 5 сил Майкла Портера представлена на рисунке 2.



Рис. 2 – Модель 5 сил Майкла Портера (составлено автором по [5])

Также при изучении вопроса об оценке конкурентоспособности предприятия важно рассмотреть матрицу, предложенную компаниями McKinsey Company и General Electric. Матрица представляет собой таблицу, состоящую из 9 секторов, которые можно получить при оценке конкурентной позиции по горизонтали и привлекательности рынка по вертикали. Матрица представлена на рисунке 3.

		Конкурентная позиция		
		Высокая	Средняя	Низкая
Привлекательность рынка	Высокая	Победитель	Победитель	Вопрос
	Средняя	Победитель	Средний бизнес	Проигравший
	Низкая	Генератор прибыли	Проигравший	Проигравший

Рис. 3 – Матрица GE/McKinsey (составлено автором по [8])

Оценка каждой оси дается по шкале от 1 до 10, где присваиваются уровни: низкий (1–3 баллов), средний (4–7 баллов), высокий (8–10 баллов). На получившемся пересечении лежит ответ на вопрос, стоит ли компании развивать свою продукцию, и в целом продолжать деятельность на рынке. В случае если состояние компании лежит на любой из клеток победителей, самым разумным решением будет расширение бизнеса, если на клетках проигравших – предприятию стоит как можно скорее выйти с рынка. Лежащие по диагонали клетки означают такие ситуации: вопрос – возможно стоит подготовиться к уходу с рынка, средний бизнес – необходимо выбирать только приоритетные инвестиции, чтобы держаться на плаву в отрасли, прибыли – следует собирать прибыль за счет высокой конкурентной позиции, однако сам рынок не является привлекательным. В результате предприятие может самостоятельно определить свою конкурентоспособность на рынке и либо изменить какой-либо из показателей, например усилить конкурентную позицию, либо с текущего рынка, на другой, более привлекательный.

Существуют также классические методы оценки конкурентоспособности предприятия, например SWOT-анализ или матрица BCG-анализа. SWOT-анализ

позволяет предприятию определить свои сильные и слабые стороны, угрозы и возможности. Для определения конкурентоспособности важно найти преимущества предприятия и определить его уязвимые места. В это время матрица VCG-анализа позволяет предприятию определить свое настоящее состояние, кем именно оно является на рынке и при сравнении с конкурентами можно будет говорить о конкурентоспособности того или иного предприятия.

Так при грамотном определении факторов, влияющих на конкурентоспособность, и их последующей оценке, можно определить текущий уровень конкурентоспособности предприятия, а также предпринять конкретные шаги по ее повышению.

Библиографический список:

1. Амирова С. А. Сущность и факторы, определяющие конкурентоспособность предприятия : [статья] / С. А. Амирова. – Текст : электронный // [Гуманитарий и социалум]. – 2021. – URL: https://www.researchgate.net/publication/388229460_Susnost_i_factory_opredelausie_konkurentosposobnost_predpriatia (дата обращения: 12.02.2026).

2. Бартков Л. С. Факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятий : [статья] / Л. С. Бартков, А. И. Осипова. – Текст : электронный // [Пензенский государственный аграрный университет]. – 2023. – URL: <https://author.today/post/496663> (дата обращения: 09.02.2026).

3. Богучарова П. С. Методы оценки конкурентоспособности предприятия : [статья] / П. С. Богучарова. – Текст : электронный // [Молодой ученый]. – 2025. – № 4 (555). – С. 135-138. – URL: <https://moluch.ru/archive/555/121985> (дата обращения: 08.02.2026).

4. Ежова В. А. Конкурентоспособность организации : учебное пособие / В. А. Ежова – Санкт-Петербург : ВШТЭ СПбГУПТД, 2022. – 38 с. – ISBN 978-5-91646-315-6. – Текст : непосредственный.

5. Куприкова М. Методика пяти сил Портера: как провести конкурентный анализ рынка : [статья] / М. Куприкова. – Текст : электронный // [Product Lab]. – 2025. – URL: <https://author.today/post/496663> (дата обращения: 11.02.2026).

6. Половникова Н. А. Конкурентоспособность предприятия: сущность и оценка : [статья] / Н. А. Половникова, М. С. Блохин. – Текст : электронный // [Экономика и бизнес: теория и практика]. – 2023. – URL: <https://author.today/post/496663> (дата обращения: 08.02.2026).

7. Пути повышения конкурентоспособности отечественных производственных компаний : монография / В. В. Криворотов, А. В. Калина, С. Е. Ерыпалов [и др.] ; под ред. В.В. Криворотова. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2023. – 230 с. – ISBN 978-5-238-03809-4. – Текст : непосредственный.

8. Санникова К. А. Конкурентоспособность предприятия и методы ее оценки : [статья] / К. А. Санникова. – Текст : электронный // [Молодой ученый]. – 2023. – № 7 (454). – С. 133-136. – URL: <https://author.today/post/496663> (дата обращения: 07.02.2026).

9. Фатхутдинов Р. А. Глобальная конкурентоспособность. На стол современному руководителю : монография / Р. А. Фатхутдинов. – Москва : РИА Стандарты и качество, 2009. – 464 с. – Текст : непосредственный

10. E-mba : сайт : образовательная программа бизнес-администрирования для топ-менеджеров. – URL: <https://e-mba.ru/knowledge-base/konkurentosposobnost-biznesa-kogda-i-kak-provodit-ee-analiz> (дата обращения: 05.02.2026). – Текст : электронный.