

АНАЛИЗ СИСТЕМЫ ФАКТОРОВ, ОКАЗЫВАЮЩИХ ВЛИЯНИЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

СУГАК Ольга, ПОКИДЬКО Наталья
Технический Университет Молдовы

Abstract: *This article presents the results of investigation of the dependence of sewing enterprise competitiveness and its products from a number of external and internal factors. On the basis of one of the leading enterprises in the garment industry of the Republic of Moldova analyzed the structure and content of these factors, as well as cause-and-effect relations in solving problems of competitiveness.*

Key words: *competitiveness, competitive advantage, external and internal factors.*

1. ВВЕДЕНИЕ

Основной задачей каждого предприятия швейной отрасли является производство и реализация конкурентоспособных изделий на конкретном потребительском рынке. В настоящее время на внутреннем рынке Молдовы наблюдается большое разнообразие продукции, преимущественно зарубежного производства. Поэтому проблема поддержания конкурентоспособности отечественных производителей в Молдове является очень актуальной. В этом аспекте в республике проводятся различные мероприятия и разрабатываются проекты при поддержке иностранных инвесторов, направленные на повышение конкурентоспособности отечественных изделий, т.к. молдавские производители одежды при изготовлении, реализации и продвижении товаров на внутреннем рынке страны сталкиваются с рядом проблем. Для привлечения внимания покупателей к продукции отечественных производителей необходимо создать такие конкурентные преимущества продукта, которые обеспечат ему наибольший спрос у потребителей. В свою очередь, эффективность процесса производства конкурентоспособной продукции во многом зависит от целого ряда внешних и внутренних факторов, которые необходимо периодически исследовать и анализировать на каждом предприятии в отдельности.

2. ХАРАКТЕРИСТИКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ И КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ

Как показывает анализ, для того, чтобы повысить конкурентоспособность товара, ему необходимо придать такие характеристики и свойства, называемые конкурентными преимуществами, которые создадут для предприятия определенное превосходство над его прямыми конкурентами [1].

Само слово конкуренция произошло от «*concurrere*» - в переводе с языка древних римлян обозначает «сталкиваться» [2]. Существует большое количество определений конкурентоспособности и самого понятия конкуренции.

По нашему мнению, наиболее отражающим сущность конкуренции является

следующее определение: *конкурентоспособность* – это возможность компании балансировать между поддержанием интереса клиентов к продукции и получением максимально возможной прибыли [2]. То есть, прибыль предприятия напрямую зависит от тех конкурентных преимуществ, которыми обладает их продукция.

Характеристики конкурентоспособности могут быть самыми различными, и относиться как к самому товару, так и к дополнительным услугам, к формам производства, сбыта или продаж, специфичным для фирмы или товара.

Относительное превосходство конкурента может быть обусловлено различными *факторами*. В общем виде эти факторы можно сгруппировать в две широкие категории, исходя из создаваемых ими преимуществ, которые могут быть внутренними и внешними:

- 1) конкурентное преимущество называется *«внешним»*, если оно основано на отличительных качествах товара, которые образуют ценность для покупателя за счет либо сокращения издержек, либо повышения эффективности. Внешнее конкурентное преимущество, следовательно, увеличивает «рыночную силу» фирмы в том смысле, что она может заставить рынок принять цену продаж выше, чем у приоритетного конкурента, не обеспечивающего соответствующего отличительного качества.
- 2) конкурентное преимущество является *«внутренним»*, если оно базируется на превосходстве фирмы в отношении издержек производства, управления фирмой или товаром, которое создает «ценность для изготовителя», позволяющую добиться меньшей себестоимости, чем у конкурента.

3. ХАРАКТЕРИСТИКА СТРУКТУРЫ ФАКТОРОВ, ОКАЗЫВАЮЩИХ ВЛИЯНИЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Анализ конкурентных позиций предприятия на рынке предполагает выяснение не только его сильных и слабых сторон, но также и тех факторов, которые в той или иной степени воздействуют на отношение покупателей к предприятию [3].

Фактор является основным ресурсом, движущей силой экономических, производственных процессов, оказывающих влияние на результат производственной, экономической деятельности.

К факторам конкурентоспособности относятся те явления и процессы производственно-хозяйственной деятельности предприятия и социально-экономической жизни общества, которые вызывают изменение абсолютной и относительной величины затрат на производство, а, в результате, и изменение уровня конкурентоспособности предприятия. Факторы могут изменять конкурентоспособность предприятия в сторону повышения и в сторону уменьшения.

Факторы определяют средства и способы использования резервов конкурентоспособности. Наличие самих факторов недостаточно для обеспечения конкурентоспособности. Получение конкурентного преимущества на основе факторов зависит от того, насколько эффективно они используются и где, в какой отрасли они применяются.

К факторам конкурентоспособности предприятия относят [3]:

- финансовое положение предприятия;

- состояние базы для собственных научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок и уровень расходов на них;
- наличие передовой технологии;
- обеспеченность высококвалифицированными кадрами; способность к продуктовому и ценовому маневрированию;
- наличие сбытовой сети; состояние технического обслуживания;
- возможность кредитования;
- действенность рекламы и средств стимулирования сбыта;
- обеспеченность информацией, платежеспособность основных покупателей (рисунок 1.).



Рисунок 1: Характеристика факторов конкурентоспособности предприятия

Деятельность любого предприятия находится под воздействием как факторов, которые возникают при замкнутом контакте субъекта экономики и управленческой задачи, так и факторов, возникающих при открытом взаимодействии предприятия с внешней средой при решении той же задачи. Вся совокупность факторов конкурентоспособности предприятия по отношению к нему подразделяется на внешние и внутренние. Таким образом, конкурентоспособность предприятия представляет собой совокупность, с одной стороны, характеристик самого предприятия (*внутренних факторов*), а с другой стороны – *внешних* по отношению к нему *факторов*.

Внутренние производственные факторы – это объективные критерии, которые определяют возможности предприятия по обеспечению собственной конкурентоспособности. Это те факторы, которые полностью контролируются и изменяются руководством фабрики для достижения определённых целей (рисунок 2.).

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ СИСТЕМЫ ФАКТОРОВ, ОКАЗЫВАЮЩИХ ВЛИЯНИЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

На базе анализа типовой структуры производственных факторов, выявлена и структурирована система факторов, оказывающих влияние на конкурентоспособность конкретного действующего предприятия (рисунок 2.)

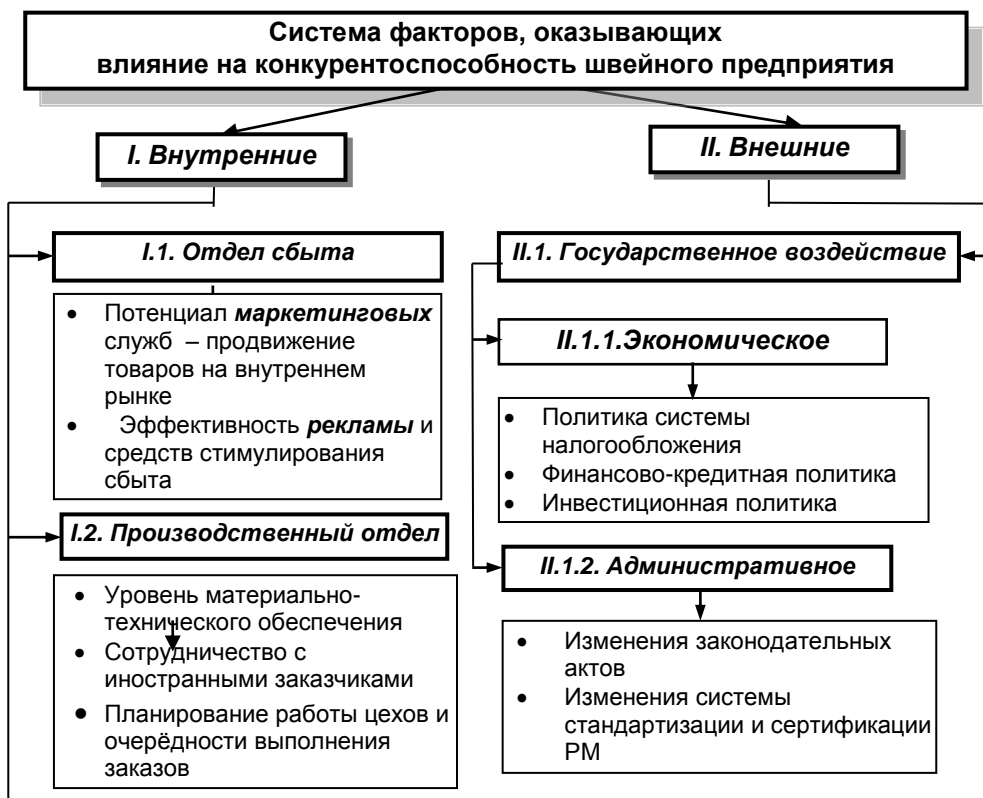


Рисунок 2: Классификация системы факторов, оказывающих влияние на конкурентоспособность швейного предприятия (начало)

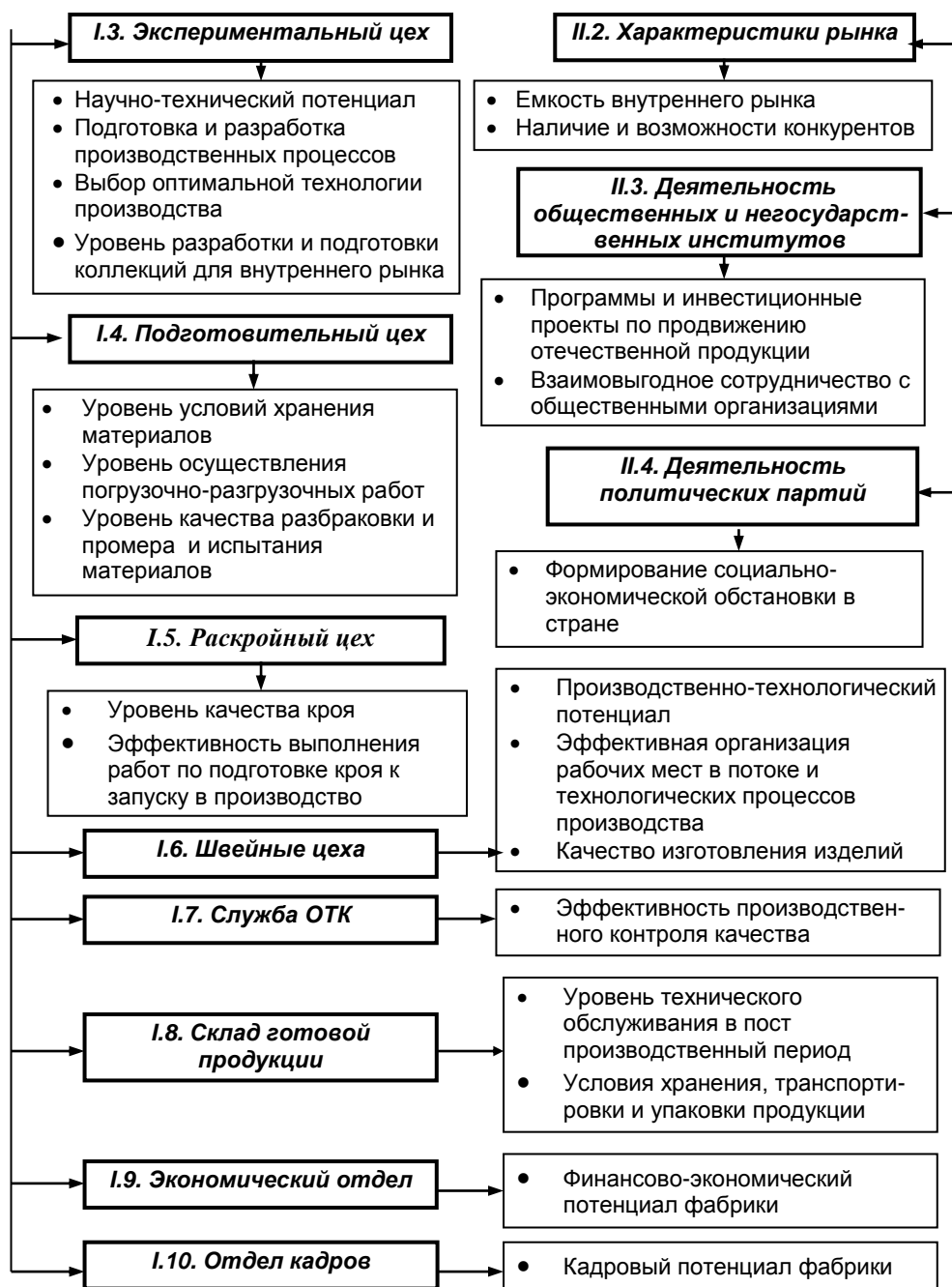


Рисунок 2: Классификация системы факторов, оказывающих влияние на конкурентоспособность швейного предприятия (*продолжение*)

5. ВЫВОДЫ

Таким образом, исследование и анализ структуры и содержания производственных факторов является важным этапом для проектирования конкурентных преимуществ предприятия, которые оказывают решающее влияние на конкурентоспособность выпускаемых изделий. Результаты такого анализа обязательно должны быть учтены при разработке практических рекомендаций по оптимизации технологического процесса швейного производства, что в конечном итоге будет способствовать улучшению качества готовых изделий, повышению производительности труда, снижению издержек производства, более полному удовлетворению потребностей потребителей, завоеванию новых сегментов рынка, увеличению объема продаж предприятия, поднятию престижности изделий брэнда, улучшению финансового положения предприятия, а, следовательно, и повышению конкурентоспособности выпускаемых изделий, а также швейного предприятия в целом.

6. ЛИТЕРАТУРА

- [1] Покидько Н., Сугак О. *Разработка основных стратегий в проектировании конкурентных преимуществ товаров* // Conferința Tehnico-Științifică a Colaboratorilor, Doctoranzilor și Studenților, 15-17 noiem. [2012 a Univ. Tehn. a Moldovei] / Univ. Tehn. a Moldovei. – Chișinău : UTM, 2013. – ISBN 978-9975-45-249-6. Vol.3 – 2013. – 523 p., p. 343-344. ISBN 978-9975-45-251-9.
- [2] Скуднова Н.И. *Управление конкурентами. Шах и мат на бизнес поле.* - Санкт Петербург, 2008.
- [3] *Понятие факторов, влияющих на конкурентоспособность, и их классификация. Внутренние и внешние факторы конкурентоспособности предприятия* // http://www.e-reading.co.uk/chapter.php/99984/86/Dushen'kina_-_Ekonomika_predpriyatiya___konspekt_lekciii.html : просмотр 22.10.2013.
- [4] Покидько Н. Анализ стратегий проектирования конкурентных преимуществ изделий в аспекте инновационных технологий: магистерская диссертация. – Кишинев: ТУМ, 2014.