

**Жаданова Анна Андреевна**  
студент 4 курса  
ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет»  
г.Оренбург, Россия  
annazhadanova@gmail.com

### **Конкурентоспособность как ключевой фактор успеха**

*Данная статья посвящена анализу конкурентоспособности компании. В статье рассматриваются основные понятия и ключевые факторы конкурентоспособности, а также тенденции формирования предпринимательских структур. Актуальность данной темы заключается в постоянном росте предприятий и разнообразии предложения на рынке, жесткой конкуренции между предприятиями и необходимости усиливать свои конкурентные преимущества.*

**Ключевые слова:** маркетинг, конкуренция, конкурентоспособность

**Anna A. Zhadanova**  
student  
Orengbourg State Univarsity  
Orengbourg, Russia  
annazhadanova@gmail.com

### **Competitiveness as a Key Factor of Success**

*This article provides analysis of company's competitiveness. The main concepts and key factors of competitiveness, as well as tendencies of formation of entrepreneurial entities are considered in the work. The relevance of the topic consists in permanent growth of enterprises and diversity of market supply, fierce competition among enterprises and necessity of reinforcing of competitive advantages.*

**Keywords:** marketing, competition, competitiveness

Экономическая природа конкуренции связана с расщеплением экономической власти. Под этим понимается, что присутствие конкуренции указывает как на возможность закрепления за предприятием определенной экономической свободы, так и рассредоточение экономической власти среди агентов рынка. Роль конкуренции не исчерпывается ограниченными воздействиями, а является средой для развития предприятия.

Существует множество подходов к понятию конкуренции. Конкуренция представляет собой экономический процесс взаимодействия, взаимосвязи и борьбы между предприятиями на рынке в целях обеспечения лучших возможностей сбыта своей продукции, удовлетворения разнообразных потребностей покупателей [1]. Другой подход к пониманию конкуренции представляет конкуренцию, как борьбу экономических субъектов за ограниченные экономические ресурсы. Конкуренция является ключевым понятием рыночных отношений и проявляется в соперничестве за заключение договоров, сделок и долей участия в рыночной сфере. Под конкуренцией также понимается процесс взаимодействия поставщиков и производителей, которые используют свои конкурентные преимущества в реализации товара, а также соперничество между фирмами или поставщиками за выбор покупателя [1].

Важную роль конкуренция играет, создавая благоприятные условия для развития предпринимательских структур, так как противодействует монопольным проявлениям, сдерживает рыночную власть некоторых фирм. Конкуренция обеспечивает равные принципы состязательности и тем самым обуславливает существование многообразных типов и форм предприятий.

Конкуренция играет важную роль в предпринимательской активности, задавая критерии эффективного ведения бизнеса, поиска лучших способов и условий его ведения, разработки новых технологий в усовершенствовании товара или услуги, улучшением сервиса и обслуживания, введения

новаторств, совершенствование форм и типов видения бизнеса. Не только повышение качества и сокращение затрат, но и поиск новых рынков, создание новых товаров и услуг, применение новых методов предпринимательства становится повседневной заботой предпринимателя. Рассредоточение экономической власти является основой конкуренции, так как на рынке находится большое количество покупателей и продавцов и каждый из них не способен предъявить спрос или предложение на такое количество продукта, чтобы заметно повлиять на его цену.

Без конкуренции невозможно ведение рыночных отношений, она является ключевым звеном экономики, а значит, выполняет ряд функций:

1) функция регулирования заключается в том, что для того, чтобы устоять в конкурентной борьбе руководство предприятия должно предлагать такие товары, которые предпочитает потребитель;

2) функция мотивации. Предприятия, которые предлагают потребителям лучшие по качеству товары или производимые с наименьшими затратами, получают вознаграждение в виде прибыли. Компании, которые не реагируют на желания потребителей или нарушения правил конкуренции уходят в убытки или вытесняются с рынка;

3) функция распределения. Конкуренция не только стимулирует к высокой и качественной производительности, но и позволяет распределять доход среди компаний и хозяйств в соответствии с их эффективным вкладом;

4) функция контроля, представляет собой контроль и ограничение экономической силы каждого предприятия;

5) инновационная функция, предполагает собой осуществление и внедрение инноваций для достижения высоких результатов и высокой конкурентоспособности

б) оптимизационная: конкуренция обеспечивает реализацию интересов потребителя и производителя на рынке, формируя состояние социального оптимума.

Выпуская конкурентоспособную продукцию, компания обеспечивает себе устойчивое место на рынке за счет использования методов ценовой и неценовой конкуренции. Отсутствие конкурентной среды делает неэффективным использование рыночных механизмов в регулировании деятельности естественных монополий.

Конкурентоспособность является ключевым фактором успеха предпринимательской деятельности, так как помогает предприятию развиваться и совершенствоваться. Наличие большого числа производителей одинаковой по своему функциональному назначению или взаимозаменяемой продукции подталкивает производителей делать свой товар лучше, совершенствовать технологии производства, обновлять ассортимент, совершенствовать маркетинговую стратегию предприятия, улучшать обслуживание, участвовать в благотворительных акциях и совершенствовать корпоративно-социальную ответственность фирмы, повышающих имидж компании, и соответственно ее конкурентоспособность, и другое [2].

Ключевые факторы успеха или конкурентные преимущества представляют собой характерный для определенной отрасли перечень факторов, который приносит предприятию преимущество в отрасли или перед другими предприятиями. Эти факторы не являются постоянными, они меняются в зависимости от особенностей отраслей, времени и этапа жизненного цикла, сегмента рынка и другое.

Ключевые факторы успеха базируются на:

- 1) научно-техническом уровне производства и продукта;
- 2) уровне маркетинга;
- 3) уровне менеджмента;

- 4) организационно-техническом уровне производственных процессов;
- 5) финансово-экономическом уровне предприятия;
- б) уровне персонала и другое.

Таким образом, на предприятии преимуществом может быть, как один фактор, так и несколько. Для каждой отрасли есть свои требования к комбинации приведенных ключевых факторов успеха, но для успешной деятельности предприятия какой-либо отрасли каждый из них может стать инструментом победы в конкурентной борьбе [3].

Говоря о характеристиках, которые можно рассматривать, как конкурентные преимущества предприятия нужно отметить, что эти характеристики должны быть значимыми с точки зрения условий конкуренции и требований рынка, а также должны соответствовать ключевым факторам успеха. Характеристики должны быть устойчивы в изменяющейся среде, доступными в использовании для маркетинговых стратегий компании, недоступными для легкого копирования или воспроизведения предприятиями конкурентами. Преимущества должны выгодно отличать предприятия от конкурентов, эти характеристики могут быть разнообразны. Начиная от более качественного обслуживания и сервиса, разработки программ лояльности, снижение цены, послепродажного обслуживания до введения новых технологий в производство. При этом нужно отличать, что конкурентоспособность чаще всего рассматривается в двух аспектах, таких как конкурентоспособность товара и конкурентоспособность предприятия. Конкурентоспособность товара представляет собой степень соответствия товара на определенный момент требованиям целевого сегмента или рынка по важным характеристикам. Конкурентоспособность предприятия представляет собой уровень его компетенции в технологиях, использования ресурсов, производственного потенциала, уровня обслуживания, знаний персонала, в результативных

показателях качества продукции, прибыльности. Ключевые факторы успеха предприятия базируются на уровне маркетинга, менеджмента, организационно-техническом уровне производственных процессов, персонала, финансовом [4].

Выживание в долгосрочной перспективе означает, что предприятие успешно справляется со своими задачами и приносит своей деятельностью удовлетворение тем, кто входит в сферу ее делового взаимодействия. Конкуренция позволяет предприятию развиваться и расти, совершенствовать свою деятельность в разных направлениях своей деятельности, что помогает предприятию расширить свои рынки, увеличить продажи, выйти на новые сегменты, повысить уровень имиджа и узнаваемости.

#### **Список источников и литературы**

1. Записки маркетолога [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.nostgroup.ru/marketingovye-issledovaniya/analiz-konkurentov/> / – 12.10.16
2. Мокроносов А. Г., Маврина И. Н. Конкуренция и конкурентоспособность: учебное пособие/ Мокроносов А. Г. , Маврина И. Н. - Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2014 – 192 с. – ISBN: 978-5-7996-1098-2
3. Business Excellence: ежемес. журнал/ учредитель Изд. группа ООО «РИА «Стандарты и качество» – 2000, сентябрь – . – Москва: Изд-во ООО «РИА «Стандарты и качество», 2015 – . – ISSN: 1813-9485 – 2015, №9 (56)
4. Баканач Н.Е., Понятие менеджмента изменениями бизнеса. Научные монографии / Баканач Н.Е. – М.: Лаборатория книги, 2015 – 142 с. – ISBN: 978-5-504-00554-6.

## References

1. Zapiski marketologa. Available at: <http://www.nostgroup.ru/marketingovye-issledovaniya/analiz-konkurentov/> (accessed on 12.10.17)
2. Mokronosov A. G., Mavrina I. N. Konkurenciya i konkurentosposobnost': uchebnoe posobie. Mokronosov A. G. , Mavrina I. N. Ekaterinburg: Izdatel'stvo Ural'skogo universiteta, 2014. 192 p. ISBN: 978-5-7996-1098-2
3. Business Excellence: ezheemes. Zhurnal. uchreditel' Izd. gruppa OOO «RIA «Standarty i kachestvo». 2000, sentyabr'. Moskva: Izd-vo OOO «RIA «Standarty i kachestvo», 2015. ISSN: 1813-9485 – 2015, No 9 (56)
4. Bakanach N.E., Ponyatie menedzhmenta izmeneniyami biznesa. Nauchnye monografii. Bakanach N.E. M. Laboratoriya knigi, 2015. 142 p. ISBN: 978-5-504-00554-6.

### Выходные данные статьи:

ЖАДАНОВА, Анна Андреевна. Конкуренентоспособность как ключевой фактор успеха. Журнал "У". Экономика. Управление. Финансы., [S.l.], n. 4, ноя. 2017. ISSN 2500-2309. Доступно на: <<http://journal.portal-u.ru/index.php/journal/article/view/101>>. Дата доступа.