

Жаксылых Мади

магистрант

Асаинов Архат Жоламанович

магистр экон. наук, старший преподаватель

Сарыбаева Инара Ельшатовна

магистр экон. наук, преподаватель

АО «Казахский университет технологии и бизнеса»

г. Астана, Республика Казахстан

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Аннотация: конкуренция как основа рыночной экономики – это мощный стимул экономического роста. Авторами статьи рассмотрены внешние и внутренние факторы конкурентного преимущества предприятия.

Ключевые слова: конкурентоспособность, предприятия, современные условия, продукция, факторы, внешние факторы, внутренние факторы, организация.

Для успешного конкурентного противоборства предпринимателю необходимо не только производить высококачественную продукцию, но и постоянно повышать ее технический уровень. Поэтому конкуренция между предпринимателями есть не иное, как продвижение новых, более эффективных товаров и услуг, новых идей, новых разработок. Жизнь показывает, что именно благодаря конкуренции и на ее основе государства с рыночной экономикой характеризуются более интенсивным продвижением вперед, когда результат объективно зависит не только от набора технических, эстетических, эргономических и других свойств, но и от условий их реализации (цена, сроки поставки, сервис, престиж фирмы, риск и т. д.). Конкуренция является ключевым моментом конструкции рыночной экономики. Основная цель конкурирующих субъектов на рынке строительных услуг – реализовать свою продукцию с целью удовлетворения потребностей общества и получения наибольшей прибыли.

По результатам проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

- большинство авторов не рассматривают понятие «конкурентоспособности предприятия» с точки зрения занимаемой доли рынка и конкурентоспособности продукции, выпускаемой предприятием. Такой подход является не совсем точным с точки зрения экономической сущности; конкурентоспособность предприятия характеризует величину и эффективность использования всех ресурсов предприятия;
- конкурентоспособность предприятия является динамичным показателем, изменения которого зависят как от внешних, так и от внутренних факторов;
- конкурентоспособность предприятия является показателем относительным. Базой для сравнения являются аналогичные показатели конкурентоспособности предприятий конкурентов либо идеальных (эталонных) предприятий;
- конкурентоспособность продукции и предприятия являются взаимосвязанными понятиями. Тем не менее, предприятие является опосредованным носителем свойства конкурентоспособности через свои товары и услуги. Однако конкурентоспособность предприятия определяется характеристиками, отличными от используемых при определении конкурентоспособности товара;
- конкурентоспособность – это свойство объекта, характеризующееся степенью удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами на данном рынке;
- конкурентоспособность предприятия – это способность выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на данном рынке;
- конкурентоспособность предприятия показывает уровень развития данной фирмы в сравнении с уровнем развития конкурентных фирм по степени удовлетворения своими товарами потребности людей и по эффективности производственной деятельности;
- конкурентоспособность предприятия характеризует величину привлекательности данного предприятия для инвестора;

-
- на конкурентоспособность предприятия оказывает влияние социальная среда;
 - на конкурентоспособность предприятия оказывает влияние экологическая среда.

Очевидно, что конкурентоспособность предприятия (фирмы, организации) означает его способность производить конкурентоспособную продукцию за счет эффективного использования своего ресурсного потенциала, качества организации производства и его управления. При этом конкурентоспособность интегрирует все аспекты и факторы функционирования и развития предприятия как объекта управления. В этой связи становится необходимым анализ процессов создания конкурентных преимуществ на уровне предприятия как основной структурной единицы экономики.

Факторы конкурентного преимущества организации подразделяются на внешние, проявление которых в малой степени зависит от организации, и внутренние, почти целиком определяемые руководством организации. Внешние факторы конкурентного преимущества организации определяются следующими показателями:

- уровень конкурентоспособности страны;
- уровень конкурентоспособности региона;
- уровень конкурентоспособности отрасли;
- государственная поддержка малого и среднего бизнеса в стране и регионах;
- правовое регулирование функционирования экономики страны и регионов;
- открытость общества и рынков;
- научный уровень управления экономикой страны и другими системами;
- национальная система стандартизации и сертификации;
- государственная поддержка науки и инновационной деятельности;

- качество информационного обеспечения управления на всех уровнях иерархии;
- уровень интеграции внутри страны и в рамках мирового сообщества;
- налоговые ставки в стране и регионах; – процентные ставки в стране и регионах;
- наличие доступных и дешевых природных ресурсов;
- система подготовки и переподготовки управленческих кадров в стране;
- климатические условия и географическое положение страны или региона;
- уровень конкуренции во всех областях деятельности в стране.

Значение каждого преимущества можно рассчитывать количественно и проанализировать в динамике. Однако интегрировать все преимущества в единый показатель вряд ли возможно. Чем больше организация имеет конкурентных преимуществ, тем выше ее конкурентоспособность, эффективность и перспективность. Для этого необходимо повышать научный уровень управления и наращивать новые конкурентные преимущества.

Список литературы

1. Послание Президента РК Н.А. Назарбаева народу Казахстана. Стратегия вхождения Казахстана в число 50-ти наиболее конкурентоспособных стран мира, март, 2006 г.
2. Буглай В.Б. Международные экономические отношения / В.Б. Буглай, Н.Н. Ливенцев. – М.: Финансы и статистика, 2006. – С. 25.
3. Магомедова А.И. ГATT: правовая природа и структура / А.И. Магомедова, Е.З. Хасanova; редакция журнала «Вестник Санкт-Петербургского Государственного Университета», Серия: Философия и социально-экономические науки, СПб., 2000.
4. Конкурентоспособность объектов рыночных отношений [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://economics.studio/ekonomika-predpriyatiy/konkurentosposobnost-obektov-rynochnyih.html> (дата обращения: 12.05.2017).