

**К ВОПРОСУ О ФАКТОРАХ,  
ОПРЕДЕЛЯЮЩИХ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ  
ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО БИЗНЕСА**

*Р.И. Фаткуллин*

Анализ состояния российской экономики показывает, что низкая конкурентоспособность российского бизнеса ведет к повышению зависимости

российской экономики от зарубежных производителей и влечет за собой ряд негативных социальных последствий.

Предприятия малого бизнеса являются важной составляющей экономики России, что, в первую очередь, обусловлено такими их преимуществами, как высокая мобильность производства, чуткость к потребностям рынка и возможность максимальной ориентации на конечного потребителя.

В последнее время вопросам конкурентоспособности предприятий малого бизнеса уделяется огромное внимание и со стороны государства: совершенствуется законодательная база в области развития малого бизнеса, разрабатываются федеральные и региональные программы поддержки предприятий малого бизнеса, увеличиваются объемы государственного и регионального финансирования, направляемые на развитие этих предприятий.

Как правило, ключевыми причинами низкой конкурентоспособности отечественных производителей являются отсутствие системного подхода к управлению предприятием, низкая инновационная активность, недостаточная направленность на конечного потребителя.

Кроме того, недостаточно проработаны вопросы комплексного подхода к оценке конкурентоспособности, как отдельных товаров, так и компании в целом. В результате возникают сложности с определением текущих позиций на рынке, и с прогнозированием динамики конкурентоспособности [3].

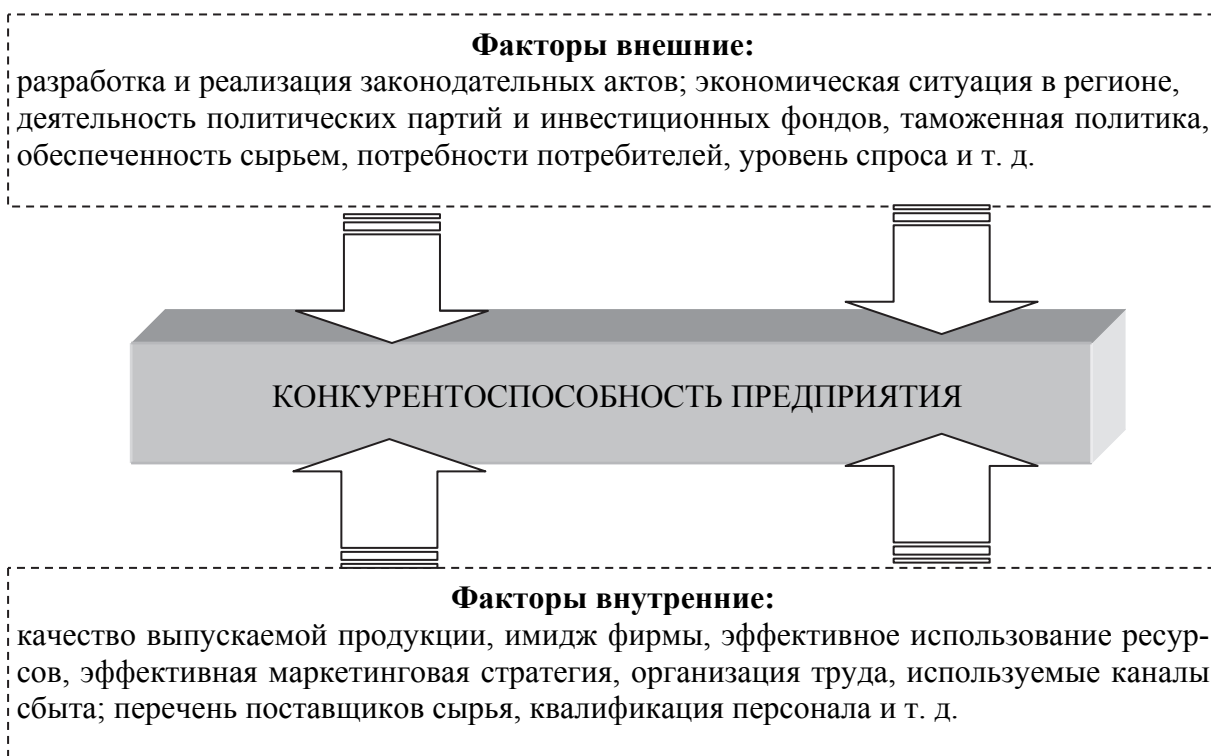
Трансформация подходов к управлению конкурентоспособностью предприятий позволит повысить социально-экономическую значимость данного сектора экономики, и что не менее важно, обеспечить российского потребителя высококачественной, отвечающей современным требованиям, конкурентоспособной продукцией.

Необходимо отметить, что большинство авторов, работающих в данном направлении, указывают на существенное различие понятий конкурентоспособность продукции и конкурентоспособность предприятия. Безусловно, эти понятия неотделимы друг от друга и находятся во взаимосвязи, однако большинство определений конкурентоспособности продукции сводятся лишь к его способности удовлетворять потребности потребителя и быть для него привлекательным [1, 3].

Производство конкурентоспособной продукции является необходимым условием обеспечения конкурентоспособности предприятия на рынке, однако не всегда является гарантией этого.

Победа в конкурентной борьбе за экономическое благополучие, а иногда и за выживание является желанной целью для любого предприятия. И это всегда – результат своевременных и грамотных решений, направленных на повышение конкурентоспособности, как производимой продукции, так и конкурентоспособности самого предприятия [2].

Более того, конкурентоспособность является категорией динамической, её изменения обусловлены воздействием, как внутренних, так и внешних факторов (см. рисунок).



#### Факторы, определяющие конкурентоспособность предприятия

Внешние факторы, в большинстве случаев не поддаются влиянию со стороны предприятия и в свою очередь их можно разделить на две составляющие группы [1]:

- *факторы макроуровня* – это факторы национального характера, касающиеся экономической, международной, социальной политики государства, уровня развития научно-технического процесса, антимонопольной, финансово-кредитной политики государства, наличия и совершенствования федеральных программ поддержки развития малого бизнеса и т. д.

- *факторы мезоуровня* – факторы регионального характера, к числу которых можно отнести природно-климатические и экологические условия, уровень развития образования в регионе, особенности экономических механизмов регулирования регионального рынка, развитие и возможности сырьевой базы, емкость рынка отдельных сегментов и степень их насыщения, активность конкурентов, уровень спроса на отдельные группы товаров, наличие родственных и поддерживающих отраслей и т. д.

Несмотря на неуправляемость этих факторов со стороны предприятия, они оказывают огромное влияние на конкурентоспособность отдельных товаров и организации в целом, что определяет их присутствие в различных стратегиях управления конкурентоспособностью.

Однако большую эффективность приобретает та стратегия, в которой значительная роль отводится внутренним факторам, среди которых неуправляемые просто отсутствуют.

Для управления внутренними факторами, в первую очередь необходи-

ма их четкая систематизация. Так большинство авторов среди внутренних факторов выделяют следующие группы [1]:

– *факторы материально-технические*, среди которых: обеспеченность качественными сырьевыми ресурсами, производственными помещениями и современным технологическим оборудованием, необходимыми для производства качественной продукции заданного ассортимента, уровень развития инфраструктуры и т. д.

– *факторы научно-технические*: уровень развития инновационной деятельности предприятия; наличие и уровень взаимоотношений с научными организациями – источниками инновационных разработок; наличие собственных разработок, позволяющих получать конкурентоспособную продукцию; возможность внедрения наукоемких технологий и т. д.

– *факторы экономические*, в том числе: величина уставного капитала предприятия; стабильность экономических показателей развития; уровень развития инвестиционной деятельности; возможность осуществлять финансовые вложения; используемая политика в области управления рисками; эффективность управления капиталом и т. д.

– *факторы организационно-управленческие*, в числе которых: уровень организационной структуры предприятия; степень мотивации персонала; эффективное распределение обязанностей внутри предприятия; уровень организации труда; наличие и эффективность системы менеджмента качества; организация системы контроля качества выпускаемой продукции; уровень развития логистической сферы деятельности предприятия и т. д.

– *факторы маркетинговые*: наличие собственной стратегии сбытовой политики и уровень ее ориентации на конечного потребителя; степень развития аналитической работы; использование эффективных методик расчета конкурентоспособности и анализа портфеля товаров; качество и экономическая эффективность используемых технологий продвижения и т. д.

– *факторы кадровые*: обеспеченность необходимыми кадрами; уровень квалификации персонала; заинтересованность и степень направленности предприятия на высокий уровень профессиональной подготовки кадров; наличие собственных центров обучения; качество социального пакета и т. д.

Таким образом, конкурентоспособность предприятия малого бизнеса базируется на совокупности факторов, охватывающих все составляющие его деятельности, и управление конкурентоспособностью должно:

- учитывать особенности государственного управления;
- базироваться на теории потребностей и ценностей;
- ориентироваться на наукоемкие технологии;
- учитывать ресурсные и сырьевые возможности и т. д. [4].

Только комплексный подход к управлению конкурентоспособностью позволит, обеспечить предприятию устойчивое положение на рынке, чет-

кое понимание сильных и слабых сторон, как в своей деятельности, так и в работе конкурентов, что в совокупности позволит обеспечить предприятию конкурентное преимущество в любой момент времени.

#### Библиографический список

1. Пехтерев, В.В. Эндогенные факторы конкурентоспособности предприятия / В.В. Пехтерев // Менеджмент и Бизнес-Администрирование. – 2009. – № 1. – С. 34–37.
2. Плишкин, Д.С. Формирование конкурентоспособности региональных предприятий малого и среднего бизнеса / Д.С. Плишкин // Журнал «Инновации и инвестиции». – 2008. – № 4. – С. 107–109.
3. Попова, Л.А. Стратегические и тактические аспекты конкурентной борьбы на рынке предприятий мебели в России в современных условиях / Л.А. Попова // Транспортное дело России. – 2009. – № 4. – С. 22–25.
4. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: учебник / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Изд-во Эксмо, 2005. – 544 с.
5. Фатхутдинов, Р.А. Стратегическая конкурентоспособность: учебник / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Изд-во Экономика, 2005. – 504 с.