

3. Результаты функционирования режима ТОР за 2021 год (предварительные итоги). Официальный сайт Инвестиционный портал Хабаровского края [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://invest.khv.gov.ru/ru/territoriya-razvitiya/o-toser/> (дата обращения: 14.04.2023).
4. Территории опережающего развития [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://forumvostok.ru/about/asez/> (дата обращения: 09.04.2023).
5. Территории опережающего социально-экономического развития. Официальный сайт Корпорация развития Дальнего Востока и Арктики [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://erdc.ru/about-tor/> (дата обращения: 07.04.2023).

DOI 10.34924/FRARC.2023.22.64.013

Милованов Ю.А.

РОЛЬ КОНКУРЕНТНОЙ ПОЗИЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

В настоящее время система хозяйствования диктует такие условия, которые требуют от предприятий постоянного повышения уровня своей конкурентоспособности. Различные организации при разработке стратегии развития и постановки целей уже должны думать о своих конкурентных преимуществах. Множество компаний не стремится охватить как можно большую долю рынка, а разрабатывает свои стратегии с уклоном на увеличение числа постоянных клиентов. За последние годы существенные изменения в мировой экономике наблюдались из-за влияния пандемии, что повлекло за собой существенные трансформации понятия конкурентной позиции. Роль процесса укрепления конкурентной позиции предприятия, разработка стратегии повышения конкурентоспособности в наши дни имеет первоочередную важность.

Под конкурентоспособностью понимают возможность конкретного субъекта или объекта соответствовать запросам заинтересованных лиц в сопоставлении с иными похожими субъектами или объектами.

Конкурентоспособность – это свойство объекта, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной

потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на рынке.

Конкурентоспособность может рассматриваться как основной критерий результативности предприятия.

Концепция обеспечения конкурентоспособности исходит из необходимости ускоренного удовлетворения условий требований рынка, насыщения его товарами, первоочередного или повышенного спросом, создание условий для достойного выхода на рынок и выживаемости предприятия в условиях жесткой конкуренции [1, с.295].

Большинство авторов трактуют термин «конкурентоспособность» как способность преобладать над соперниками в достижении цели.

Существует шесть методов оценки конкурентоспособности организаций:

1) Подход основан на оценке конкурентоспособности с позиций сравнительных преимуществ;

2) Оценка по территории равновесия предприятия и отрасли;

3) Структурный, его основанием послужили рыночные позиции, которые заняты конкретными предприятиями и данный подход учитывает степень монополизации отрасли;

4) Функциональный базируется на определении соотношений между такими показателями как издержки, цены, объем производства, рентабельность, норма прибыли, загрузки производственных мощностей и другие;

5) Оценка конкурентоспособности производителя по качеству продукции происходит с помощью использования многоугольных профилей. Основан на выявлении критериев удовлетворения потребностей и степени значимости каждой конкретной потребности для потребителя;

6) Матричная методика оценки конкурентоспособности фирмы Бостонской консалтинговой группы (БКГ), основанная на построение матриц и предварительном выборе стратегий [4,с.90].

Стратегия конкурентной борьбы и укрепления конкурентных позиций направлена на то, чтобы добиться устойчивого и выгодного положения на рынке, позволяющего компании противостоять напору тех сил, которые определяют конкурентную борьбу в отрасли.

Процесс оценки конкурентоспособности включает в себя следующие этапы:

1) проведение системного анализа предприятия;

2) выбор и использование методики для оценки конкурентоспособности;

3) разработка мероприятий, направленных на повышение конкурентоспособности компании.

Финансовые показатели являются составным элементом оценки конкурентоспособности организации. Поскольку конкурентоспособность организации является отражением внешних пользователей (стейкхолдеров), то ее финансовое положение в целях определения конкурентоспособности необходимо оценивать не на основе всех показателей финансового положения организации, а с помощью анализа трех сторон финансовой деятельности:

- финансовой устойчивости, ликвидности;
- платежеспособности;
- инвестиционной привлекательности.

Конкурентоспособность предприятия - способность прибыльно производить и реализовывать товарную продукцию по цене не выше и по качеству не хуже, чем у других рыночных контрагентов в своей рыночной нише [5, с.259].

Также можно отметить, что способность предприятия достигать собственных поставленных целей не всегда постоянна. Хозяйствующие субъекты также подвержены влияниям как внутренних, так и внешних. Внутренние факторы влияния представлены на рисунке 1.



Рисунок 1 – Внутренние факторы конкурентоспособности [3, с.88]

Внутренними факторами конкурентоспособности организация должна и имеет возможность управлять, а внешние факторы которые не зависят от действий хозяйствующего субъекта представлены на рисунке 2.

При анализе и достоверной оценке каждого из выше представленных факторов, это позволит организации создать стратегию повышения конкурентоспособности. Данная стратегия должна содержать в себе те изменения, которые послужат толчком улучшений на предприятии.



Рисунок 2 – Внешние факторы конкурентоспособности [2, с.480]

На микроуровне хозяйствующий субъект способен держать под контролем в первую очередь ресурсный фактор роста конкурентоспособности, исходя из этого повышение производительности труда, капиталоотдачи, общей эффективности производства весьма важно и зависит от политики самой компании по организации НИОКР, накоплению основного капитала, маркетинга, системы производственной кооперации, профессиональной подготовки и переподготовки кадров и т. д. [6, с.8].

Организация управления, технологический и финансовый потенциал предприятия могут обеспечить рост ресурсной составляющей конкурентоспособности. Проблематичнее контролировать рыночные цены на сырье и полуфабрикаты, а также на собственную готовую продукцию, так как уро-

вень цен во многом зависит от состояния мировой и национальной экономики.

Таким образом, можно сказать, что конкурентоспособность организации это есть способность использовать сильные и стороны компании, чтобы сконцентрировать усилия в той области, где она может занять лидирующие позиции на рынке и добиться высоких показателей результативности бизнеса. Это также способность компании конкурировать на рынке с производителями аналогичных товаров и услуг посредством обеспечения более высокого качества, доступных цен, создания условий для покупателей.

Библиографический список

1. Ашурова Г.А. Некоторые вопросы оценки конкурентоспособности предприятия / Г.А. Ашурова // Проблемы современной экономики. – 2020. – № 2 (62). – С. 295-297.
2. Базилевич С.В. Управление конкурентоспособностью предприятия / С.В. Базилевич // ЦИТИСЭ. – 2021. – № 2 (28). – С. 473-489.
3. Егоров А.С. Конкуренция и конкурентоспособность предприятий / А.С. Егоров // Российский экономический барометр. – 2021. – № 3 (83). – С. 3-16.
4. Зяблицкая Н.В. Конкурентоспособность организаций / Н.В. Зяблицкая // Актуальные научные исследования в современном мире. – 2021. – № 4-5 (72). – С. 87-91.
5. Тертышник М.И. Оценка уровня конкурентоспособности предприятий / М.И. Тертышкин // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2021. – Т. 10. – № 4 (37). – С. 259-262.
6. Устимкин О.А. Оценка и пути повышения конкурентоспособности предприятия / О.А. Устимен // Форум молодых ученых. – 2019. – №1 (29). – С. 7-10.