

Коваленко С. Н.

Одесский национальный университет им. И.И. Мечникова

**СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ ФАКТОРАМИ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Проблемы управления факторами конкурентоспособности в настоящий период обусловлены ужесточающимся характером конкуренции. Постоянные и стремительные изменения характера рыночной среды вынуждают искать все новые и

новые факторы привлечения внимания потребителя к выпускаемой продукции, в результате чего их выбор на практике не всегда носит системный характер. В теории же отсутствует четко прописанная комплексная система факторов конкурентоспособности. В специальной литературе в основном представлена информация о стандартном наборе факторов, включающем цену, издержки, качество, дифференциацию и так далее, то есть о факторах конкурентоспособности товара. О параметрах общеорганизационной конкурентоспособности также информация есть, но зачастую она представлена в виде отрывочного рассмотрения отдельных вопросов управления конкурентоспособностью. Например, это может быть исследование в области стратегий конкуренции или параметров дифференциации товара в конкурентной среде. Но взаимообусловленность этих и других системных составляющих проработана недостаточно. По этой причине представляет интерес прояснение полной системы факторов конкурентоспособности, их конкретизация, изучение взаимосвязей и взаимозависимости факторов. Уточнение и систематизация факторов конкурентоспособности позволит нам четко определить их структуру, выделить отдельные группы факторов.

В современный период сложилась тенденция к развитию системы факторов конкурентоспособности, ее усложнению. Так, есть факторы, оказывающие очень сильное влияние на решение потребителя о покупке, и, в то же время, они не являются зримыми: это репутация фирмы и ее продукта, это способ коммуникации с клиентом, этика и эстетика продажи и т.д. Неосознанным конкурентным преимуществам уделяется слишком мало внимания.

Можно также говорить об иерархичности показателей конкурентоспособности и соотнести выделяемые уровни с известной схемой - пирамидой управления, в которой обозначены три основных уровня руководства: низший, средний и высший (Топ-уровень). Низшему уровню соответствует оперативное управление, и на этом уровне обеспечивается конкурентоспособность продукции. Среднему уровню соответствует тактический уровень управления конкурентоспособностью, который оценивается с помощью интегрального показателя финансово-хозяйственного состояния предприятия. На высшем уровне осуществляется стратегическое управление и ему соответствует рост стоимости предприятия, конкурентоспособности.

Представим факторы конкурентоспособности в виде системы, которую для упорядоченности разобьем на три блока:

1. *Факторы конкурентоспособности товара:* сам "товар (услуга), цена и ценовая политика, цена потребления, качество и эксплуатационные характеристики, сервис и послепродажное обслуживание, уникальность (дифференциация), эстетика и внешний вид, новизна (инновации), персонализация товара;

2. *Экономико-технологические факторы конкурентоспособности предприятия:* низкие издержки производства, эффективность сбытовой сети, лицензии и патенты, развитие производства и инновации, применяемые технологии, материальное обеспечение, доступ к источникам сырья, фокусирование;

3. *Социальные факторы конкурентоспособности предприятия:* качество руководства предприятием, а также персонал предприятия в целом, как фактор, обеспечивающий реализацию всех вышеперечисленных: прикладной опыт, опыт обучения, преданность работе, лидерство, воспоминания, сторонние интересы, ноу-хау, профессиональные навыки, отношения, бренднейм, торговые марки, имидж торговой марки, имидж организации и деловая репутация, способ коммуникации с

клиентом, этика и эстетика продажи, базы данных, сервис и послепродажное обслуживание, реклама и PR;

При этом, взаимосвязь всех трех групп факторов можно представить схематично, учитывая порядок и зависимость факторов. На рис. 1 представлен совокупный перечень факторов конкурентоспособности предприятия, составленный по результатам анализа специальной литературы. Для наглядности он разбит на отдельные группы.

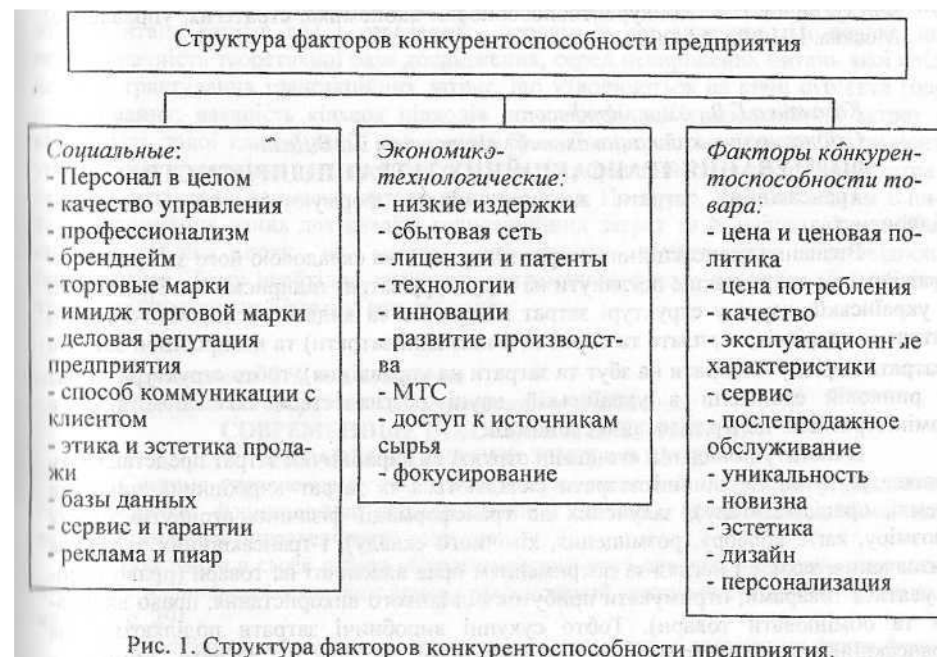


Рис. 1. Структура факторов конкурентоспособности предприятия.

Указанная совокупность факторов по содержанию разделена на социальные и экономико-технологические факторы, а также факторы конкурентоспособности товара, состояние которых зависит от эффективности применения двух вышеуказанных групп факторов.

Так, на наш взгляд, социальные факторы являются главной обеспечивающей основой для реализации экономико-технологических факторов, результатом применения которых будет произведенный товар с заданными характеристиками, соответствующими определенным стандартам по каждому фактору конкурентоспособности товара.

Конечными результатами применения факторов могут быть: рост рыночной стоимости акций, повышение дивидендов по акциям, положительная динамика прибыли, высокая рентабельность, рост стоимости предприятия (бизнеса). Кроме того, по этим показателям возможно отслеживание результативности применения факторов конкурентоспособности.

Литература:

И Коваленко С.Н. К вопросу о формировании комплексной системы факторов конкурентоспособности организации. Материалы 60-й научной конференции

профессорско-преподавательского состава и научных работников ЭПФ ОНУ им. И.И. Мечникова. 23-25 ноября 2005 г. С 267 - 270.

2. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. _ М.: Центр экономики и маркетинга, 1996.
3. Друкер П.Ф. Задачи менеджмента в 21 веке. Изд. Дом «Вильямс» Москва. Санкт-Петербург. Киев. 2001. с 65.
4. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. Москва. ИНФРА-М. 2000. 311с.