

Джакишева У.К.

**Факторы, влияющие  
на конкурентоспособность  
предпринимательской идеи**

В данной работе рассматриваются проблемы конкурентоспособности и факторы, влияющие на конкурентоспособность предпринимательской идеи на современном этапе. Создание конкурентных преимуществ перед соперником становится стратегическим направлением деятельности государства и его органов в области обеспечения конкурентоспособности национальной экономики. При этом повышение конкурентоспособности касается всех уровней ее иерархии: продукции (товаров и услуг), предприятия, отрасли, региона и страны в целом, но особую важность приобретает конкурентоспособность предприятия как основного звена экономики. Несмотря на большое количество факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятия, все же основным и определяющим из них остается его способность производить конкурентоспособную продукцию и создавать условия для ее продвижения на рынок. Сегодня для отечественных предприятий задача повышения конкурентоспособности выпускаемой продукции становится особенно актуальной в связи с тем, что негативные последствия экономических реформ в значительной степени ослабили их позиции на внутреннем и зарубежном рынках.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, ресурсы, основные факторы, развитые факторы.

Dzhakysheva U.K.

**Factors affecting the  
competitiveness of business ideas**

This paper discusses the problems of competitiveness and the factors affecting the competitiveness of entrepreneurial ideas at this stage. Creating a competitive advantage over rival becomes the strategic focus of the state and its agencies in the field of competitiveness of the national economy. At the same time improving the competitiveness applies to all levels of its hierarchy of products (goods and services), enterprise, industry, region and the country as a whole, but of special importance the company's competitiveness as the main component of the economy. Despite the large number of factors affecting the competitiveness of enterprises, yet basic and crucial of these is its ability to produce competitive products and create the conditions for it to market. its authorities in the field of competitiveness of the national economy. Today, the problem of domestic enterprises improve the competitiveness of products is particularly relevant in view of the fact that the negative impact of economic reforms, largely weakened their position in the domestic and foreign markets.

**Key words:** Competitiveness, resources, key factors, factors developed.

Джакишева У.К.

**Кәсіпкерлік көзқарастың  
бәсекеқабілеттілігіне  
әсер ететін факторлар**

Мақалада бәсекеге қабілеттілік мәселелері мен қазіргі таңдағы кәсіпкерлік көзқарас бәсекеқабілеттілігіне әсер ететін факторлар қарастырылған. Бәсекелес алдында бәсекеге қабілетті артықшылықтар жасау ұлттық экономиканың бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ету саласында мемлекеттік қызмет пен оның органдарының стратегиялық бағытына айналуға. Осымен қатар бәсекеқабілеттілікті арттыру оның барлық иерархиясының деңгейіне қатысты: өнім (тауар және қызмет), кәсіпорын, салалар, аймақтар мен жалпы мемлекет, бірақ маңызды болып экономиканың негізгі буыны ретінде кәсіпорынның бәсекеқабілеттілігі табылады. Кәсіпорынның бәсекеқабілеттілігіне әсер ететін факторлардың көптігіне қарамастан, ішіндегі ең анықтаушы және негізгісі болып бәсекеқабілетті өнім өндіріп, оны нарыққа шығару үшін жағдайлар жасау факторы табылады. Бүгінгі таңда экономикалық реформалардың жағымсыз әсерінен ішкі нарық пен шет ел нарықтарындағы жайғасымын әлсіретуіне байланысты шығарылатын өнімнің бәсекеқабілеттілігін арттыру отандық кәсіпорындар үшін өзекті мәселелер қатарында.

**Түйін сөздер:** Бәсекеқабілеттілік,, ресурстар, негізгі факторлар, дамыған факторлар.

## **ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА КОНКУРЕНТОСПО- СОБНОСТЬ ПРЕДПРИ- НИМАТЕЛЬСКОЙ ИДЕИ**

Конкурентоспособность – это способность определённого объекта или субъекта отвечать запросам заинтересованных лиц в сравнении с другими аналогичными субъектами и/или объектами. Объектами могут быть товары, предприятия, отрасли, регионы (страны, области, районы). Субъектами могут выступать потребители, производители, государство, инвесторы.

Организация – форма объединения людей для их совместной деятельности в рамках определенной структуры; учреждение, призванное выполнять заданные функции, решать определенный круг задач; корпорация, партнерство или частное предприятие.

Предприятие рассматривается двояким образом:

– с одной стороны – в качестве условно неделимого и автономного агента микроэкономического уровня, поведение которого определяется в значительной мере внешней средой, а также (в совокупности с поведением других таких же агентов) способствует или препятствует изменениям этой среды;

– с другой стороны – в качестве системы, обладающей внутренней институциональной структурой, которая активно взаимодействует с внешней аналогичной структурой.

Г.Б. Клейнер вычленяет базисное содержание понятия предприятия: «Предприятие задумывается и функционирует как непрерывно и неограниченно существующий автономный субъект экономики... это организация, в которой на систематической основе органически соединяются три вида процессов: производства продукции; реализации продукции; воспроизводства израсходованных ресурсов». С экономической точки зрения предприятие представляет собой систему, объединяющую три производственно-финансовых процесса (производство; реализация: воспроизводство) и три соответствующих им инновационных процесса.

Конкурентоспособность продукции и конкурентоспособность предприятия-производителя продукции соотносятся между собой как часть и целое. Возможность компании конкурировать на определенном товарном рынке непосредственно зависит от конкурентоспособности товара и совокупности экономических методов деятельности предприятия.

Часто понятие «конкурентоспособность предприятия» сводят к понятию «способность предприятия производить конкурентоспособный товар». Так, под конкурентоспособностью фирмы подразумевается способность использовать свои сильные стороны и концентрировать свои усилия в той области производства товаров или услуг, где она может занять лидирующие позиции на внутренних и внешних рынках. А. Воронов подтверждает, что «конкурентоспособность предприятия – это его способность выпускать и продавать конкурентоспособные товары». Однако, учитывая, что в настоящее время предприятия могут производить различные виды продукции и одновременно работать на различных товарных (отраслевых) рынках в рамках стратегий диверсификации, уровень конкурентоспособности предприятия и уровень конкурентоспособности продукции, производимой им, не совпадают. Наличие одного или нескольких видов конкурентоспособной продукции в номенклатуре не означает еще, что предприятие тоже является конкурентоспособным. Прежде всего следует отметить, что в качестве базы для сравнения уровня конкурентоспособности предприятия используются данные по предприятиям-конкурентам, а не по производимым товарам.

Конкурентоспособность продукции и конкурентоспособность организации, несмотря на их взаимообусловленность, отличаются по своей сущности:

определяются и применимы к разным временным промежуткам (конкурентоспособность продукции определяется в любой краткий промежуток времени, а конкурентоспособность организации применима к довольно длительному периоду времени);

конкурентоспособность организации зависит от уровня конкурентоспособности всего ассортимента продукции и эффективности каждого вида деятельности;

конкурентоспособность продукции является необходимым, но недостаточным условием конкурентоспособности организации.

Конкурентоспособность предприятия является более сложным и обобщающим понятием по сравнению с понятием «конкурентоспособность товара». Конкурентоспособность предприятия – интегральная числовая характеристика, с помощью которой оцениваются достигнутые предприятием конечные результаты его деятельности в течение определенного периода. Это система элементов, каждый из которых предназ-

начен для отражения числовой (например, балльной) оценки определенного вида потенциала. Конкурентоспособность предприятия обеспечивается за счет приобретаемых им разного рода преимуществ по сравнению с основными конкурентами, а именно: экономических, финансовых, инвестиционных, кадровых, имиджевых и т.п.

Рассмотрение конкурентоспособности организации через призму конкурентоспособности продукции – подход, реализуемый на оперативном или тактическом уровне управления, предполагающий принятие управленческих решений, позволяющих локализовать неблагоприятную ситуацию и минимизировать возможные потери. Стратегическая же конкурентоспособность возможна при наличии у организации устойчивых управляемых конкурентных преимуществ на длительную перспективу, одним из которых является альтернативный набор стратегий конкурентоспособности организации.

Обеспечение конкурентоспособности организации предполагает три уровня: оперативный, тактический и стратегический. Обеспечение конкурентоспособности на оперативном уровне означает обеспечение конкурентоспособности продукции. Критерием конкурентоспособности в данном случае является показатель конкурентоспособности продукции.

Конкурентоспособность на тактическом уровне характеризуется общим состоянием предприятия. Критерием конкурентоспособности в данном случае является комплексный показатель состояния предприятия.

Обеспечение конкурентоспособности на стратегическом уровне означает обеспечение инвестиционной привлекательности предприятия. Критерием конкурентоспособности в данном случае является рост стоимости предприятия. Конкурентоспособность предприятия в самом широком смысле можно определить как способность к достижению собственных целей в условиях противодействия конкурентов. Цели, как правило, имеют временную привязку. Поэтому можно сказать, что конкурентоспособность предприятия определяется его способностью вести успешную (в отношении поставленных целей) деятельность в условиях конкуренции в течение определенного времени.

Факторы конкурентоспособности организации подразделяются на внешние, проявление которых в малой степени зависит от организации, и внутренние, почти целиком определяемые руководством организации.

## Внешние факторы:

- государственная политика в отношении экспорта и импорта;
- уровень экономического развития страны;
- государственная экономическая политика в странах-экспортерах и импортерах товаров;
- эффективность функционирования рынков капитала и качество финансовых услуг;
- уровень развития инфраструктуры в стране;
- развитие научно-технологического потенциала;
- наличие и уровень квалификации трудовых ресурсов;
- амортизационная налоговая и финансово-кредитная политика, включая различные государственные и межгосударственные дотации и субсидии;
- таможенная политика и связанные с ней импортные пошлины, квоты:
  - система государственного страхования;
  - участие в международном разделении труда, разработке финансировании национальных программ по обеспечению конкурентоспособности предприятия;
  - государственная система стандартизации и сертификации продукции и систем ее создания;
  - государственный надзор и контроль за соблюдением: обязательных требований стандартов, правил обязательной сертификации продукции и систем, метрологический контроль;
  - правовая защита интересов потребителя;
  - основные характеристики рынка: его тип и емкость; наличие и возможности конкурентов;
  - деятельность общественных и негосударственных институтов.

## Внутренние факторы:

- производственная и организационная структура предприятия;
- учет и регулирование производственных процессов;
- уровень квалификации персонала;
- информационная и нормативно-методическая база управления;
- функционирование системы менеджмента качества;
- уровень стратегического управления;
- развитость сбытовой (дилерской) сети;
- степень защищенности конфиденциальной информации (безопасность системы информационного обеспечения);
- масштабы применения современных информационных технологий;
- использование сети Интернет для продажи продукции;

- ориентация на экономику, основанную на использовании знаний;
- регулярность привлечения инвестиций в развитие производства;
- размеры сформированной постоянной и лояльной клиентской базы;
- масштабы использования достижений НТП;
- репутация (гудвилл) предприятия;
- мотивация персонала на повышение качества товара;
- наиболее существенные стратегические конкурентные преимущества;
- эффективная конкурентная стратегия;
- своевременность проведения реструктуризации (слияние, поглощение, разделение);
- стоимость предприятия (бизнеса), отражающая его инвестиционную привлекательность [1].

Возможности непосредственного воздействия предприятия на факторы внешней среды достаточно ограничены, поскольку они преимущественно действуют объективно по отношению к предприятию. Реальные возможности обеспечения конкурентоспособности предприятия находятся в сфере факторов внутренней среды. Однако воздействовать на эти факторы можно с разной степенью эффективности. Так, как правило, значительных капиталовложений и длительного срока окупаемости требуют инновационные изменения технико-технологических условий работы.

Однако следует отметить, что при существующем в мире высоком уровне развития научно-технического прогресса производственный потенциал предприятий, который составляет значительную часть экономического потенциала, практически определяется используемыми в производстве современными технологиями. Применяемые на предприятии технологии формируют требования к количественному и качественному составу основных производственных фондов, системе коммуникаций, составу и квалификации промышленно-производственного персонала, используемым природным ресурсам (вода, топливо и т.п.), системе обработки информации. В свою очередь вышеназванные требования определяют производственную мощность предприятия, количество и качество оборотных средств, необходимых для реализации производственного процесса [2].

Вместе с тем для обеспечения конкурентоспособности предприятия при всей важности создания современных технико-технологических

условий производства необходимо также уделять внимание формированию адекватной данным условиям системы менеджмента на предприятии.

Поэтому среди внутренних факторов конкурентоспособности организации важнейшую роль играет уровень качества управления организацией, т.е. уровень подготовки менеджеров, умение правильно вести деловые операции в условиях постоянного изменения на рынке. Эти факторы считают ключевыми в определении конкурентоспособности организации на рынке.

Майкл Портер напрямую связывает факторы конкурентоспособности с факторами производства. Все факторы, определяющие конкурентные преимущества предприятия и отрасли, он представляет в виде больших групп.

Людские ресурсы – количество, квалификация и стоимость рабочей силы.

Физические ресурсы – количество, качество, доступность и стоимость участков, воды, полезных ископаемых, лесных ресурсов, источников гидроэлектроэнергии, рыболовных угодий: климатические условия и географическое положение страны базирования предприятия.

Ресурс знаний – сумма научной, технической и рыночной информации влияющей на конкурентоспособность товаров и услуг и сосредоточенной в академических университетах, государственных отраслевых НИИ, частных исследовательских лабораториях, банках данных об исследованиях рынка и других источниках.

Денежные ресурсы – количество и стоимость капитала, который может быть использован на финансирование промышленности и отдельного предприятия. Естественно, капитал неоднороден. Он имеет такие формы, как необеспеченная задолженность, обеспеченный долг, акции, венчурный капитал, спекулятивные ценные бумаги. У каждой из этих форм свои условия функционирования. С учетом различных условий их движения в разных странах они будут в значительной степени определять специфику экономической деятельности субъектов в разных странах.

Инфраструктура – тип, качество имеющейся инфраструктуры и плата за пользование ею, влияющие на характер конкуренции: транспортная система страны, система связи, почтовые услуги, перевод платежей и средств из банка в банк внутри и за пределы страны, система здравоохранения и культуры, жилищный фонд и его привлекательность с точки зрения проживания и работы.

Все факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия, М. Портер предлагает делить на основные и развитые.

Основные факторы – это природные ресурсы, климатические условия, географическое положение страны, неквалифицированная, полуквалифицированная рабочая сила, дебетовый капитал.

Развитые факторы – современная инфраструктура обмена информацией, высококвалифицированные кадры (специалисты с высшим образованием, специалисты в области ПК) и исследовательские отделы университетов, занимающиеся сложными высокотехнологичными дисциплинами.

Деление факторов на основные и развитые является условным. Основные факторы существуют объективно либо для их создания требуются незначительные государственные и частные инвестиции. Как правило, создаваемое ими преимущество нестойко, а прибыль от использования низка. Особое значение они имеют для добывающих отраслей, связанных с сельским и лесным хозяйством, и отраслей, применяющих в основном стандартизованную и малоквалифицированную рабочую силу. Гораздо большее значение для обеспечения конкурентоспособности предприятия имеют развитые факторы как факторы более высокого порядка. Для их развития необходимы значительные, часто продолжительные по времени вложения капитала и человеческих ресурсов. Кроме того, необходимое условие создания развитых факторов – использование высококвалифицированных кадров и высоких технологий.

Особенностью развитых факторов является то, что, как правило, их трудно приобрести на мировом рынке. В то же время они являются неперенным условием инновационной деятельности предприятия. Успехи предприятий многих стран мира напрямую связаны с солидной научной базой и наличием высококвалифицированных специалистов. Развитые факторы часто строятся на базе основных факторов, которые, не являясь надежным источником конкурентного преимущества предприятия, в то же время должны быть достаточно качественными, чтобы на их базе можно было создать родственные развитые факторы.

Другим признаком деления факторов является степень их специализации. В соответствии с этим все факторы, по мнению М. Портера делятся на общие и специализированные.

Общие факторы, к которым М. Портер относит систему автомобильных дорог, дебетовый

капитал, персонал с высшим образованием, могут быть использованы в широком спектре отраслей. Как правило, они дают конкурентные преимущества ограниченного характера.

Специализированные факторы – это узкоспециализированный персонал, специфическая инфраструктура, базы данных в определенных отраслях знания. Примером служит разрабатываемое по контракту специализированное программное обеспечение, а не стандартные пакеты программ общего назначения.

В основе следующего признака классификации факторов конкурентоспособности предприятия лежит его способность оказывать влияние на них. Это внешние факторы (проявление которых в малой степени зависит от предприятия) и внутренние (почти полностью определяемые руководством организации).

Конкурентоспособность – интегральная характеристика. В общем случае целесообразно выделять следующие составляющие: конкурентоспособность предложения на рынке, ресурсов предприятия, менеджмента и предпринимательской идеи.

Текущая конкурентоспособность предприятия связана с конкурентоспособностью предложения на рынке. Предложение включает продукт, цену и сопутствующие услуги, а в общем случае – все, что определяет полезность (выгодность) приобретения для клиента. Часто предприятие имеет несколько предложений (дифференциация), при этом можно говорить об интегральной конкурентоспособности всего продуктового портфеля.

Маркетинговый подход к определению конкурентоспособности предполагает, что предложение конкурентоспособно, если оно имеет на данном потребительском сегменте одну или более потребительские характеристики, лучшие, чем у товаров-аналогов (при этом данные характеристики признаются потребителями ведущими). Индикатором актуальности потребительской характеристики может являться, например, статистика вопросов покупателей, задаваемых при приобретении продукта. Потребители заинтересованы не в абсолютно лучшем по всем характеристикам продукте, а в том, который удачно сочетает качества, наиболее востребованные на данном сегменте рынка, и часто готовы поступиться отдельными характеристиками продукта ради улучшения других. Долгосрочная конкурентоспособность определяется конкурентоспособностью ресурсов (потенциала)

предприятия: финансовых, материальных, технологических, управленческих, информационных, кадровых, интеллектуальных и других (в частности, как особый вид ресурса можно рассматривать лояльность покупателей). Наличие ресурсов позволяет предприятию длительное время обеспечивать (поддерживать) конкурентоспособность предложения.

В условиях конкуренции ресурсную базу необходимо поддерживать в состоянии, актуальном условиям рынка. Эффективное использование имеющихся ресурсов с точки зрения конкуренции определяется конкурентоспособностью менеджмента предприятия, прежде всего высшего руководства. Значение данной составляющей особенно проявляется в условиях динамичной внешней среды и активного конкурентного противодействия [3].

Конкурентоспособность менеджмента – это сравнительная характеристика качества менеджмента на предприятии и у конкурентов, это различия в квалификации, мотивации, организации управления. Оценка конкурентоспособности менеджмента затруднена, так как результаты работы каждого менеджера интегрируются в общий результат, который в свою очередь может проявляться с определенным запозданием. Способности топ-менеджеров к принятию важнейших стратегических решений, генерации новых идей именно в том темпе, которого требует рынок, и умение организовать их выполнение, готовность идти на разумный риск являются важнейшими факторами конкурентоспособности предприятия.

Таким образом, связующим элементом указанных аспектов конкурентоспособности является конкурентоспособность предпринимательской идеи. Предпринимательская идея включает основное представление о продукте предприятия, о способе удовлетворения потребности клиентов, поддержания и развития потенциала, управления предприятием. Перечисленные составляющие являются уникальными для каждого предприятия, а их удачное сочетание и определяет конкурентоспособность предпринимательской идеи. На понятие «конкурентоспособность предприятия» оказывает влияние и тот факт, что само предприятие может выступать как товар, имеющий рыночную стоимость на фондовых рынках (курс акций, рыночная стоимость бизнеса), или товар, имеющий инвестиционную стоимость на рынке капиталов, т.е. стоимость инвестиций в существующий бизнес и его расширение – диверсификацию.

### Литература

- 1 Сабден О. Конкурентоспособность национальной экономики: критерии оценки и пути повышения. – Алматы, 2008.
- 2 Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. – М.: Эксмо, 2005.
- 3 Белокопытова Н.Г. Стратегическое планирование фирмы – модификация процесса в современных условиях. – Ульяновск: УГУ, 2008.

### References

- 1 Sabden O. Competitiveness of the national economy: evaluation criteria and ways to improve. – Almaty, 2008.
- 2 Fatkhutdinov R.A. Management of competitiveness of the organization. – M.: Product, 2005.
- 3 Belokopytova N.G. Strategic planning firm – modification process in modern conditions. – Ulyanovsk: Yeah, 2008.

