

ФАКТОРЫ ФОРМИРУЮЩИЕ КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ПРЕДПРИЯТИЯ

Кадирова Барно Давроновна

Магистрант Банковско-финансовой академии

Республике Узбекистан

Управление конкурентоспособностью представляет собой в первую очередь целенаправленное воздействие на факторы, формирующие конкурентные преимущества различных объектов. В этой связи одной из важнейших задач становится выявление факторов, влияющих на конкурентные преимущества предприятия. Эти факторы частично являются одинаковыми для всех субъектов экономических отношений, а частично определены спецификой работы той или иной отрасли, сферы бизнеса.

Реализация конкурентного преимущества опирается на сущность ценности, явившейся источником получения преимущества (материальные, нематериальные, денежные, социальные и другие ценности), и зависит от ее содержания, источника происхождения, динамичности проявления масштаба распространения и других условий.

Конкурентное преимущество системы – это какая-либо эксклюзивная ценность, которой обладает система и которая дает ей превосходство перед конкурентами.

Соответственно, основные задачи 4в области управления конкурентными преимуществами и конкурентоспособностью объектов сводятся к следующему:

- 1) анализ, отбор и обоснование конкурентных преимуществ и факторов конкурентоспособности объектов;
- 2) развитие слабых сторон объекта и создание новых конкурентных преимуществ;
- 3) формирование цели функционирования и развития объекта;

4) фокусирование факторов конкурентоспособности на «сжатие» всех конкурентных преимуществ в «лазерный луч»;

5) «направление» лазерного луча на цель.

На основе анализа различных подходов к классификации конкурентных преимуществ предлагаем использовать классификацию, по следующим признакам:

1) отношению к системе;

2) сферам возникновения преимущества;

3) содержанию фактора преимущества;

4) времени реализации преимущества;

5) месту реализации преимущества;

6) виду получаемого конечного результата.

Предложенная классификация конкурентных преимуществ наиболее полно охватывает большинство аспектов экономики и менеджмента развития разных объектов, позволяет автоматизировать процесс поиска и изучения конкурентных преимуществ. Факторы конкурентного преимущества предприятия можно подразделить на внешние, проявление которых в малой степени зависит от предприятия, и внутренние, почти целиком определяемые руководством организации.

Внутренние конкурентные преимущества предприятия достигаются и реализуются персоналом. Особую роль в нем играют руководители. Внутренние конкурентные преимущества предприятия можно разделить на пять групп:

1) структурные, образуемые при проектировании предприятия;

2) ресурсные, образуемые при проектировании, функционировании и развитии;

3) технические, образуемые при проектировании, функционировании и развитии;

4) управленческие;

5) рыночные.

Перечисленные конкурентные преимущества интегрируются в показаниях эффективности функционирования предприятия. Конкретная организация может иметь лишь несколько из перечисленных конкурентных преимуществ.

К *внешним факторам* конкурентного преимущества организации относятся:

- уровень конкурентоспособности страны;
 - уровень конкурентоспособности отрасли;
 - уровень конкурентоспособности региона;
 - 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, отрасли, региона и т. д.,
- применяемость инструментов новой экономики;
- национальная система стандартизации и сертификации;
 - государственная поддержка развития человека;
 - 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;
 - 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.

1. Структурные: производственная структура организации; миссия организации; организационная структура организации; специализация и концентрация производства; уровень унификации и стандартизации выпускаемой продукции и составных частей производства; учет и регулирование производственных процессов; персонал; информационная и

нормативно-методическая база управления; сила конкуренции на выходе и входе системы.

2. Ресурсные: поставщики; доступ к качественному дешевому сырью и другим ресурсам; учет и анализ использования всех видов ресурсов по всем стадиям жизненного цикла крупных объектов организации; функционально-стоимостный анализ выпускаемой продукции и элементов производства; оптимизация эффективности использования ресурсов.

3. Технические: патентованный товар; патентованная технология; оборудование; качество изготовления товаров.

4. Управленческие: менеджеры; анализ выполнения законов организации; организация поставки сырья, материалов, комплектующих изделий по принципу «точно в срок»; функционирование системы менеджмента (конкурентоспособности) организации; функционирование системы управления качеством в организации; проведение внутренней и внешней сертификации продукции и систем.

5. Рыночные: доступ к рынку ресурсов, необходимых организации; доступ к рынку новых технологий; лидирующее положение на рынке товаров; эксклюзивность товара организации; эксклюзивность каналов распределения; эксклюзивность рекламы товаров организации; эффективная система стимулирования сбыта и послепродажного обслуживания; прогнозирование политики ценообразования и рыночной инфраструктуры.

6. Эффективность функционирования организации: показатели доходности (по показателям рентабельности продукции, производства, капитала, продаж); интенсивность использования капитала (по коэффициентам оборачиваемости видов ресурсов или капитала); финансовая устойчивость функционирования организации; доля экспорта наукоемких товаров.

Перечисленные внешние и внутренние факторы конкурентного преимущества организации являются максимально возможными для абстрактной организации. Для конкретного предприятия количество конкурентных преимуществ может быть

любим. Чем больше организация имеет конкурентных преимуществ перед настоящими и потенциальными конкурентами, тем выше ее конкурентоспособность, живучесть, эффективность, перспективность. Для этого необходимо повышать научный уровень управления, завоевывать новые конкурентные преимущества.