

Дата поступления рукописи в редакцию: 14.06.2026 г.

DOI: 10.24412/2224-9133-2026-6-527-531

Дата принятия рукописи в печать: 20.07.2026 г.

КОТ Екатерина Михайловна,

доктор экономических наук, доцент кафедры экономики,
бухгалтерского учета и финансового контроля
Уральского государственного аграрного университета,
e-mail: emkot.urgau@gmail.com

ПИЛЬНИКОВА Ирина Федоровна,

старший преподаватель кафедры экономики,
бухгалтерского учета и финансового контроля
Уральского государственного аграрного университета,
e-mail: pilnikovai@mail.ru

МАЛЬКОВА Юлия Вадимовна,

кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики,
бухгалтерского учета и финансового контроля
Уральского государственного аграрного университета,
e-mail: malkova0404@mail.ru

ГОРБУНОВА Олеся Сергеевна,

кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики,
бухгалтерского учета и финансового контроля
Уральского государственного аграрного университета,
e-mail: os-bakunova@mail.ru

САБУРОВА Лада Викторовна,

преподаватель кафедры экономики,
бухгалтерского учета и финансового контроля,
Уральский государственный аграрный университет,
e-mail: saburovalad@gmail.com

КРОХАЛЕВ Александр Анатольевич,

преподаватель кафедры экономики,
бухгалтерского учета и финансового контроля
Уральского государственного аграрного университета,
e-mail: krohalev_aleksandr1989@inbox.ru

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. В условиях современной экономики конкурентоспособность предприятия становится ключевым показателем его устойчивости и перспектив развития. Под конкурентоспособностью понимают способность компании успешно соперничать с другими участниками рынка, обеспечивая себе устойчивое положение и прибыльность. В научной и практической литературе выделяют множество факторов, которые оказывают влияние на этот показатель. Их анализ позволяет не только оценить текущее состояние предприятия, но и разработать стратегию повышения его конкурентных преимуществ. Статья исследует влияние факторов на конкурентоспособность компаний. Анализируются механизмы экономии за счет масштаба, включая снижение удельных затрат на единицу продукции, оптимизацию логистики и повышение значения коммуникации с поставщиками. На примерах автомобильной промышленности, розничной торговли и IT-сектора показано, как крупные предприятия достигают преимуществ перед мелкими конкурентами. Приводятся статистические данные: компании с объемом производства свыше 1 млн единиц в год сокращают себестоимость на 15–25% по сравнению с малыми предприятиями.

Ключевые слова: масштаб производства, издержки, конкурентоспособность, экономия на масштабе, себестоимость.

KOT Ekaterina Mikhailovna,
Doctor of Economics, Associate Professor,
Department of Economics,
Accounting, and Financial Control,
Ural State Agrarian University

PILNIKOVA Irina Fedorovna,
Senior Lecturer,
Department of Economics,
Accounting, and Financial Control,
Ural State Agrarian University

MALKOVA Yulia Vadimovna,
Candidate of Economics, Associate Professor,
Department of Economics,
Accounting, and Financial Control,
Ural State Agrarian University

GORBUNOVA Olesya Sergeevna,
Candidate of Economics,
Associate Professor, Department of Economics,
Accounting, and Financial Control,
Ural State Agrarian University

SABUROVA Lada Viktorovna,
Lecturer, Department of Economics,
Accounting, and Financial Control,
Ural State Agrarian University

KROKHALEV Aleksandr Anatolyevich,
Lecturer in the Department of Economics,
Accounting, and Financial Control
at the Ural State Agrarian University

FACTORS AFFECTING ENTERPRISE COMPETITIVENESS

Annotation. In the modern economy, a company's competitiveness is becoming a key indicator of its sustainability and development prospects. Competitiveness is defined as a company's ability to successfully compete with other market participants, ensuring a stable position and profitability. Academic and practical literature identify numerous factors that influence this indicator. Their analysis allows not only to assess the current state of a company but also to develop a strategy for enhancing its competitive advantage. This article examines the influence of these factors on company competitiveness. It analyzes the mechanisms of economies of scale, including reduced unit costs, optimized logistics, and increased communication with suppliers. Using examples from the automotive, retail, and IT sectors, it demonstrates how large companies achieve advantages over smaller competitors. Statistical data is provided: companies with a production volume of over 1 million units per year reduce their costs by 15–25% compared to small businesses.

Key words: scale of production, costs, competitiveness, economies of scale, cost price.

Масштаб производства – ключевой фактор, определяющий себестоимость продукции и рыночные позиции компании, эффект масштаба позволяет крупным игрокам снижать издержки за счет оптимизации ресурсов, тогда как малые предприятия часто сталкиваются с высокими фиксированными затратами.

Тем не менее, увеличение масштаба не всегда ведет к успеху. Чрезмерная централизация может вызвать рост управленческих расходов и снижение адаптивности. Цель – выявить взаимосвязь между масштабом производства, издержками и конкурентоспособностью. Масштаб производства относится к объему продукции или услуг,

которые компания производит за определенный период времени, измеряется в единицах продукции, объеме продаж, количестве сотрудников или других релевантных показателях. Экономия от масштаба – это снижение средних издержек производства с увеличением объема выпускаемой продукции, возникает из-за различных факторов, которые позволяют компаниям более эффективно использовать свои ресурсы при больших объемах производства.

Конкурентоспособность ученые характеризуют как устойчивую способность компании к приобретению, сохранению и увеличению доли на рынке на основе востребованного потребителями товара и возможности своевременно и качественно реагировать на изменения условий рынка [1, с. 428]. Одним из стандартных путей повышения конкурентоспособности предприятия, пишет Е. Н. Липницкий, – является рост объемов реализации продукции. [2, с. 347] Крупные предприятия распределяют постоянные издержки (аренда, оборудование, НИОКР) на большой объем продукции. Например, завод Toyota, выпускающий 10 млн. автомобилей в год, тратит на R&D около \$10 млрд. ежегодно, но эти затраты составляют лишь \$1 000 на единицу продукции. Для малого производителя с объемом 50 тыс. автомобилей аналогичные расходы достигли бы \$200 000 на единицу, делая бизнес нерентабельным. Д. Р. Зиятдинов отмечает, что основные виды конкуренции по сфере действия будут внутриотраслевой, межотраслевой, конкуренцией на локальных рынках, конкуренцией в общенациональном масштабе, внутринациональной и международной конкуренции [3, с. 170].

Сетевые ритейлеры, такие как Walmart или X5 Retail Group, используют масштаб для минимизации транспортных и складских расходов. Закупка товаров крупными партиями позволяет добиваться скидок до 30% от поставщиков. По данным McKinsey, увеличение объема закупок на 20% снижает себестоимость на 5–7%. Автоматизация и внедрение Industry 4.0 окупаются только при больших объемах. Компания Siemens на заводе в Германии производит 12 миллионов промышленных контроллеров в год. Роботизированные линии уменьшили затраты на труд на 40%. Автомобильное производство наглядно демонстрирует разницу в экономике масштабов. Небольшие автосборочные мастерские сталкиваются с высокой себестоимостью каждой единицы продукции из-за индивидуального подхода к сборке, закупки деталей по розничным ценам и преобладания ручных операций. В то же время крупные автопроизводители, выпускающие тысячи машин ежедневно, достигают существенного снижения издержек благодаря комплексной автоматизации процессов, оптовым закупкам

комплектующих со значительными скидками и распределению постоянных затрат на большой объем выпуска.

К основным факторам конкурентоспособности предприятия относятся внутренние и внешние факторы.

К внутренним факторам относятся ресурсы и возможности, которыми располагает само предприятие:

- качество продукции и услуг, чем выше качество продукции, тем оно более способствует формированию лояльности клиентов и снижению издержек на гарантийное обслуживание;
- инновационный потенциал способен внедрять новые технологии, продукты и бизнес-процессы позволяя опережать конкурентов.
- эффективность управления, грамотная организация бизнес-процессов, мотивация персонала и система принятия решений напрямую влияют на результаты деятельности.
- финансовое состояние, финансовая устойчивость, ликвидность и инвестиционная привлекательность предприятия обеспечивают его развитие и гибкость.

Внешние факторы не зависят от предприятия, но существенно влияют на его конкурентоспособность:

- рыночная конъюнктура, спрос, предложение, уровень конкуренции, динамика цен — всё это формирует условия работы на рынке;
- государственное регулирование, налоговая, таможенная, антимонопольная политика, а также стандарты и требования к продукции;
- социально-экономические условия, уровень доходов населения, демографические тенденции, культурные особенности;
- технологические изменения, появление новых технологий может, как создать новые возможности, так и сделать устаревшими существующие продукты.

Факторы конкурентоспособности действуют не изолированно, а в сложной взаимосвязи. Например, инновационный потенциал предприятия (внутренний фактор) может быть реализован только при благоприятной рыночной конъюнктуре и поддержке со стороны государства (внешние факторы). Аналогично, эффективное управление ресурсами невозможно без учёта изменений в технологиях и потребительских предпочтениях. Многочисленные исследования подтверждают, что предприятия с массовым производством обладают более высокой рентабельностью и устойчивыми конкурентными преимуществами на глобальном рынке. Их экономическая модель позволяет предлагать потребителям более привлекательные цены при сохранении качества продукции. Например, в автомобильной промышленности крупные производители, такие

как Toyota и Volkswagen, имеют значительное преимущество по издержкам перед небольшими производителями, благодаря масштабу производства. Согласно данным Всемирного банка, более крупные предприятия, как правило, демонстрируют более высокую производительность труда и более низкие затраты на единицу продукции, чем малые и средние предприятия. Рассмотрим примеры.

Автомобильная промышленность:

1. Tesla увеличение производства Model 3 с 100 тыс. до 500 тыс. единиц в год (2018–2022) снизило себестоимость батарей на 56% (от \$150 до \$65 за кВт·ч).
2. BYD китайский производитель электромобилей, выпуская 3 млн машин в год, добился себестоимости на 20% ниже, чем у европейских конкурентов.

Розничная торговля:

3. Amazon – глобальная логистическая сеть позволяет доставлять товары на 15% дешевле, чем локальные ритейлеры.
4. Магнит – российская сеть, имея 28 тыс. магазинов, сократила операционные расходы до 12% от выручки против 18–22% у мелких игроков.

IT-сектор:

5. Google – облачные сервисы (Google Cloud) обслуживают 8 млн клиентов. Масштабирование инфраструктуры снизило стоимость хранения данных до \$0.01 за ГБ/мес.
6. Яндекс – единая платформа для такси, доставки и маркетплейсов сократила САС (стоимость привлечения клиента) на 35%.

Необходимо соблюдать оптимальный размер, например, Анализ кривой обучения показывает, что максимальная эффективность достигается при 70–80% загрузки мощностей (данные BCG).

Использовать гибридные модели. Примером служит компания Zara, которая сочетает массовое производство базовых моделей и локальный пошив limited edition, сохраняя гибкость. В современных экономических реалиях, как справедливо замечает Ян Лю, – интеллектуальный капитал – основа высокой конкурентоспособности компании на рынке. [5, с. 114], например, внедрение AI для прогнозирования спроса (как у Coca-Cola) снижает риски перепроизводства даже при больших масштабах.

Масштаб производства остается мощным инструментом снижения издержек, но его эффективность зависит от отрасли и управленческих компетенций. Крупные компании выигрывают за счет технологий и глобальных цепочек, тогда как малый бизнес конкурирует нишевыми решениями. В условиях нестабильности критически

важно сочетать экономию на масштабе с адаптивностью. Анализ факторов конкурентоспособности предприятия позволяет выявить его сильные и слабые стороны, а также определить направления для стратегического развития. В современных условиях особое значение приобретают инновации, качество управления и способность быстро адаптироваться к изменениям внешней среды. Только комплексный подход к управлению внутренними и внешними факторами обеспечивает устойчивое конкурентное преимущество на рынке.

Последнее время малый бизнес сталкивается с большими проблемами, которые приводят его к полному закрытию и ликвидации. Такими проблемами становится снижение или полное отсутствие товарооборота, а следовательно, выручки и прибыли, ради которой создается бизнес. Это связано с тем, что многие покупатели уходят на онлайн покупки. Те предприниматели, которые не перестроились к новым технологиям, несут убытки и закрываются. Это в основном индивидуальные предприниматели с небольшими торговыми точками. Многие товары сейчас уходят на онлайн-площадки, минуя торговые точки и покупателей офлайн, тем самым снижая расходы по аренде торговых площадей и других расходов, связанных с реализацией товаров через небольшие торговые точки. Многие покупатели уже перешли полностью на онлайн-покупки. Покупают и заказывают сейчас любые товары через интернет.

Вопросы конкурентоспособности касаются как малых предприятий, так и крупных компаний. Но особенно вопросы конкурентоспособности и выживаемости актуальны для малого бизнеса. В последнее время в основном остается работать средний и крупный бизнес, либо те малые предприятия, которые смогли приспособиться, перестроиться к новым рыночным условиям, внедрили онлайн торговлю своей продукцией (товарами, услугами). Для того, чтобы быть конкурентоспособными на рынке малому бизнесу необходимо использовать возможности искусственного интеллекта в своей работе, либо привлекать покупателей какими-то эксклюзивными товарами или услугами.

Список литературы:

- [1] Бабанов А. Б. Факторы повышения конкурентоспособности предприятия в условиях цифровой трансформации / А. Б. Бабанов, Р. Х. Шаваев. // Молодой ученый. — 2021. — № 50 (392). — С. 427-430.
- [2] Липницкий Е. Н. Повышение конкурентоспособности предприятия / Е. Н. Липницкий. // Молодой ученый. — 2025. — № 17 (568). — С. 345-349.

[3] Зиятдинов Д. Р. Конкурентная стратегия фирмы / Д. Р. Зиятдинов. // Молодой ученый. — 2022. — № 3 (398). — С. 169-171.

[4] Мыльников А. Д. Взаимосвязь изменения масштаба предприятия с его управленческой деятельностью и уровнем конкурентоспособности / А. Д. Мыльников. // Молодой ученый. — 2024. — № 21 (520). — С. 316-320.

[5] Лю Ян. Роль интеллектуального капитала в конкурентной борьбе / Ян Лю. // Молодой ученый. — 2022. — № 17 (412). — С. 112-114.

[6] Душемов М.Р. Экономическое содержание конкурентоспособности предприятия и ее влияние на повышение эффективности деятельности предприятия. / Душемов М.Р. // В сборнике: Новости науки 2024: гуманитарные и точные науки. Сборник материалов XLIII-ой международной очно-заочной научно-практической конференции. В 4-х томах. Москва, 2023. С. 81-83.

[7] Гончаров В.Н. Рыночный потенциал предприятий как фактор повышения конкурентоспособности предприятия / Гончаров В.Н., Захаров С.В., Шевченко М.Н., Колтакова Г.В., Жукова И.Б., Павленко О.А. // Монография / Новочеркасск, 2021.

References:

[1] Babanov A. B. Factors for Improving Enterprise Competitiveness in the Context of Digital Trans-

formation / A. B. Babanov, R. Kh. Shavaev. // Young Scientist. - 2021. - No. 50 (392). - P. 427-430.

[2] Lipnitsky E. N. Improving Enterprise Competitiveness / E. N. Lipnitsky. // Young Scientist. - 2025. - No. 17 (568). - P. 345-349.

[3] Ziyatdinov D. R. Competitive Strategy of the Firm / D. R. Ziyatdinov. // Young Scientist. - 2022. - No. 3 (398). - P. 169-171.

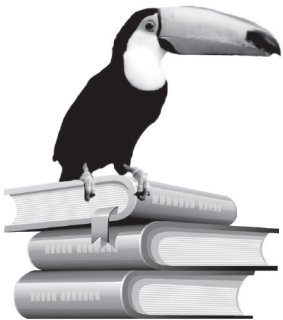
[4] Mylnikov A. D. The Relationship Between Changes in the Scale of an Enterprise, Its Management Activities and the Level of Competitiveness / A. D. Mylnikov. // Young scientist. — 2024. — No. 21 (520). — P. 316-320.

[5] Liu Yang. The Role of Intellectual Capital in Competition / Yang Liu. // Young scientist. — 2022. — No. 17 (412). — P. 112-114.

[6] Dushemov M.R. Economic Content of Enterprise Competitiveness and Its Impact on Improving Enterprise Performance. / Dushemov M.R. // In the collection: Science News 2024: Humanities and Exact Sciences. Collection of materials from the XLIII International In-person and Correspondence Scientific and Practical Conference. In 4 volumes. Moscow, 2023. P. 81-83.

[7] Goncharov V.N. Market potential of enterprises as a factor in increasing the competitiveness of the enterprise / Goncharov V.N., Zakharov S.V., Shevchenko M.N., Koltakova G.V., Zhukova I.B., Pavlenko O.A. // Monograph / Novocherkassk, 2021.





ЮРКОМПАНИ

www.law-books.ru

Юридическое издательство
«ЮРКОМПАНИ»

Издание учебников,
учебных и методических
пособий, монографий,
научных статей.

Профессионально.

В максимально
короткие сроки.

Размещаем
в РИНЦ, E-Library.