

Научная статья

Original article

УДК 338.12.017

doi: 10.55186/2413046X\_2022\_7\_12\_698

**КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА:  
ОЦЕНКА ВОЗДЕЙСТВИЯ ВНЕШНИХ ФАКТОРОВ  
SMALL AND MEDIUM BUSINESS COMPETITIVENESS: EXTERNAL  
IMPACT ASSESSMENT**



***Благодарности:** работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 21-510-07003 «Формирование финансово-инвестиционного механизма поддержки субъектов малого предпринимательства в условиях становления молодого государства», 2022 год*

***Acknowledgments:** the work was supported by the RFBR within the framework of the scientific project № 21-510-07003 «Formation of a financial and investment mechanism for supporting small businesses in the conditions of the formation of a young state», 2022*

**Курдюмов Александр Васильевич**, кандидат экономических наук, доцент, директор института государственного, муниципального управления и права, заведующий кафедрой конкурентного права и антимонопольного регулирования, ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет», 620144 Россия, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта, д. 62, тел. 8(343) 283-12-50, ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-2523-7595>, [kurdyumov@usue.ru](mailto:kurdyumov@usue.ru)

**Мещерягина Вероника Александровна**, кандидат юридических наук, доцент кафедры конституционного и международного права, ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет», 620144 Россия,

Московский экономический журнал. № 12. 2022

Moscow economic journal. № 12. 2022

г. Екатеринбург, ул. 8 Марта, д. 62, тел. 8(343) 283-12-50, 8-919-390-55-60,

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-9507-9417>, [metsheryagina@yandex.ru](mailto:metsheryagina@yandex.ru)

**Сидорова Анна Сергеевна**, ассистент кафедры конкурентного права и антимонопольного регулирования, ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет», 620144 Россия, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта, д. 62, тел. 8(343) 283-12-50, ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-3406-0370>, [sidorovaanya100@yandex.ru](mailto:sidorovaanya100@yandex.ru)

**Kurdyumov Alexander Vasilievich**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Director of the Institute of State, Municipal Administration and Law, Head of the Department of Competition Law and Antimonopoly Regulation, Ural State Economic University, 620144 Russia, Yekaterinburg, st. March 8, 62, tel. 8(343) 283-12-50, ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-2523-7595>, [kurdyumov@usue.ru](mailto:kurdyumov@usue.ru)

**Meshcheryagina Veronika Aleksandrovna**, Candidate of Law, Associate Professor, Department of Constitutional and International Law, Ural State Economic University, 620144 Russia, Yekaterinburg, st. March 8, d. 62, tel. 8(343) 283-12-50, 8-919-390-55-60, ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-9507-9417>, [metsheryagina@yandex.ru](mailto:metsheryagina@yandex.ru)

**Sidorova Anna Sergeevna**, Assistant of the Department of Competition Law and Antimonopoly Regulation, FSBEI HE "Ural State Economic University," 620144 Russia, Yekaterinburg, st. March 8, 62, tel. 8(343) 283-12-50, 8-919-390-55-60, ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-3406-0370>, [sidorovaanya100@yandex.ru](mailto:sidorovaanya100@yandex.ru)

**Аннотация.** Повышение конкурентоспособности является важнейшим направлением в деятельности любого предприятия, именно высокие ее показатели позволяют компании быть финансово устойчивой, пользоваться спросом среди потребителей производимой, продаваемой продукции или оказываемых услуг. С этой целью в статье рассмотрены основные направления повышения конкурентоспособности предприятий. В статье на основе выявления взаимосвязей и взаимозависимостей между воздействием

внешних факторов (экономико-политическая ситуация) и внутренних факторов (качественные показатели), авторами разработаны предложения по нивелированию негативного воздействия на положение малого и среднего бизнеса, в том числе их конкурентоспособность.

**Abstract.** The increasing competitiveness is the most important area in the activities of any enterprise, it is its high performance that allows the company to be financially stable, to be in demand among consumers of manufactured, sold products or services provided. To this end, the article considers the main directions for increasing the competitiveness of enterprises. In the article, based on the identification of relationships and interdependencies between the impact of external factors (economic and political situation) and internal factors (qualitative indicators), the authors developed proposals for leveling the negative impact on the situation of small and medium-sized businesses, including their competitiveness.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, малые и средние предприятия, малый бизнес, санкции, государственное воздействие, экономическое положение

**Keywords:** competitiveness, small and medium enterprises, small businesses, sanctions, state impact, economic situation

Введение. Одной из главных задач, стоящих перед управленцем любой организации является повышение ее конкурентоспособности в своей отрасли. Особенно успешным считается предприятие, которое может поддерживать конкурентоспособность за счет собственного потенциала.

В постоянно меняющихся современных условиях с учетом введения и роста санкционного давления с параллельным эмбарго положению предприятию малого и среднего бизнеса и их конкурентоспособности следует уделять пристальное внимание. В настоящее время изученность совокупности факторов влияющих на положение предприятий малого и среднего бизнеса, а также на их конкурентоспособность в данном аспекте

(влияние двухсторонних санкций) наблюдается лишь фрагментарно, что не позволяет оценить степень их влияния на субъекты малого и среднего бизнеса [1, С. 58].

Цель исследования заключается в выявлении взаимосвязи и взаимозависимости между воздействием внешними факторами (экономико-политическая ситуация) и внутренними факторами (качественные показатели), что позволило авторам разработать предложения по нивелированию негативного воздействия на положение малого и среднего бизнеса, в том числе их конкурентоспособность.

Материалы и методы исследования. Материалами исследования являются официальные данные Федеральной службы государственной статистики РФ, а также мнение предпринимательского сообщества – респондентов социологического опроса.

В качестве инструментов обоснования представляемых в исследовании результатов и выводов авторами применяются такие методы, как обобщение, статистический анализ данных, мониторинг показателей и социологический опрос.

Результаты исследования и их обсуждение. Реализацию задачи – повышение конкурентоспособности субъектов малого и среднего бизнеса следует рассматривать в двух плоскостях: краткосрочной и долгосрочной. В краткосрочном плане повышение конкурентоспособности будет производиться за счет переработки имеющихся ресурсов и поиска на их базе конкурентных преимуществ [2, С. 127]. А в долгосрочной перспективе предприятию предстоит осуществить поиск новых ресурсов, которые смогут эффективно влиять на повышение его конкурентоспособности [3, С. 227; 4, С. 12].

На конкурентоспособность предприятий оказывает значительное влияние и внутренняя политика государства. В рейтинге факторов, оказывающих негативное воздействие на конкурентоспособность продукции

со стороны экономической политики государства, в 2020-2021 гг. на первом месте оказались «высокие налоги» [5, С. 39].

Остальные места в рейтинге в рассматриваемые два года менялись в зависимости от рыночной конъюнктуры.

Так, например, динамика государственного воздействия на конкурентоспособность предприятий в период 2000-2021 гг. показана на рисунке 1.

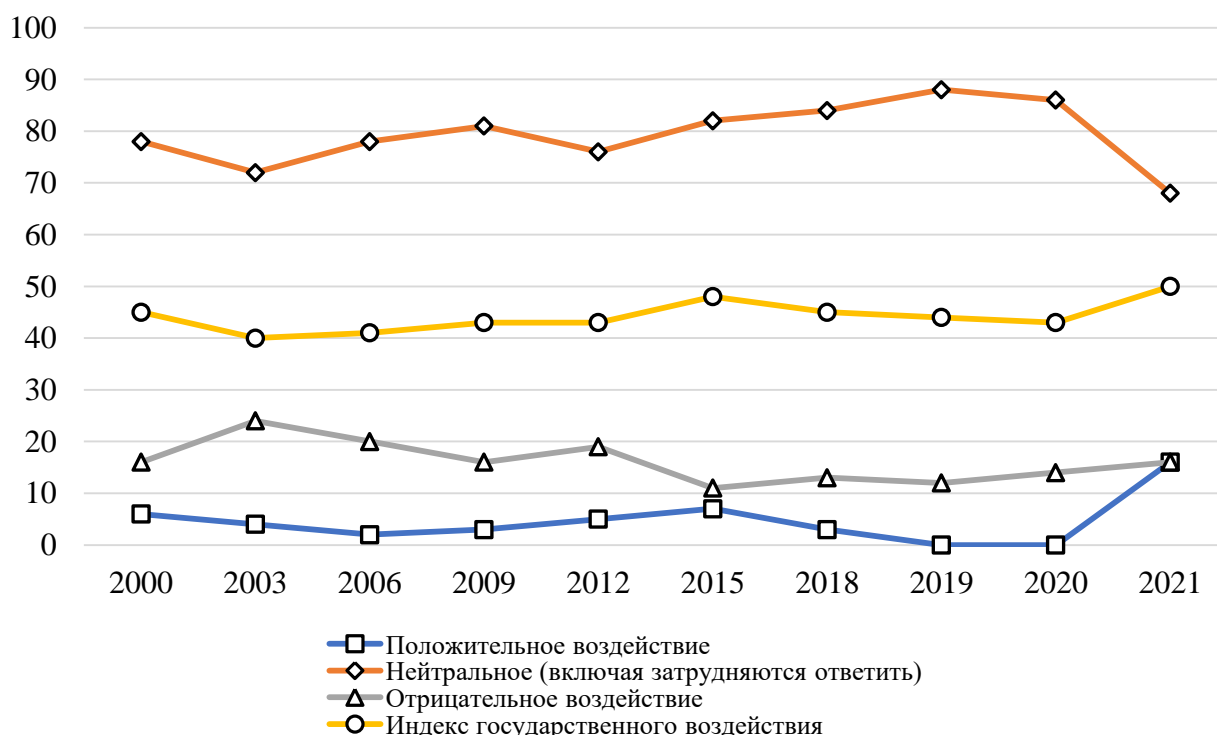


Рисунок 1. Государственное воздействие на конкурентоспособность предприятий

Для того, чтобы предприятию повысить конкурентоспособность требуется организации определить параметры (критерии и показатели), которые должны быть четко ограничены.

Во-первых, предприятию необходимо сделать выбор на конкретных характеристиках продуктов или услуг, которые будут оцениваться на предмет их конкурентоспособности.

Во-вторых, ввиду того, что повышение конкурентоспособности рассматривается многими учеными, до настоящего времени не выработана единая методика решения данной проблемы, поэтому предприятию

необходимо разработать собственный метод, исходя из имеющихся возможностей и ресурсов [6, С. 234].

Несомненно, каждое предприятие должно с учетом ориентировки потребностей на потребителя выпускать такую продукцию или предлагать такие услуги, которые будут пользоваться спросом у потребителей, то есть обладать определенным набором характеристик, которые интересны его покупателям [7, С. 63].

Согласно опроса среди отечественных предприятий проведенного Российским экономическим барометром на предмет влияния санкции на их конкурентоспособность значительная часть респондентов ответили, что санкции не оказывают влияние на конкурентоспособность, причем как на внутреннем, так и на внешнем рынке (рисунок 2 и 3).

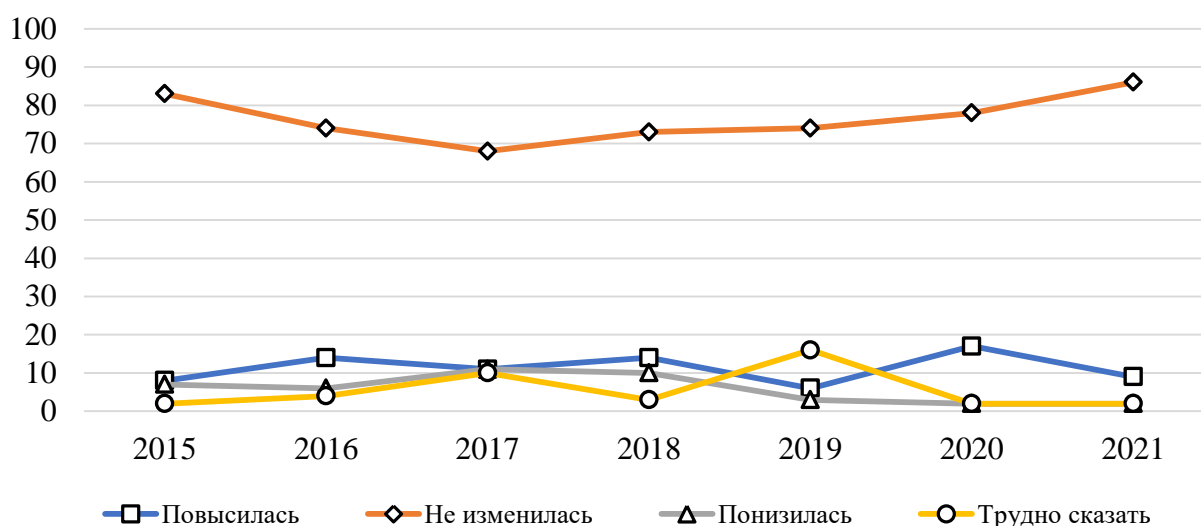


Рисунок 2. Влияние санкций и ответных мер на конкурентоспособность предприятий на внутреннем рынке

Мнение предпринимательского сообщества по данным на рисунке 2 о влиянии санкции на их конкурентоспособность в рамках внутреннего рынка, так и на внешнем рынке в 2021 году распределилось следующим образом: 86% респондентов считают, что не изменилось; 9% – повысилось; 2% – понизилось и 2% «трудно сказать».

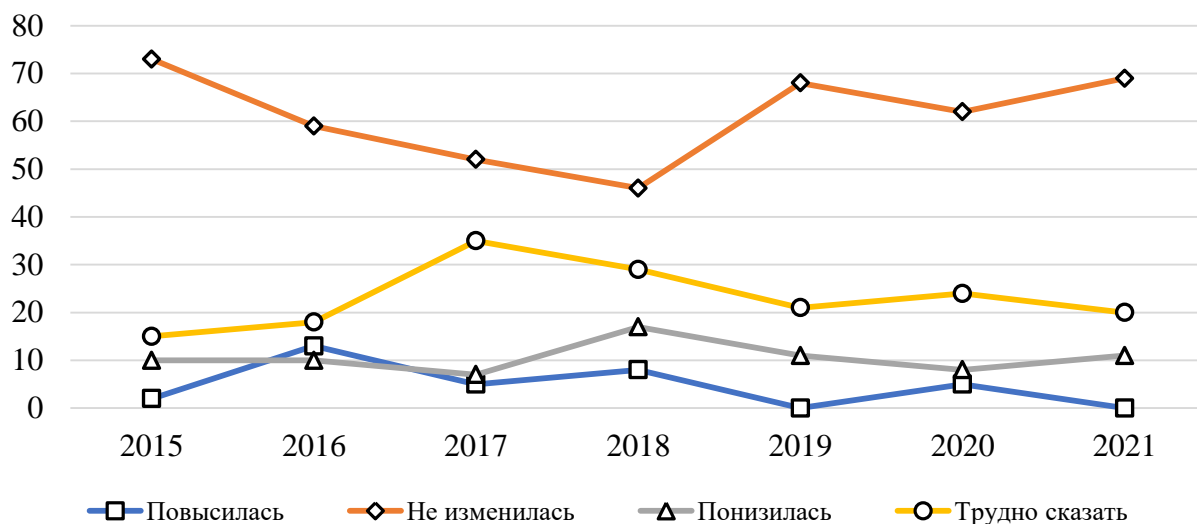


Рисунок 3. Влияние санкций и ответных мер на конкурентоспособность предприятий на внешних рынках

В рамках влияния санкции на конкурентоспособность предприятий на внешних рынках количество респондентов в 2021 году считают: 69% – не изменилось; 0% – повысилось; 11% – понизилось и 20% «трудно сказать».

Авторами в ходе исследования была разработана анкета и с помощью инструментария Google-forms проведен социологический опрос предпринимательского сообщества г. Москвы, г. Екатеринбурга, г. Тюмень из числа малого бизнеса в объеме 1500 респондентов из разных сфер и разных организационно-правовых форм с целью выявления наиболее актуальных внешних факторов, негативно влияющие на их деятельность (Рисунок 3).

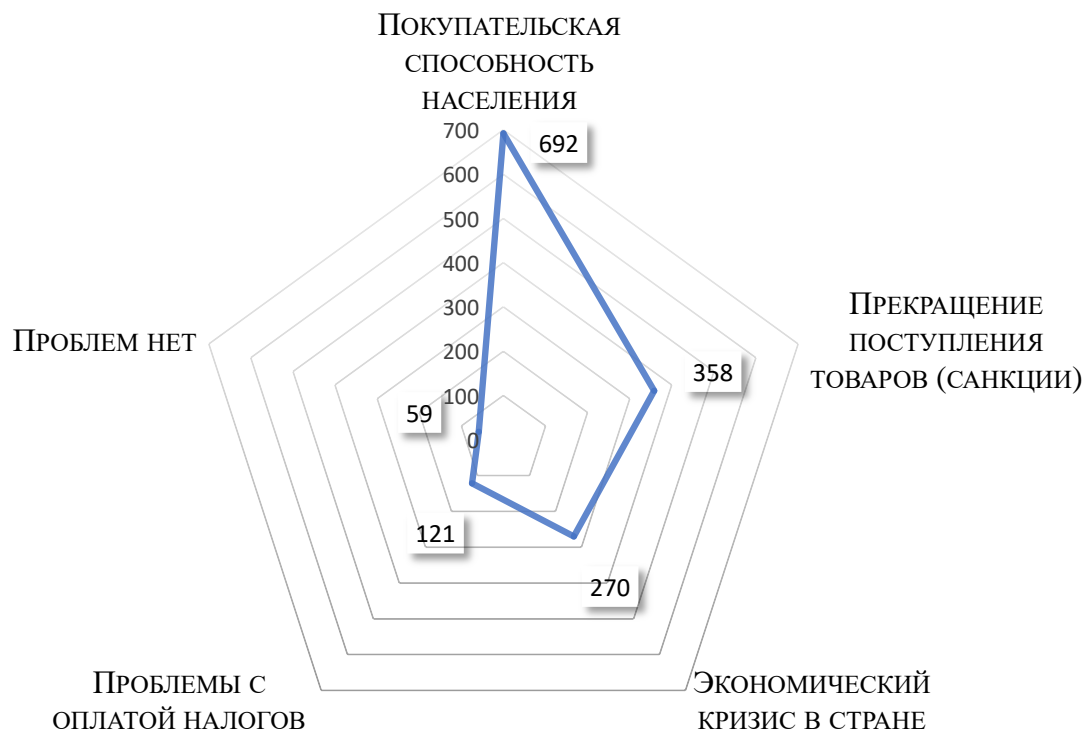


Рисунок 3. Распределение ответов на вопрос «Повлияла ли экономическая ситуация в стране на ваш бизнес?»

По итогам социологического опроса, мнение респондентов из числа предпринимательского сообщества г. Москвы, г. Екатеринбурга, г. Тюмень о влиянии экономической ситуации и проблемах развития малого бизнеса позволили авторам ранжировать по наиболее актуальным внешним факторам, негативно влияющих на их деятельность малого бизнеса, а именно:

– 46% ответили, что сократилось число клиентов, из-за уменьшения покупательской способности населения;

– 24% ответили, что экономическая и политическая нестабильность сильно повлиял на их бизнес;

– 8% отметили о том, что налоговая задолженность очень сильно бьет по доходу;



– 4% ответили, что из-за недоступности некоторых позиций технического оборудования, которые они стабильно закупали из Европы, сейчас их бизнес идет к банкротству;

– 18% отметили что у них все хорошо, никаких проблем нет.

Полученные данные социологического опроса предпринимательского сообщества, проведенного авторами настоящего исследования, коррелируют с данными Российского экономического барометра, что свидетельствует о сильной взаимосвязи влияния экономическо-политической ситуации в мире (внешние факторы) на качественные показатели деятельности субъектов малого и среднего бизнеса.

Кроме того, следует учитывать при оценке конкурентоспособности субъектов малого и среднего бизнеса в качестве немаловажного фактора – стоимостную характеристику товара или предоставляемой услуги.

Все качественные параметры товара можно условно разделить на «жесткие» и «мягкие». Так называемые «жесткие» параметры определяют важнейшие функции товара, которые прописаны в нормативных актах, стандартах. Такие функции являются важнейшими, поскольку если данный товар не соответствует нормативам, то он не только является неконкурентоспособным, а, возможно, и вовсе не имеет права продаваться.

«Мягкие» параметры включают в себя те, которые позволяют товару выглядеть эстетически привлекательно. Рынок товаров в настоящее время достаточно обширен, одинаковой продукции производится большое количество, поэтому именно эти параметры могут иметь решающее значение при выборе того или иного предмета или услуги [8, С. 131].

Для того, чтобы оценить степень конкурентоспособности товара необходимо выделение определенных критериев, однако, если в случае с «жесткими» параметрами это сделать не составит труда, то «мягкие» параметры достаточно трудно описать определенными критериями.

Для того, чтобы провести оценку «мягких» параметров можно воспользоваться сенсорными методами оценки, так, чтобы потребитель определял товары, опираясь на свои органы восприятия: слуховые, зрительные, обонятельные. Данная оценка производится балльным рейтингом.

Кроме того, для осуществления оценки «мягких» характеристик товары можно привлекать экспертов в данной отрасли, которые с учетом потребностей потребителей и статистики смогут оценить данные характеристики товаров.

Подводя итог, можно выделить несколько критериев, опираясь на которые можно оценить конкурентоспособность товаров и выработать впоследствии основные направления повышения конкурентоспособности:

- такие критерии должны строиться с учетом анализа конечной цели финансовой политики организации;
- должны предусматривать несколько вариантов действий;
- анализировать динамику достижения цели.

Заключение. Проведенное исследование позволило авторам сформулировать проблемы малого и среднего бизнеса, которые препятствуют повышению их конкурентоспособности:

1. Рост себестоимости продукции вследствие увеличения цен на расходные материалы;
2. Рост расходов на ГСМ и транспортные расходы в целом;
3. В результате опросов потребителей было выявлено, что многие из них отдают предпочтение зарубежным товарам, отмечая их более высокое качество;
4. Плохое состояние производственных фондов, большая степень износа оборудования.

Следует отметить, что каждое предприятие малого и среднего бизнеса испытывает трудности в повышении конкурентоспособности. В настоящее

время не выработано единой методики, которой могли бы пользоваться все, поэтому перед руководством стоит важная задача по выделению основных проблем конкурентоспособности и разработки механизма по их преодолению.

#### Список источников

1. Валеева А.М., Журавская Е.В., Котова О.В., Новикова Н.Ю. Инвестиционная привлекательность Свердловской области // Основы экономики, управления и права. – 2021. – № 6(31). – С. 56-59.
2. Иванова С.В. Сравнительная оценка конкурентоспособности предприятий торговли. конкурентоспособность предприятий торговли // Российское предпринимательство. – 2010. – № 9-2. – С. 124-128.
3. Никитина Е.А. Управление конкурентоспособностью предприятий // Научные ведомости БГУ. – Белгород, 2019 – № 8 (39). – С. 226-230.
4. Шеина Е.Г. Государственные и рыночные инструменты стимулирования инвестиционных процессов как основа реализации государственной инвестиционной политики // Теория и практика мировой науки. – 2022. – № 9. – С. 10-14.
5. Сергеев А.А., Катышкин И.А. Налоги и конкурентоспособность российских предприятий // Экономические науки. – 2012. – № 93. – С. 37-40.
6. Розанова Н.М. Конкурентные стратегии современной фирмы: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / М.: Издательство Юрайт, 2020. – 343 с.
7. Емельянова И.Ф. Сравнительный анализ понятий "конкурентоспособность" и "конкурентная устойчивость" предприятий // Вести Автомобильно-дорожного института. – 2019. – № 4(31). – С. 61-69.
8. Рудычев А.А., Гэтманцев А.А. Проблемы оценки инновационного потенциала промышленного предприятия // Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова, 2019. – № 2. – С. 131-132.

#### References

1. Valeeva A.M., Zhuravskaja E.V., Kotova O.V., Novikova N.Ju. Investicionnaja privlekatel'nost' Sverdlovskoj oblasti // Osnovy jekonomiki, upravlenija i prava. – 2021. – № 6(31). – Pp. 56-59.
2. Ivanova S.V. Sravnitel'naja ocenka konkurentosposobnosti predpriyatij trgovli. konkurentosposobnost' predpriyatij trgovli // Rossijskoe predprinimatel'stvo. – 2010. – № 9-2. – Pp. 124-128.
3. Nikitina E.A. Upravlenie konkurentosposobnost'ju predpriyatij // Nauchnye vedomosti BGU. – Belgorod, 2019 – № 8 (39). – Pp. 226-230.
4. Sheina E.G. Gosudarstvennye i rynochnye instrumenty stimulirovanija investicionnyh processov kak osnova realizacii gosudarstvennoj investicionnoj politiki // Teorija i praktika mirovoj nauki. – 2022. – № 9. – Pp. 10-14.
5. Sergeev A.A., Katyshkin I.A. Nalogi i konkurentosposobnost' rossijskih predpriyatij // Jekonomicheskie nauki. – 2012. – № 93. – Pp. 37-40.
6. Rozanova N.M. Konkurentnye strategii sovremennoj firmy: uchebnik i praktikum dlja bakalavriata i magistratury / M.: Izdatel'stvo Jurajt, 2020. – 343 p.
7. Emel'janova I.F. Sravnitel'nyj analiz ponjatij "konkurentosposobnost'" i "konkurentnaja ustojchivost'" predpriyatij // Vesti Avtomobil'no-dorozhnogo instituta. – 2019. – № 4(31). – Pp. 61-69.
8. Rudychev A.A., Gjetmancev A.A. Problemy ocenki innovacionnogo potenciala promyshlennogo predpriyatija // Vestnik BGTU im. V.G. Shuhova, 2019. – № 2. – Pp. 131-132.

**Для цитирования:** Курдюмов А.В., Мещерягина В.А., Сидорова А.С. Конкуренентоспособность малого и среднего бизнеса: оценка воздействия внешних факторов // Московский экономический журнал. 2022. № 12. URL: <https://qje.su/ekonomicheskaya-teoriya/moskovskij-ekonomicheskij-zhurnal-12-2022/>