

## КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ И ФАКТОРЫ ЕЕ ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ

*А. К. Евтеева, студент группы 10504121 ФММП БНТУ,  
научный руководитель – кан. экон. наук, доцент Н. В. Жудро*

*Резюме – в данной статье рассматривается сущность конкурентоспособности, дается ее определение и излагаются основные факторы, которые определяют конкурентоспособность предприятия.*

*Resume – this article examines the essence of competitiveness, gives its definition and sets out the main factors that determine the competitiveness of the enterprise.*

**Введение.** В современном мире каждый день появляются все более новые и перспективные предприятия. Организация производства в каждой организации разная. В первую очередь, она зависит от изготавливаемой продукции. Любое предприятие направляет свою работу на то, чтобы полученный продукт становился конкурентоспособным и пользовался на рынке популярностью.

**Основная часть.** Конкурентоспособность – это одно из важнейших свойств предприятия, без которого ему будет очень трудно существовать и продвигаться. Конкурентоспособность представляет собой такой экономический показатель, который указывает на способность организации производить инновационные товары, отличающиеся от товаров конкурентов и опережающие их. Конкурентоспособность любого предприятия определяется несколькими факторами: наличие высококвалифицированных работников, способность оплачивать товар основных покупателей, наличие у предприятия собственной сети сбыта, финансовое положение фирмы, возможность изменять цену, владение технологиями, наличие рекламы и средств стимулирования продажи. Все факторы могут как повысить, так и понизить конкурентоспособность. Данные процессы производственной деятельности организации прямо влияют на затраты предприятия.

Высококвалифицированные специалисты играют важную роль в повышении конкурентоспособности предприятия. Для того, чтобы обеспечить организацию такими работниками необходимо ответственно и строго подходить к проведению собеседования, обеспечивать работникам курсы по повышению квалификации, также важно мотивировать сотрудников для получения более высокого результата [1].

Покупательская способность основных потребителей также является важным фактором, который указывает на высокую конкурентоспособность предприятия. Выбор клиентов определенной организации, возможность купить ее продукцию подтверждает, что данная организация конкурентоспособна и выпускает высококачественные товары. Цена продукции соответствует ее качеству и является доступной для основных покупателей.

Если предприятие имеет свои собственные сети сбыта и определенные сбытовые рынки, то это является показателем того, что организация конкурентоспособна. Установление и налаживание долгосрочных отношений с поставщиками и контрагентами указывает на высокий уровень конкурентоспособности предприятия.

Определенно, на конкурентоспособность организации влияет ее финансовое положение. Чем больше предприятие совершенствует свою производственную деятельность, тем больше получает прибыль за счет успешных продаж своей продукции, позволяя организации повысить конкурентоспособность. Также необходимо отметить, что финансовое состояние предприятия зависит от ее конкурентоспособности, так как клиенты будут отдавать предпочтение именно той организации, которая успешна, изготавливает качественную продукцию и пользуется популярностью. Это повышает прибыль и состояние предприятия.

Ценообразование является неотъемлемым фактором, определяющим конкурентоспособность. Предприятие изначально анализирует рынок сбыта, отслеживает цены конкурентов. Если организация достаточно преуспела, ее продукция пользуется высоким спросом, то предприятие может само установить цену на товары не зависимо от конкурентов, опираясь на свой высокий показатель конкурентоспособности [2].

От наличия технологий у предприятия и владения ими напрямую зависит конкурентоспособность. Организация сама производит продукцию, выпускает ее в нужные сроки, не зависит от других производств, повышает продажи и в итоге прибыль. Если предприятие разработает свою уникальную технологию и откажется от ресурсов существующей на рынке монополии, то конкурентоспособность организации возрастет в разы.

**Заключение.** Таким образом, можно заключить, что все вышеперечисленные факторы по-разному влияют на конкурентоспособность предприятия. Необходим индивидуальный подход, анализ всех показателей предприятия, прослеживание цен и продукции конкурентов. Также очень важно продвижение, а именно маркетинг организации. Правильно подобранная реклама для нахождения целевой аудитории позволит многократно увеличить продажи и повысить прибыль.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Повышение конкурентоспособности как фактор обеспечения экономической безопасности: монография / Г. П. Бутко, Л. А. Перепелкина, О. А. Шурмина; под ред. проф. Г. П. Бутко. – Екатеринбург: УГЛТУ, 2019. – 142 с.
2. Управление конкурентоспособностью организации: учебное пособие / Н. С. Шарафутдинова, Р. Б. Палякин. – Москва : РУСАЙНС, 2017. – 132 с.