

ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Бибиков Е.В.

**Научный руководитель – Громько О.П., ст. преподаватель
Могилевский государственный университет продовольствия
г. Могилев, Республика Беларусь**

В условиях рыночной экономики важным условием самокупаемости и самофинансирования предприятия является ориентация производства на потребителей, конкурентоспособность, гибкое приспособление к изменяющимся условиям рынка. Конкурентоспособность организации отражает эффективность использования ее экономического потенциал. Изменение конкурентоспособности во времени обусловлено как внешними, так и внутренними факторами, значительная часть которых может рассматриваться в качестве управляемых параметров. Каждому предприятию, перед тем как планировать объем производства, необходимо знать, какую продукцию, в каком объеме, где, когда и по каким ценам оно будет реализовывать. Изучение потребителя является главной задачей при планировании и реализации деятельности организации на рынке. Для этого необходимо изучить спрос на продукцию, рынки ее сбыта, потенциальных конкурентов и потенциальных покупателей. Полученные знания используются для управления поведением потребителей и покупателей, а от этого напрямую зависят конечные финансовые результаты, финансовая устойчивость и конкурентоспособность предприятия. Анализ конкурентных позиций предприятия на рынке предполагает выяснение не только его сильных и слабых сторон, но также и тех факторов, которые в той или иной степени воздействуют на отношение покупателей к предприятию. Фактор - это движущая сила экономических, производственных процессов, оказывающих влияние на результат производственной, экономической деятельности.

Конкурентоспособность организации, по мнению [1, с. 47-49], определяется шестью факторами: качеством продукции и услуг; наличием эффективной стратегии маркетинга; уровнем менеджмента и квалификации персонала; технологическим уровнем производства; налоговой средой, в которой действует организация; доступностью источников финансирования. Под управлением факторами конкурентоспособности предприятия понимаются следующие действия:

- стимулировать развитие информационной, финансовой и кадровой баз промышленности;
- развивать инфраструктуру предприятий и отраслей;
- поднять долю внутреннего накопления, осуществить государственные инвестиции;
- улучшить законодательную защиту конкуренции;
- стимулировать наукоемкое развитие;
- ввести систему государственного регулирования, т. е. рационального вмешательства государства в рыночный механизм регулирования [2, с. 71].

Литература

- 1 Мазилкина, Е. И. Управление конкурентоспособностью / Е. И. Мазилкина, Т. Г. Паничкина. - М.: Омега-Л, 2009. - 328 с.
- 2 Батаева, А.С. Факторы конкурентоспособности предприятия / А.С. Батаева // Известия ТГУ, 2012. - №2.