

## **ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ**

Смольская Н.А., Фалей О.А.

*БНТУ МИДО, г. Минск, Республика Беларусь, oksana\_falej@mail.ru*

В современных условиях проблема конкурентоспособности на различных уровнях имеет жизненно важное значение для любой страны. Чтобы участвовать в процессе глобализации экономики, Республике Беларусь необходимо сформировать экономику конкурентоспособной до такой степени, при которой присутствие белорусских товаров на мировом рынке стало бы заметным и ощутимым.

В условиях глобализации современного мира национальные экономики отдельных государств начинают приобретать все более открытый характер. Чем более открыта экономика той или иной страны, тем важнее для нее становится достигнутый ею уровень конкурентоспособности. Кто выигрывает в конкурентной борьбе – тот имеет возможность сохранять рабочие места, повышать доходы населения, модернизировать производство.

В рыночной экономике решающим фактором коммерческого успеха предприятия является конкурентоспособность. Конкурентоспособность – это концентрированное выражение всей совокупности возможностей производителя создавать, выпускать и сбывать товары и услуги. Фактор конкуренции носит принудительный характер, заставляя производителя под угрозой вытеснения с рынка непрестанно заниматься системой качества и в целом конкурентоспособностью своих товаров, а рынок объективно и строго оценивает результаты их деятельности. В условиях развитого конкурентного рынка маркетинг становится эффективным средством решения проблемы качества и конкурентоспособности товаров, испытывая, в свою очередь, их обратное воздействие, которое расширяет либо снижает его возможность.

В условиях рыночных отношений конкурентоспособность характеризует степень развития общества. Чем выше конкурентоспособность страны, тем выше жизненный уровень в этой стране.

Конкурентоспособность предприятия – это относительная характеристика, которая выражает отличия развития данного предприятия от развития конкурентных предприятий по степени удовлетворения своими товарами потребности людей и по эффективности производственной - хозяйственной деятельности. Конкурентоспособность предприятия характеризует возможности и динамику его приспособления к условиям рыночной конкуренции.

Конкурентоспособность предприятия зависит от ряда таких факторов, как:

- конкурентоспособность товаров предприятия на внешнем и внутреннем рынках;
- вид производимого товара;
- ёмкость рынка (количество ежегодных продаж);
- лёгкость доступа на рынок;
- однородность рынка;
- конкурентные позиции предприятий, уже работающих на данном рынке;
- конкурентоспособность отрасли;
- возможность технических новшеств в отрасли;
- конкурентоспособность региона и страны.

Одной из важнейших составляющих конкурентоспособности предприятия является конкурентоспособность выпускаемого товара. Это многоаспектное понятие, означающее соответствие товара условиям рынка, конкретным требованиям потребителей не только по своим качественным, техническим, экономическим, эстетическим характеристикам, но и по коммерческим и иным условиям его реализации (цена, сроки поставки, каналы сбыта, сервис, реклама). Более того, важной составной частью конкурентоспособности товара является уровень затрат потребителя за период его эксплуатации. Конкурентоспособность продукции и конкурентоспособность предприятия–производителя продукции соотносятся

между собой как часть и целое. Возможность компании конкурировать на определённом товарном рынке непосредственно зависит от конкурентоспособности товара и совокупности экономических методов деятельности предприятия, оказывающих воздействие на результаты конкурентной борьбы.

Поскольку конкуренция предприятий на рынке принимает вид конкуренции самой продукции, возрастает значение свойств, сообщаемых продукции предприятия, изготовившего и продающего её на мировом рынке.

Конкурентоспособность продукции – понятие многоаспектное, означающее соответствие продукции условиям рынка, конкретным требованиям потребителей не только по своим качественным, техническим, экономическим, эстетическим характеристикам, но и по коммерческим и иным условиям организации (цена, сроки поставки, каналы сбыта, сервис, реклама, уровень затрат потребителя во время эксплуатации).

Конкурентоспособность продукции – это такой уровень его экономических, технических и эксплуатационных параметров, который позволяет выдерживать соперничество (конкуренцию) с другими аналогичными товарами на рынке. Конкурентоспособность продукции, как правило, определяется путем сравнения его различных параметров с аналогичными показателями товара-конкурента.

В результате оценки конкурентоспособности продукции производителем могут быть приняты следующие пути повышения конкурентоспособности:

- изменение состава, структуры применяемых материалов (сырья, полуфабрикатов), комплектующих изделий;
- изменение технологии изготовления продукции; методов испытаний, системы контроля качества изготовления, хранения, упаковки, транспортировки и монтажа;
- изменение цен на продукцию, цен на услуги, по обслуживанию и ремонту;
- изменение порядка реализации продукции на рынке;
- изменение структуры и размера инвестиций в разработку, производство и сбыт продукции;
- изменение системы стимулирования поставщиков;
- изменение структуры импорта и видов импортируемой продукции.

Главным подходом при этом является выпуск как можно большего количества новой, пользующейся повышенным спросом продукции, цены на которую будут ниже, чем у конкурентов, а качественные характеристики – выше.

Белорусский производитель выигрывает преимущественно за счет ценового фактора, а не высокого качества, надежности и эксклюзивности.

Конкурентоспособность продукции неразрывно связана с конкурентоспособностью предприятия. К важнейшим показателям конкурентоспособности предприятия относят рентабельность производства, производительность труда, уровень качества производимой продукции, характеристики инновационной деятельности, показатели экспорта. Решающей предпосылкой конкурентоспособности предприятия является производство конкурентоспособной продукции.

Проблема конкурентоспособности актуальна и для Беларуси. Программой социально-экономического развития Республики Беларусь определено, что одной из главных идей является повышение уровня конкурентоспособности на основе модернизации экономики страны.

Создание конкурентоспособной экономики – приоритетная задача развития нашей экономики. Ее решение достигается через повышение конкурентоспособности продукции белорусских товаропроизводителей.

Это требует системной, целенаправленной работы органов государственного управления, субъектов хозяйствования всех форм собственности по следующим основным направлениям:

- техническое перевооружение и модернизация производств, внедрение новых и высоких технологий;
- снижение издержек производства, обеспечение энерго- и ресурсосбережения;

-повышение эффективности инновационной деятельности предприятий, стимулирование производства новой, высокотехнологичной продукции;

- не отставать от мировых экономических процессов и наравне конкурировать с ведущими зарубежными экспортерами и импортерами белорусским товаропроизводителям позволяет целенаправленная работа по повышению качества выпускаемой продукции, обеспечению ее соответствия международным стандартам.

С целью повышения конкурентоспособности продукции необходимо внедрять комплексные мероприятия по повышению конкурентоспособности соответствующего предприятия, отрасли, страны.

Среди факторов, сдерживающих экономическое развитие и повышение конкурентоспособности, необходимо назвать изношенность производственных фондов, устаревшие технологии, низкий уровень менеджмента, высокую налоговую нагрузку, отсутствие конкурентной среды, несовершенство нормативно-правовой базы.

Сформулируем общие принципы, которые дают конкурентные преимущества производителям:

1. Нацеленность всех и каждого работника на действие, на продолжение начатого дела.
2. Близость предприятия к клиенту.
3. Создание автономии и творческой атмосферы на предприятии.
4. Рост производительности благодаря использованию способностей людей и их желанию работать.
5. Демонстрация важности общих для предприятия ценностей.
6. Умение твёрдо стоять на своём.
7. Простота организации, минимум уровней управления и служебного персонала.
8. Умение быть одновременно мягким и жёстким. Держать под жёстким контролем наиболее важные проблемы и передавать подчинённым менее важные.

Как показывает мировая практика рыночных отношений, взаимосвязанное решение этих проблем и использование данных принципов гарантирует повышение конкурентоспособности предприятия.

Беларусь придает конкурентоспособности своих товаров и услуг приоритетное значение. Завоевание подходящего места в мировой экономике в современных условиях необходимо для обеспечения устойчивого развития страны, роста благосостояния ее граждан, расширения взаимовыгодного сотрудничества в мире.

## Литература

1. Программа структурной перестройки и повышения конкурентоспособности экономики. Минск: Амалфея, 2003.
2. Черченко Н. В. Этапы формирования конкурентоспособности национальной экономики // Вестник БГУ. Сер. 3. 2005. № 3.
3. Шелелева Г.А. Коммерческая деятельность. Гомель:УО «ГГУ им. Ф.Скорины», 2007.