

Кроме того, на наш взгляд, в период эпидемий с одной стороны всегда дорожают лекарственные препараты, а с другой - у населения падает покупательская способность.

В большинстве деловых контрактов (договоров) эпидемия относится к форс-мажорным обстоятельствам, которые позволяют не исполнять условия договора, или исполнять их не в полном объёме, или изменять первоначальные условия договора, что также способствует ослаблению экономики.

Мы считаем, что экономические потери в результате эпидемии особенно высоки из-за паники, которая раскручивается медиаизданиями и поддерживается международными средствами массовой информации. Паника подрывает торговлю и услуги, усугубляет экономический кризис.

По нашему мнению, негативным последствием является также неопределенность развития эпидемиологической ситуации. В случае быстрого устранения эпидемии, при помощи четких и слаженных действий её влияние на мировую экономику удастся свести к минимуму, в результате чего будут налажены процессы поставки товаров и услуг. Если же этого достичь невозможно, то ущерб будет более весомым. Чем тяжелее и длительнее эпидемия, тем выше цена. Поэтому все страны мира против эпидемий должны избрать одну тактику: контроль, оперативность и слаженность действий. Здравоохранение должно работать на человека.

**Заключение.** Таким образом можно заключить, эпидемии наносит огромный экономический ущерб государствам, обрушает темпы роста глобальной экономики, уносит больше человеческих жизней, чем войны. Проведённый анализ подтверждает, что в настоящее время, в связи с постоянным проведением научно-медицинских исследований, развитием медицины в целом, инвестиций в отрасли со стороны государства шансов для глобальных эпидемий, приводящих к катастрофам, становится всё меньше. Всё мировое сообщество заинтересованы в достижении одной цели – быстрее темпами избавиться от эпидемии, ускорить экономическое развитие и рост благосостояния своей страны.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Эпидемия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://gimsyaroslav1.narod.ru/Rescuer/Rescuers\\_Guidebook/ch149\\_epidem.htm](http://gimsyaroslav1.narod.ru/Rescuer/Rescuers_Guidebook/ch149_epidem.htm) - Дата доступа: 05.03.2020.
2. Беларусь сегодня [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.sb.by](http://www.sb.by) – Дата доступа: 03.03.2020

УДК 339.137

### КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

*А.Э. Дервис, студент группы 10502116 ФММП, БНТУ,  
научный руководитель – старший преподаватель И.Г. Разумовская*

*Резюме – вопросам повышения конкурентоспособности предприятия посвящены работы многих авторов. В статье рассмотрены понятия конкурентоспособности, мероприятия, которые помогут предприятию конкурировать на рынке. На основании нижеизложенной информации, сформулированы выводы и предложены пути повышения конкурентоспособности предприятия.*

*Summary – the work of many authors is devoted to questions of increasing the competitiveness of enterprises. The article discusses the concepts of competitiveness, measures that will help the company compete in the market. Based on the information below, conclusions are formulated and ways to improve the competitiveness of the enterprise are proposed.*

**Введение.** Конкуренция (от лат. *Concurrentia* до столкновения) - это конкуренция между тем, кто производит товары, а также, между любыми рыночными или экономическими субъектами, это борьба за товарные рынки с целью получить более высокие доходы, прибыль и другие выгоды. Конкуренция представляет собой легализованную форму борьбы за существование и один из более эффективных механизмов регулирования и выбора в рыночной экономике. Необходимость в научных исследованиях и различного рода разработках проблем конкуренции в сфере производства стремительно увеличилась. Эта схватка сейчас ведется на внутреннем рынке между отечественными производителями и их зарубежными конкурентами, и на внешнем рынке, где конкуренция охватывает предприятия и фирмы, которые более успешны в технологическом и экономическом отношении отрасли. [1]

**Основная часть.** Формирование конкурентоспособной экономики-важнейшая цель для развития страны. Ее решение достигается путем повышения конкурентоспособности продукции, создаваемые белорусскими производителями. Для этого требуется обязательное проведения целенаправленной, единой работы органов государственного управления, а также субъектов хозяйствования существующих форм собственности по следующим важным направлениям.

1. Модернизация производства, внедрение новых технологий.

На основе задач, которые решаются предприятием, выбирается или менее затратный путь модернизации производства и выборочных технологий, при этом увеличивая загрузку существующего производства; или создание существенно нового производства. Первое направление нацелено на использование разработок, с высоким по-

тенциалом реализации, которые уже имеются у предприятия. В пределах второго направления внедряются абсолютно новые, научно-технологические разработки, на основе которых выпускается ранее не производимая продукция. В результате гарантируются конкурентные позиции отечественных производителей в секторах рынка, в которых они ранее не были представлены.

2. Повышение инновационной деятельности предприятия, стимулирование производства высокотехнологичной продукции.

Для предприятий ключевым аспектом в завоевании внутреннего и внешнего рынка является своевременное обновление производимых товаров и услуг. В настоящее время в Беларуси не просто конкурируют товары и, а идет схватка за формирование и внедрение инноваций в производство. Выигрывают производители, которые способны своевременно перенастраивать производство, при этом осуществляя модернизацию.

3. Не отставать от мировых процессов и конкурировать с зарубежными импортерами и экспортерами, белорусским товаропроизводителям позволяет работа по повышению качества выпускаемой продукции, обеспечению ее соответствия по всем требуемым международным стандартам.

На данный момент потребитель смотрит не только на цену товара, но и изучает его состав, производителя. Качество товара и услуг определяет интерес и особое внимание покупателей. Для того, чтобы удовлетворить требования покупателя, предприятие старается сделать анализ качественных характеристик выпускаемой продукции через их соответствие международным стандартам, при этом определяя пути совершенствования. К тому же, развитие международной торговли требует изготовителя знать, какие требования к продукции установлены в каждой стране, и какие нужно пройти процедуры подтверждения, чтобы поставлять рынок свою продукцию. Оценив конкурентоспособность продукции, производителем могут быть предложены пути повышения конкурентоспособности: замена состава, структуры применяемых в производстве материалов, изделий; улучшение технологии изготовления продукции; системы контроля качества, хранения, изготовления, транспортировки; замена правил реализации продукции на действующих и новых рынках сбыта; изменение размера вложений в разработку товара, производство и сбыт продукции; преобразование стимулирования поставщиков; изменение цен на продукцию, услуги, по обслуживанию;

Важнейшим подходом является изготовление еще большего числа новой продукции, которая пользуется повышенным спросом, цены на которую будут снижены, по сравнению с конкурентами, а качественные характеристики, следовательно, выше. Белорусские предприятия выигрывают за счет приемлемой цены, а не высокого качества и эксклюзивности. Согласно мировой практике рыночных отношений, решение этих проблем и внедрение данных принципов гарантирует повышение конкурентоспособности предприятия.

Эти мероприятия помогут извлечь дополнительную прибыль и сохранить имидж инновационного предприятия. Организация в условиях обострения конкуренции на рынке, прибегает к поиску новых форм и методов конкуренции. Большинство предприятий стремятся создать устойчивое конкурентное преимущество в области производства, управления и продаж, поскольку ценовая конкуренция обеспечит лишь временные преимущества на рынке. Многие предприятия внедряют инновации, пытаются улучшить свои экономические показатели, в самых важных областях. Многочисленные исследования показали, что инновации, внедряемые только в сфере производства или продаж, уже приводят к положительным экономическим результатам, в том числе к тому же росту производительности труда, даже когда достигается один результат.

Наличие неиспользованных резервов конкурентоспособности не всегда свидетельствует о недостаточном внимании к ним. На момент их анализа многие из возможностей, которые впоследствии появились в качестве резервов, еще не сформировались и не развивались, и поэтому не могли быть приняты во внимание. Научно-технический прогресс, связанный с ростом его квалификации персонала и появлением нового оборудования, технологий и продуктов, является непрерывным процессом. Поэтому в каждый момент времени существует разрыв между измеренными и новыми производственными возможностями, и ситуацией на рынке. Этот разрыв проявляется в виде резервов конкурентоспособности, то есть неиспользованных возможностей.

Чтобы сформировать конкурентное предприятие, целесообразно не только усовершенствовать управление и производство, в целом, но и точно представлять, зачем это делается и какой цели нужно достичь. Главным в такой ситуации должна быть способность определять, действительно и быстро применять в конкурентной схватке свои схожие преимущества. Все старания обязательно направляются на развитие сторон, которые различают предприятие от реальных или потенциальных конкурентов.

**Заключение.** Заканчивая, хотелось бы выделить, что повышение конкурентоспособности является ключом к успеху каждого предприятия. Тем не менее, выигрыш предприятия в конкурентной схватке осуществляется только в ситуации непрерывного совершенствования всех его факторов. Высочайший уровень конкурентоспособности влияет на повторное желание потребителей приобретать товар данного предприятия, отсутствие жалоб и претензий общества, а также влияет на престиж предприятия на рынке труда.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Автономов, В. С. Конкуренция в зеркале экономической теории/ В. С. Автономов. М.: Экономика, 2007. – 320 с.

2. Черченко, Н. В. Этапы формирования конкурентоспособности национальной экономики/ Н. В. Черченко // Вестник БГУ. Сер. 3.- 2005. - № 3.- С. 74-77