

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ КАК СПОСОБ УВЕЛИЧЕНИЯ ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Е.А. Рудко, Л.В. Карпик, 3 курс

*Научный руководитель – М.М. Хованская, старший преподаватель
Барановичский государственный университет*

Проблема конкурентоспособности фирм, отраслей, стран — одна из наиболее актуальных и динамичных в мировой экономике, т.к. на ее анализ влияют многие факторы, прежде всего изменения темпов экономического роста стран, уровень безработицы, место страны или фирмы в мировой экономике и т.п. Значимость этой проблемы особенно возрастает в условиях растущей глобальной экономической конкуренции за право каждой страны занять достойное место в системе мирового хозяйства. Беларусь придает конкурентоспособности своих товаров и услуг приоритетное значение. Завоевание подобающего места в мировой экономике в современных условиях необходимо для обеспечения устойчивого развития страны, роста благосостояния ее граждан, расширения взаимовыгодного сотрудничества в мире.

Конкурентоспособность продукции - это характеристика товара (услуги), отражающая его отличие от товара-конкурента как по степени соответствия конкретной потребности, так и по затратам на ее удовлетворение.

Выделяют следующие виды конкуренции:

- **функциональная конкуренция** — базируется на том, что одну и ту же потребность потребителя можно удовлетворить по-разному;
- **видовая конкуренция** — это конкуренция между аналогичными товарами, но разными по оформлению;
- **предметная конкуренция** — это конкуренция между аналогичными товарами, но разными по качеству изделия и по притягательности марки;
- **ценовая конкуренция** — снижение цены увеличивает продажи, приводит к расширению рынка;
- **скрытая ценовая конкуренция:** продажа личного товара по цене конкурента, снижение цены потребления товара
- **незаконные методы:** антиреклама товаров конкурентов, производство товаров имитаторов (подделка).[1]

В масштабах республики в целом обеспечение конкурентоспособности экспортируемой продукции на внешних рынках, а также изыскание и использование имеющихся возможностей роста конкурентоспособности белорусских товаров позволит достигнуть устойчивого долгосрочного развития Беларуси, которая является страной с открытой экономикой, т.к. более 50% ее ВВП составляет экспорт.

С середины 90-х гг. прошлого века по настоящее время в Беларуси начало нарастать отставание по величине издержек на производство экспортируемой продукции в целом и по величине удельных затрат, т.е. издержек на единицу выпускаемой продукции, в частности. В настоящее время эти показатели в Беларуси в 2,5-3 раза выше, чем в развитых странах, что, несомненно, отрицательно сказывается на ценовой конкурентоспособности экспортируемых белорусских товаров.

Что касается второго важнейшего фактора ценовой конкурентоспособности белорусских товаров (производительности труда), то в настоящее время ситуация с производительностью и интенсивностью труда в Беларуси для конкурентоспособности отечественных товаров складывается неблагоприятно. Кроме того, на показатели производительности труда отрицательно сказывается увеличение технического и технологического отставания, отсутствие системы действенных мер стимулирования высоких показателей производительности труда работников.

Сейчас производительность труда на многих предприятиях, экспортирующих впоследствии произведенную ими продукцию, в 2,5-3 раза ниже, чем в промышленно развитых странах.

Следует отметить, что в качестве наиболее весомых также выступают технический и технологический факторы. По оценкам специалистов, по масштабам использования высоких технологий для производства Беларусь значительно отстает от других стран, а показатели материало- и энергоёмкости в ряде случаев в 2-2,5 раза выше соответствующих затрат у зарубежных конкурентов на производство аналогичной продукции.[2]

Сдерживающим фактором повышения конкурентоспособности продукции в Беларуси является: высокий уровень износа основных фондов и низкий уровень применяемых технологий. В некоторых отраслях промышленности износ основных фондов составляет более 60%, активной их части - около 80%. Сложное финансовое положение большинства предприятий не позволяет решать проблему внедрения прогрессивных технологий и освоения новой конкурентоспособной продукции. Значительный износ основных фондов и недостаточный уровень технологий обуславливают высокую затроемкость производства. Следует отметить, что предприятия Беларуси работают в основном на привозном сырье, цены на которое постоянно растут. Это ведет к росту издержек, что вызывает рост цен и снижение конкурентоспособности продукции.

Причин низкой конкурентоспособности на самих предприятиях много: это изношенное оборудование и низкая квалификация, избыток персонала и несовершенные процессы управления, нерешенные вопросы собственности.

Исходя из вышесказанного, развить свои конкурентные преимущества Беларусь, на наш взгляд, может не только, обновив свои производственные фонды за счет инвестиций, повысив производительность труда и его интенсивность, используя технологии, позволяющие снизить материало- и энергоёмкость выпускаемой продукции, но и на основании учета следующих характеристик: факторы производства, т.е. природные ресурсы, рабочая сила, инфраструктура ; объем спроса и требовательность покупателей; стратегия предприятия, его структура и конкуренты, иными словами цели собственника предприятия и его управляющих, характер конкуренции в стране; родственные и поддерживающие отрасли; государственная политика, ее способность усиливать или ослаблять влияние всех остальных параметров, формирующих экономическую среду; повышение качества продукции, соответствие стандартам, сертификация; имидж предприятия; реклама продукции; использование данных о предприятии, его продукции на сайте в Интернете.[3]

Кроме указанных мер, обеспечивающих нормальные, предсказуемые условия функционирования экономики, главным фактором решения проблемы сбыта является повышение конкурентоспособности отечественных товаров за счет улучшения качества и снижения издержек на их производство и реализацию. Кардинальное решение данной задачи возможно только в результате: обновления технологической базы; разра-

ботки и освоения новых видов продукции, соответствующих по своим качественным характеристикам потребностям мирового рынка; диверсификация внешней торговли; сертификация продукции; развитие информационной инфраструктуры отечественных товаропроизводителей; регулирования цен; использования различных видов рекламы; поиск новых рынков сбыта; улучшения качества продукции; своевременного прогнозирования конкурентов

Список использованных источников

1. <http://apst.ru/> [Электронный ресурс]: Артпрайм. Режим доступа: <http://apst.ru/studio/base/advertising/types/>. Дата доступа: 05.03.2015.
2. <http://www.znaytovar.ru> [Электронный ресурс]: Знай товар.ru (товароведение). Режим доступа: <http://www.znaytovar.ru/s/Konkurentosposobnost-produkci.html>. Дата доступа: 07.03.2015.
3. <http://pandia.org> [Электронный ресурс]: Энциклопедия знаний. Режим доступа: <http://pandia.org/text/77/21/35661.php>. Дата доступа: 07.03.2015.