

тационный). Разработанные планы радикального обновления и их изучение позволят всему миру быстрее и эффективнее пройти период транзита, а опыт Казахстана использовать в мировой практике.

А.Ю. Баранова
Мозырский государственный педагогический университет
им. И.П. Шамякина

УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ

Проблема конкурентоспособности фирм, отраслей, стран — одна из наиболее актуальных и динамичных в мировой экономике, ибо на ее анализ влияют многие факторы, прежде всего изменение темпов экономического роста стран, уровень безработицы, место страны или фирмы в мировой экономике и т.д.

Расширение масштабов международной торговли и освоение новых рынков сбыта возможно только при постоянном совершенствовании технологии производства, внедрении современного высокопроизводительного оборудования, постоянном обновлении ассортимента выпускаемой продукции, применении новых конструктивных решений. В условиях открытой рыночной экономики борьба за потребителя на внутреннем и внешнем рынках требует создания и производства конкурентоспособных товаров.

Стратегические планы развития белорусской экономики ориентированы на повышение конкурентоспособности отечественной продукции и услуг и требуют особенно слаженной и эффективной работы всех организаций, как занимающихся производством продукции, так и создающих условия для эффективного функционирования промышленности [1].

Необходимым элементом рыночного хозяйствования является система управления конкурентоспособностью продукции на макро- и микроуровнях.

Основные направления работы по созданию условий для повышения качества и конкурентоспособности продукции и услуг определены в реализуемых в стране программных документах, где определены цели, задачи и приоритеты социально-экономического развития страны, включая вопросы качества и конкурентоспособности продукции и услуг.

Основные направления по созданию в республике качественной и конкурентоспособной продукции:

- управление качеством и повышение экспортных возможностей отечественных товаропроизводителей;
- повышение качества и конкурентоспособности основных экспортноориентированных видов продукции;
- развитие технического нормирования и стандартизации;
- международное сотрудничество в сфере технического нормирования и стандартизации, оценки соответствия;
- подготовка кадров в области управления качеством;
- пропаганда высокого качества.

Для предприятия также важна роль управления в целенаправленном воздействии на конкурентоспособность продукции. Управление конкурентоспособностью продукции — последовательная реализация функций управления с целью формирования свойств продукции, обеспечивающих ей конкурентное преимущество по сравнению с товарами-конкурентами [2].

Управление конкурентоспособностью продукции на предприятии нужно рассматривать в аспекте функций управления: планирования, организации, мотивации, контроля и анализа.

Функция планирования сводится к определению соотношения между плановыми и фактическими показателями, обеспечивающими необходимый уровень конкурентоспособности продукции. Для того чтобы планировать повышение конкурентоспособности, необходимо научиться объективно ее оценивать. Если дана всесторонняя количественная характеристика фактической конкурентоспособности продукции, то эта информация является исходной для планирования ее повышения.

Функция организации управления конкурентоспособностью заключается в установлении эффективных связей между всеми подразделениями организации.

Необходимой является и мотивация работников, побуждающая персонал эффективно работать над вопросами конкурентоспособности и создавать качественную и конкурентоспособную продукцию.

Контроль и анализ, необходимые для оценки выполнения поставленных задач, являются завершающим этапом управления конкурентоспособностью.

Последовательная реализация данных функций по отношению к конкурентоспособности продукции будет образовывать сущность управления данной экономической категорией и позволит товаропроизводителю наделить продукцию свойствами, наиболее адаптированными к потребительским предпочтениям.

Литература

1. Семашко, В. Высокое качество и конкурентоспособность продукции — залог успеха экономики / В. Семашко // Экономика Беларуси. — 2009. — № 5 — С. 9.
2. Смирнова, С.В. Управление конкурентоспособностью продукции на предприятии / С.В. Смирнова // Научный потенциал студенчества — будущему России: материалы Междунар. науч. студ. конф. — Ставрополь: СевКавГТУ, 2007. — Т. 2. — С. 143.

О.А. Березун

Белорусский государственный экономический университет (Минск)

ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ КЛАСТЕРОВ

Инновационные кластеры — это неформальные объединения инновационных компаний, малых, средних и крупных предприятий, а так-