

отработавших нормативный срок, увеличился до 60 %, а проблема морального и физического старения оборудования еще больше усугубилась. Средний возраст оборудования в энергосистеме составляет 30 лет. Для решения проблемы морального и физического старения оборудования необходимы ежегодные инвестиции в объеме 350 млн дол. США.

С 2002 г. до 2010 г. свой физический ресурс выработают 2835 МВт генерирующих мощностей, а с учетом уже исчерпавших к 2002 г. свой ресурс электростанций, суммарную величину мощности, выработавшей парковый ресурс до 2010 г., можно принять равной 4300 МВт. Возможны две альтернативы ввода новых мощностей: с учетом перетоков из России и Литвы и без учета этих перетоков. Если ориентироваться на самобалансирующийся характер развития белорусской энергосистемы (без учета перетоков), то дефицит мощности возникнет примерно в 2006—2007 гг., когда максимум нагрузки станет равным величине установленной мощности. Если же принимать во внимание перетоки, то баланс мощности по белорусской энергосистеме будет обеспечен к 2010 г. Но это обеспечение баланса будет иметь место, если изношенное оборудование будет периодически меняться. Если замену не осуществлять, то из-за возрастания износа оборудование в конце концов окажется неработоспособным, и дефицит мощности возникнет раньше. В 2001 г. мощность оборудования, подлежащего замене, составляла около 1300 МВт. Однако часть этого оборудования продолжает эксплуатироваться, что обеспечивается значительными затратами на ремонтно-восстановительные работы. В настоящее время общепризнанно, что оборудование может эксплуатироваться и за пределами паркового ресурса, если произвести затраты на восстановительные работы. Предельный срок службы может превышать парковый ресурс в 1,3—1,5 раза. Необходимо сопоставление выгоды продления срока службы с заменой оборудования, чтобы выявить оптимальную стратегию развития генерирующих источников.

*И.И. Колядич  
БГЭУ (Минск)*

## **ПЛАНИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ**

Главным фактором успешного функционирования предприятий в условиях рыночной экономики является конкурентоспособность их продукции, как важнейший критерий целесообразности выхода предприятий на рынок, условие эффективного ведения коммерческих операций и основа выбора средств и методов производственно-сбытовой деятельности.

Конкурентоспособность оценивается на основании комплексного исследования рынка (включающего анализ потребителей, конкурентов, конъюнктуры), на котором товары проходят сравнение и проверку на соответствие потребностям.

Определение показателей конкурентоспособности позволяет предприятию выявить позиции, по которым его превосходят конкуренты, проанализировать причины, приведшие к этому, а также выявить возможности для повышения конкурентоспособности своей продукции.

Конкурентоспособность любого товара может быть определена только в результате его сравнения с другим изделием и поэтому является относительным показателем.

Построение весовой базы является наиболее ответственной и сложной частью анализа и/или моделирования уровня конкурентоспособности, поскольку она опирается не на расчетные операции с известными величинами, а на предпочтение потребителя. В этом случае эталон не может дать информацию о том, какое из его свойств, описываемых параметрами, наиболее важно для покупателя. Основным источником данных для построения весовой базы являются исследования рынка и сделанные на их основе экспертные оценки.

Планирование показателей, характеризующих уровень конкурентоспособности товара, дает возможность еще на стадии создания продукции подобрать и заложить характеристики качества, уровень сервиса, издержки производства, а значит, цены, т.е. создать товар, который удовлетворит покупателя в большей степени, чем товар конкурента. Обоснованное планирование уровня конкурентоспособности является необходимым этапом при принятии решений о направлениях инвестиций.

Составляющие элементы конкурентоспособности являются многофакторными характеристиками, которые необходимо рассматривать как сложные самостоятельные объекты управления. Управление конкурентоспособностью представляет собой совокупность мероприятий, осуществляемых в ходе разработки, производства, сбыта и послепродажного обслуживания продукции в целях обеспечения необходимого уровня ее конкурентоспособности и предполагающих сбалансированное воздействие на все основные показатели деятельности фирмы исходя из критерия прибыли.

В процессе исследования был произведен расчет показателей конкурентоспособности продукции СП "Санта Бремор" ООО для оптовиков и для покупателей.

Методами экспертных оценок и анкетирования были определены важнейшие параметры продукции и их удельные веса, которые послужили основой при составлении моделей. После оценки этих параметров продукции СП "Санта Бремор" ООО, а также аналогичной продукции конкурентов были рассчитаны показатели конкурентоспособности и проведен их анализ.

Результаты исследования позволяют сделать вывод о том, что продукция СП "Санта Бремор" ООО является конкурентоспособной.