

вания в сельскохозяйственных целях данного земельного участка, полученной на основе собранных и проанализированных оценщиком данных.

ОСНОВЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ, ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЕЕ ОЦЕНКИ

Мельникова С.Л., аспирантка БГЭУ
УО «БГЭУ»

Целью деятельности предприятия независимо от формы собственности является получение прибыли, что в условиях рынка возможно лишь при выпуске конкурентоспособной продукции и успешной ее реализации.

До недавнего времени в нашей экономической литературе категория конкурентоспособности рассматривалась с позиций внешнеэкономической деятельности в тесной связи с качеством экспортной продукции. Поэтому и неудивительно, что подходы к конкурентоспособности и критериям ее оценки в определенной мере проработаны применительно к экспортным товарам. Критическая оценка новейшей экономической, справочной, нормативно-технической и методической литературы показывает, что в ней конкурентоспособность рассматривается с самых общих позиций. Особенно это относится к появляющимся во все большем объеме публикациям по маркетингу. Несмотря на некоторые различия, большинство их определяет подход к конкурентоспособности продукции как характеристике возможности ее сбыта в условиях конкуренции, а повышение конкурентоспособности рассматривают лишь за счет активной рекламно-сбытовой программы, практически без учета влияния процесса производства продукции.

Конкурентоспособность продукции означает не просто способность потребительских и стоимостных характеристик, а прежде всего соотношение совокупности качественных характеристик товара и затрат на его приобретение и потребление при их соответствии требованиям рынка, она отражает способность произведенной предприятием продукции (потенциальную и/или реальную) выдержать конкуренцию.

Основными признаками конкурентоспособности продукции, являются:

Конкурентоспособность – величина относительная, то есть определяется в результате сравнения;

Конкурентоспособность – величина динамическая, то есть изменяется с течением времени, зависит от жизненного цикла товара;

Индивидуальность запросов различных покупателей приводит к тому, что степень конкурентоспособности в известном смысле индивидуальна;

Конкурентоспособность привязана к определенному виду продукта, конкретному рынку, степени развития научно-технического прогресса;

По сути конкурентоспособность выражает различие товаров-конкурентов по степени соответствия требованиям, существующим на рынке;

Кроме того, нет, и не может быть "абсолютной" конкурентоспособности или неконкурентоспособности: оба эти понятия связаны с рынком и временем, а также разнообразными факторами, влияющими на рынок;

Конкурентоспособность может подвергаться изменениям в результате принятия управленческих решений, что особенно важно в целях повышения конкурентоспособности вырабатываемой на предприятии продукции.

Цена является основным экономическим показателем конкурентоспособности продукции, который характеризует конкурентоспособность представленной на рынке продукции с разных сторон.

Такие показатели как цена потребления и цена, которую согласен заплатить покупатель за продукт дают экономическую оценку конкурентоспособности продукции со стороны ее потребителя. Цена, покрывающая затраты на производство и сбыт продукции и обеспечивающая прибыль – со стороны производителя. Показатели средней, минимальной и максимальной цены, сложившейся на данном рынке; верхней или нижней границы цены, установленной государством; среднереспубликанской и мировой цены на продукцию характеризуют рынок данного продукта.

К экономическим показателям конкурентоспособности второго уровня относят группу показателей, определяющих конкурентоспособность предприятия-производителя продукции.

К ним относят следующие показатели:

1. показатели, отражающие степень удовлетворения потребителей продукции: объем продаж; количество товаров в ассортиментной группе и дополняющей продукции; доля производителя на рынке и ее динамика.

2. показатели, отражающие уровень эффективности производства данной продукции на предприятии: себестоимость производимой продукции; материало-, фондо-, ресурсоемкость продукции; объем прибыли; норма прибыли; производительность труда и трудоемкость продукции; рентабельность производства и продаж.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ В АПК РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Метрик А.А., аспирант

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»

Одним из проявлений кризисного состояния аграрной экономики является инвестиционный кризис, означающий долговременную тенденцию снижения объема капиталовложений. Так, в 2002 г. размер ассигнований, направленных на развитие села, уменьшился по сравнению с 1990 г. в 10,2 раз (рис. 1), а их удельный вес в общих капитальных вложениях в народное хозяйство сократился с 28,8 до 5,3 % (табл. 1).