

Научный руководитель – кандидат экономических наук, доцент
Е. М. Карпенко, БГАТУ (Минск)

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА МОЛОКОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ МИНСКОЙ ОБЛАСТИ

В развитии экономики АПК Республики Беларусь молочная подотрасль играет особую роль. Во-первых, ей принадлежит ведущая роль в решении проблемы обеспечения населения продуктами питания; во-вторых, увеличение производства отечественных молочных продуктов питания создает предпосылки для обеспечения продовольственной безопасности страны; в-третьих, она является сферой приложения труда и получения доходов сельского населения; в-четвертых, она является одной из немногих пищевых отраслей национальной экономики, ориентированных на экспорт продукции.

Конкурентная ситуация на рынках сбыта молочной продукции для отечественных предприятий является достаточно сложной (особенно это касается региональных предприятий), в силу чего обладание ими высоким уровнем конкурентоспособности – необходимое условие успешного функционирования на данных рынках. Наблюдаемые тенденции развития отечественной молочной промышленности и показатели эффективности функционирования ее предприятий позволяют говорить об опасности отставания белорусских предприятий в формировании необходимых в ближайшей перспективе для победы в конкурентной борьбе конкурентных преимуществ.

Можно выделить две группы основных конкурентных преимуществ предприятия: а) формирующие результатный уровень конкурентоспособности в краткосрочном периоде: высокий уровень эффективности использования производственных ресурсов; высокий уровень конкурентоспособности продукции (работ, услуг); наличие существенной рыночной власти; б) формирующие результатный уровень конкурентоспособности в долгосрочном периоде: высокий уровень способности к адаптации в изменяющейся конкурентной ситуации; высокий уровень способности к удовлетворению целей заинтересованных групп предприятия (поставщиков ресурсов различных видов для него).

В качестве объекта исследования выступали молочные предприятия Минской области. В результате регрессионного анализа взаимосвязи величины конкурентных преимуществ, формирующих результатный уровень конкурентоспособности в краткосрочном периоде, исследуемых предприятий и их результатного уровня конкурентоспособности в период 2003–2012 гг. была получена следующая зависимость:

$$\hat{P}^{рез} = 184,32 \cdot Kт^{3,49} \cdot Вл^{2,74}, \quad (1)$$

где $\hat{P}^{рез}$ – расчетное значение результатного уровня конкурентоспособности исследуемых предприятий, измеряемое рентабельностью их активов; $Kт$, $Вл$ – величина конкурентоспособности продукции (работ, услуг) и рыночной власти соответственно.

В существующих отраслевых условиях конкуренции значимыми конкурентными преимуществами в краткосрочном периоде являются конкурентоспособность продукции (работ, услуг) и величина рыночной власти. Конкурентная стратегия должна быть направлена на повышение величины конкурентоспособности продукции за счет роста отношения цена/качество и величины власти на рынке. Рост конкурентоспособности продукции на рынке должен опираться на оптимизацию отношения цена/качество, достигаемого за счет снижения издержек производства (рост загрузки производственных мощностей и производительности труда персонала) и технического перевооружения предприятий. Рыночная власть для региональных предприятий имеет сегодня в условиях недостатка инвестиций гораздо большее значение. Рост рыночной власти в существующих условиях для региональных предприятий возможен только за счет установления особых отношений с торговой сетью и региональными органами государственной власти, но при условии развития собственных брэндов и формирования в сознании потребителей положительной репутации.

Т. Г. Деденко

Научный руководитель – Н. А. Тарелко, БФ БГЭУ (Бобруйск)

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ (на примере РУП «БЗТДиА»)

Важным показателем деятельности промышленных организаций является качество продукции. Его повышение – одна из форм конкурентной борьбы, завоевания и удержания позиций на рынке.

Качество продукции – это совокупность свойств товара, обуславливающих его пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с его назначением.

Высокий уровень качества продукции способствует повышению спроса на продукцию и увеличению прибыли не только за счет объема продаж, но и за счет более высоких цен.

Проведем анализ бракованной продукции на РУП «БЗТДиА» в цехе по изготовлению и окраске обода за 2012 г. данные представлены в таблице 1.

За 2012 г. из 228 штук забракованных тракторных ободов количество забракованного обода 5,5F-20 составляет 15,8 %, W-12-24 – 10,5%, DW15L-38 – 6,1%, а в денежном выражении: 5,5F-20 – 9000 тыс., W-12-24 – 11 280 тыс., DW15L-38 – 13 720 тыс. руб.

Как видно из таблицы, меньшее количество брака DW15L-38 приносит предприятию гораздо больше ущерба, чем обод 5,5F-20. Это связано с тем, что для производства обода DW15L-38 используется металл толщиной 5 мм с общим весом обода около 100 кг, а на производство обода 5,5F-20 используется металл толщиной 3,5 мм, а вес около 20 кг.