

причины, приведшие к этому, а также выявить возможности для повышения конкурентоспособности своей продукции.

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

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

Работа по моделированию показателя, характеризующего 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.

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. Основным источником данных для построения весовой базы являются исследования рынка и сделанные на их основе экспертные оценки. Важным в современных условиях является управление конкурентоспособностью, которое 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 проведенного исследования был произведен расчет уровней конкурентоспособности продукции СП «Санта Бремор» ООО для оптовиков и для покупателей.

Методом 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 уровни конкурентоспособности и проведен их анализ.

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

## **НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РБ**

**Малашук В.П., студентка БФ БГЭУ**  
Руководитель: Н.П. Шиленок

Расширение внешнеэкономических связей Республики Беларусь является одной из главных проблем развития национальной экономики на современном

этапе. Процесс экономического возрождения органично связан с увеличением объема экспорта, повышением его эффективности, усилением диверсификации и другими сопутствующими элементами.

В настоящее время выход государственных предприятий Республики Беларусь на внешние рынки стран дальнего зарубежья сопряжен с рядом трудностей: большое количество фирм-конкурентов, недостаточная обеспеченность финансовыми средствами, высокая себестоимость продукции и стоимость перевозки, несовершенный дизайн, слабая рекламная поддержка и т.д. Например, в 2002 г. произошло снижение экспортных цен, что во многом было компенсировано снижением цен импорта на 7,6%. Однако в целом по внешнеторговым операциям произошло ухудшение условий торговли (снижение экспортных цен превысило снижение импорта). Беларусь утратила свои экспортные позиции на рынках Украины, Польши. Конкурентоспособность белорусских товаров теряется даже на традиционных российских рынках. К одному из факторов, сдерживающих белорусский экспорт в Россию, следует отнести уменьшение налоговой нагрузки на российских товаропроизводителей и снижение в связи с этим цен на выпускаемую продукцию. Кроме того, Россия возрождает производство на новой технологической базе; переоснащенные предприятия начали экспансию своих товаров на белорусский рынок, вытесняя аналогичные виды отечественных товаров. Республика стремительно превращается из страны, которая экспортирует, причем в первую очередь в Россию, в страну-импортера из России. Снижение экспорта способствовало увеличению процента убыточных государственных предприятий, если в 2000 г. они составляли 18,4%, то в 2002 – 32% от общего количества предприятий.

Однако анализ рынков ближнего зарубежья представляет иную ситуацию: на них существует достаточно стабильный спрос на белорусские товары, т.к. аналогичные товары крупных иностранных производителей дороже. Поэтому предприятие должно постоянно ориентироваться на покупателя. Вместе с тем очевидно, что государственное предприятие ограничено по количественным, качественным, пространственным и временным параметрам.

Поэтому именно предпринимательские структуры – основа рынка, являясь активными субъектами хозяйствования, обладают рядом наиболее типичных достоинств: конкурентоспособность (за счет мобильности), близость рынка, экономичность, ответственность, экспорт (в следствие индивидуализма), мотивация труда. По проведенному исследованию на 300 предприятиях, частное производство оказалось на 30-50% экономичнее, чем государственное. Надо отметить, что у негосударственных предприятий мало шансов на рыночное продвижение той продукции, производство которой связано с высокими постоянными издержками. Высокие постоянные издержки могут быть покрыты только большим количеством готовой продукции, так как чем больше количество готовой продукции, тем ниже издержки на единицу продукции. Однако в целом негосударственные предприятия, добиваясь систематического снижения издержек в осуществлении хозяйственных операций, выигрывают в конкурентной борьбе.

Таким образом, углубление социально-экономической реформы, становление рыночных отношений в Беларуси настоятельно требуют развития предпринимательской инициативы, предполагающей адекватность организационных структур, формирование новых субъектов рынка, а также нового подхода в организации внешнеэкономической деятельности промышленных предприятий.

## **ВАЛЮТНЫЙ КУРС КАК ФАКТОР, ВЛИЯЮЩИЙ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ НЕГОСУДАРСТВЕННОГО СЕКТОРА**

**Нелюбин А.В., студент БГЭУ**

Руководитель: Г.А. Кандаурова

Валютный курс как прямо, так и косвенно затрагивает все сектора экономики, в том числе и негосударственный сектор. Курс валют имеет важное значение в экономике стран. Он позволяет судить об успехе внешнеэкономических связей, устойчивости национальной валюты конкретной страны, о стабильности ее экономики. Предприятия и организации негосударственного сектора осуществляют свою деятельность как на внутреннем, так и на внешнем рынке, поэтому результаты их деятельности во многом зависят от курса валют. При экспорте продукции предприятия обменивают иностранную валюту, получаемую от продаж, на национальную. При импорте предприятия обменивают национальную валюту на валюту страны-импортера (либо на валюты, наиболее часто используемые в мировых сделках: таких как американский доллар, евро). Это обуславливает необходимость повышения точности прогнозных расчетов валютного курса. Зная прогнозные значения курса валют, предприятия могут корректировать свои цели и задачи в области внешнеторговой деятельности.

При прогнозировании валютного курса необходимо учитывать спрос и предложение валюты. Спрос на валюту определяет импорт, а предложение экспорт. Среди методов прогнозирования, которые получили широкое распространение в мировой практике, следует выделить: методы экспертных оценок, экстраполяции, факторные модели. Используется также моделирование на основе аналитических зависимостей, исходя из паритета покупательной способности и другие.

В процессе исследования мною применялись методы экстраполяции, факторные модели. Были получены следующие прогнозные значения: на декабрь 2004 года курс валют будет составлять примерно 2375 (в бел. Руб. к 1 \$USA) – при применении методов экстраполяции (метод подбора функций); и 2393 при применении факторных моделей. Прогнозные значения Национального банка РБ на декабрь 2004 года составят в среднем примерно 2390 (в бел. р. к 1 \$USA). Исходя из этих данных можно сделать вывод, что прогнозирование с помощью экстраполяционных методов дает существенные погрешности. Поэтому методы экстраполяции целесообразно применять на начальных этапах, при разработке краткосрочных прогнозов. Методы экономико-математического моделирования