

изменений федеральное правительство разрабатывает интегральную региональную структурную политическую стратегию. Подчеркивается, что аграрная политика по-прежнему остается для фермеров и их семей центральным инструментом защиты от последствий больших финансовых рисков, планирования структурных изменений в сельском хозяйстве.

М.И. Балашевич, В. В. Несон

БГЭУ (Минск)

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ – ОСНОВА УСПЕХА НА ЗАРУБЕЖНОМ РЫНКЕ

Современный мировой рынок характеризуется обострением конкурентной борьбы между фирмами разных стран. Это обострение определяется рядом тенденций. Наиболее общими из них являются следующие.

Во-первых, за последнее десятилетие произошел значительный рост участников внешнеэкономической деятельности вследствие ускорения международного разделения труда, распада экономического союза восточно-европейских государств во главе с СССР и распада самого Советского Союза, снятия ограничений на внешнеэкономическую деятельность в постсоветских странах массового появления малых и средних предприятий и их выхода на мировой рынок.

Во-вторых, под влиянием научно-технического прогресса значительно ускорились исследования, разработка и производство новых видов продукции, а современный маркетинг позволяет быстро продвигать эти продукты на новые рынки.

В-третьих, конкурентная борьба производителей на мировых рынках разворачивается на двух уровнях. На первом находятся мощные транснациональные корпорации разных, в основном высокоразвитых, стран, которые располагают товарами с высоким конкурентным потенциалом. На рынках таких товаров доминирует неценовая конкуренция. На втором уровне находятся фирмы многих развивающихся стран, которые выходят на мировые рынки с товарами массового спроса относительно невысокого качества. На таких рынках доминирует ценовая конкуренция.

В-четвертых, в последние годы среди специалистов сформировалось представление, что конкурентоспособный товар может как правило создать конкурентоспособная фирма в конкурентоспособной стране.

В-пятых, конкуренция возрастает в связи с использованием Интернета для продажи продукции на мировом рынке. Электронная коммерция обеспечивает новые возможности ведения бизнеса, глобальное присутствие на рынках, сокращение пути товара к заказчику, снижение затрат и цен.

В-шестых, более 60% мирового товарооборота приходится на высокоразвитые страны, и в условиях их ускоряющейся регионализации развивающимся странам все труднее выходить на их рынки.

Исходя из названных тенденций конкурентной борьбы на мировых рынках можно определить основные пути повышения конкурентоспособности белорусских товаров.

На уровне государства такими путями могут быть:

1. Повышение международного имиджа РБ, что включает реализацию комплекса задач, обеспечивающих достижение конкурентоспособности государства;
2. Совершенствование национального законодательства в направлении способствования продвижению белорусских товаров на мировые рынки и созданию открытой экономики.
3. Вхождение в ВТО.
4. Привлечение в страну инвестиций для технического совершенствования продукции.
5. Укрепление белорусской валюты.

На уровне предприятия повышение конкурентоспособности может быть обеспечено путем:

1. Расширения ассортимента экспортоспособной продукции и продвижения ее на зарубежные рынки.
2. Повышения предпринимательской культуры и дисциплины выполнения договорных обязательств.
3. Обновления техники, технологии для производства конкурентоспособной продукции.
4. Совершенствования посреднической деятельности.