

Б. В. Фрищин, Д. Б. Фрищин
*Могилевский государственный
университет им. А. А. Кулешова*

ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДА К РЫНКУ

В условиях трансформации экономики республики особое значение в деятельности предприятий приобретает проблема обеспечения конкурентоспособности товаров. Учитывая экспортный характер продукции промышленности республики, повышение конкурентоспособности товаров — главная проблема страны, основа политики государства в области экономики.

Основным фактором конкурентоспособности продукции является ее патентно-правовая чистота, которая определяется назначением, областью приложения и условием использования товара. Отсутствие патентной чистоты делает продукцию неконкурентоспособной и служит серьезным препятствием в развитии экспортной деятельности.

Конкурентоспособность продукции является наиболее острой проблемой, стоящей перед промышленными предприятиями Республики Беларусь. Поэтому предприятия должны иметь свою стратегию, найти главное в конкурентной борьбе. А это зависит, прежде всего, от самих предприятий, их адаптации к рынку, надежности товаров.

Г. С. Хмельницкая

Могилевский машиностроительный институт

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Несмотря на то, что роль государства значительна в создании благоприятных условий в экономике и на отдельном предприятии, тем не менее даже в рыночной экономике государство не в состоянии управлять конкурентоспособностью. Результаты работы всех подразделений предприятия, его ответная реакция на изменения внешних факторов отражаются в этом показателе. Способность предприятия быстро и адекватно реагировать на изменения потребностей, вкусов и поведения потребителя приобретает особое значение в современных условиях.

К микроэкономическим факторам, влияющим на конкурентоспособность относятся: а) количество, качество и стоимость основных фондов, особенно сумма капиталовложений; это относится к степени инвестирования нововведений; б) квалификация рабочей силы, обучение ее на предприятии и вне его; в) технологические возможности, определяющиеся развитием фундаментальных технологий; г) управление, способное эффек-

тивно соединить все факторы производства в единый процесс; д) гибкость и действенность обмена информацией и инфраструктуры.

Чтобы товар был конкурентоспособным, предприятие должно придать ему определенные преимущества по сравнению с товарами-конкурентами.

Л. В. Целикова

Гомельский кооперативный институт

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ И СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЕЕ ОЦЕНКИ

Конкурентоспособность — главный ориентир в условиях становления рыночных отношений. Она является основополагающим моментом для функционирования и развития на рынке в условиях конкуренции. Достижение высокого уровня конкурентоспособности для большинства хозяйствующих субъектов потребительской кооперации не просто стратегическая, но и перспективная цель их развития.

Предметом конкурентоспособности в потребительской кооперации являются товар и торговые услуги, посредством которых она стремится завоевать признание и деньги потребителей, а следовательно повысить свою конкурентоспособность. Поэтому природа конкурентоспособности потребительской кооперации двойственна. На поверхности она предстает в виде конкурентоспособности товаров и качества торгового обслуживания, но за внешней оболочкой явления выступает ее живая душа, ее сущность — конкурентоспособность хозяйствующего субъекта.

Следовательно, конкурентоспособность потребкооперации в данных условиях хозяйствования является комплексной характеристикой, отражающей уровень превосходства совокупности ее оценочных показателей по рыночной и ресурсной составляющим за определенный промежуток времени в условиях конкретного рынка по отношению к совокупности аналогичных показателей конкурента или средних по отрасли. Конкурентоспособность товаров и конкурентоспособность субъекта рынка следует соотносить как часть и целое. Только такой подход создаст целостное представление о конкурентоспособности на уровне системы.