

**Г. Печуров, Д. Чернова**  
(Республика Беларусь)

Научный руководитель А.В. Лукашевич, ст. преподаватель  
Белорусский государственный аграрный технический университет

## **ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Проблема повышения конкурентоспособности продукции аграрной сферы актуальна в условиях открытости экономики Республики Беларусь, так как фирмы в ситуации нестабильности и отсутствия опыта рыночного хозяйствования должны конкурировать с крупными иностранными корпорациями, приходящими на отечественный рынок. Белорусским предприятиям приходится осваивать рыночные методы работы, внедрять современные механизмы управления конкурентоспособностью.

Конкурентоспособность сельскохозяйственного предприятия - это совокупность качественных и количественных параметров, характеризующих составляющие предприятие факторы производства (труд, земля, капитал и предпринимательские способности), взаимодействие которых может приносить определённое количество экономических благ их собственнику.

Основными внутренними факторами конкурентоспособности являются:

- передовой технический и технологический уровень производства;
- высокое качество продукции при сравнительно низких издержках на всех стадиях производственного цикла;
- применение современных методов организации и управления, информационных технологий;
- квалифицированный персонал;
- активная инновационная деятельность;
- наличие финансовых ресурсов;
- четкая организация сбыта (собственная сеть, эффективная реклама, широкий товарный ассортимент, красивая упаковка, надежное гарантийное обслуживание);
- наличие высокой организационной культуры, благоприятной репутации, имиджа.

На сегодняшний день проблема повышения конкурентоспособности предприятия становится все более актуальной. Рыночная ситуация во многом зависит от состояния и результатов конкурентной борьбы. В период развития рыночной экономики определяется необходимость формирования производственного потенциала и повышения конкурентоспособности компании. Предприятия придают большое значение анализу своих сильных и слабых сторон для оценки реальных возможностей в конкурентной борьбе и разработке мер и средств, за счёт которых предприятие могло бы повысить конкурентоспособность и обеспечить свой успех.

Существует несколько путей повышения конкурентоспособности предприятия:

1. Постоянное использование нововведений.
2. Поиск новых, более совершенных форм выпускаемого товара.
3. Выпуск продукции такого качества, которое бы отвечало государственным и мировым стандартам.
4. Сбыт товаров в те сегменты рынка, где наиболее высокие требования к качеству и сервисному обслуживанию
5. Использование только высококачественного сырья и материалов.
6. Постоянное обучение и переподготовка кадров.
7. Повышение материальной заинтересованности работников и улучшение условий труда.
8. Проведение маркетинговых исследований рынка, с целью установления потребностей покупателей.
9. Анализ своих конкурентов, для выявления своих сильных и слабых сторон.
10. Поддержание контактов с научно-исследовательскими организациями и инвестирование научных разработок, направленных на повышение качества продукции.
11. Использование наиболее эффективных рекламных мероприятий.
12. Регистрация своего товарного знака и использование фирменных марочных изделий.

Используя эти пути, предприятие сможет повысить как свою конкурентоспособность, так и укрепить свою финансовую устойчивость.

Проблемы повышения конкурентоспособности продукции являются одними из наиболее сложных и актуальных. Необходимо, чтобы они находили свое решение на уровне регионов, т. к. именно здесь происходит непосредственное воплощение в жизнь намечае-

мых проектов. На коротком отрезке времени необходимо предпринять усилия как со стороны исполнительной власти, так и бизнеса, чтобы сельское хозяйство могло обновить устаревшие сельскохозяйственные машины, использовать достижения научно-технического прогресса и перенимать опыт других стран. Наряду с поддержкой отечественных производителей конкурентной продукции, надо совершенствовать рыночную инфраструктуру на товарном и потребительском рынках, устранять негативное воздействие на конкуренцию со стороны монополистов и различного рода посредников. Необходимо упростить доступ производителей сельскохозяйственной продукции на потребительский рынок.

УДК 332

**М. Радкович**

(Республика Беларусь)

Научный руководитель О.Л. Сапун, к.пед.н., доцент  
Белорусский государственный аграрный технический университет

### **РАСЧЕТ ПОТРЕБНОСТИ В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ТЕХНИКЕ НА ПРИМЕРЕ ОАО «КОРСАКОВИЧСКИЙ»**

Обеспечение населения качественными продуктами питания и сельскохозяйственным сырьем отечественного производства было и остается важнейшей задачей аграрного сектора страны. Успешное выполнение сельскохозяйственных работ во многом зависит от обеспечения организации техническими средствами. Важное место среди них отведено сельскохозяйственной технике: тракторам, комбайнам и другим самоходным сельскохозяйственным машинам, что в целом составляет машинно-тракторный парк организации.

Материально-техническая база сельскохозяйственного производства в значительной мере определяет уровень конкурентоспособности сельского хозяйства, основными факторами которого являются себестоимость производимой продукции и рентабельность производства.

Сложившееся состояние машинно-тракторного парка сельскохозяйственных организаций и неэффективное его использование стали одной из основных причин роста затрат на сельскохозяйственную продукцию.