

разработке внешнеэкономической стратегии и политики страны определяющей должна являться базовая национальная стратегия, обращенная к гражданам и предприятиям самой страны. В этой стратегии должны быть сформулированы принципиально важные для субъектов экономики АПК ориентиры деятельности, содержащие непротиворечивый образ будущего АПК.

УДК 336

**В. Лузгина**

(Республика Беларусь)

Научный руководитель Н.Н. Киреенко, к.э.н., доцент  
Белорусский государственный аграрный технический университет

## **АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

В современных условиях деятельность промышленных предприятий характеризуются динамичностью конкурентной среды и непредсказуемостью конкурентов, что требует постоянного конкурентного анализа и последующей реализации выявленных конкурентных преимуществ, которые позволят достигнуть поставленные стратегические цели и обеспечить высокий уровень конкурентоспособности на долгосрочную перспективу.

Важнейшим критерием успешной деятельности предприятия в современных условиях является его конкурентоспособность.

Под конкурентоспособностью предприятия будем понимать его способность производить и продавать свои товары эффективнее, чем конкуренты. Конкурентоспособность предприятия обеспечивается его конкурентными преимуществами – превосходством над конкурентами в экономической, производственной, организационной, социальной и рыночной сферах деятельности. В качестве конкурентных преимуществ предприятия могут выступать новые товары, новые технологии, новые услуги, рынки, оборудование, модернизация средств производства, новые методы организации и управления производством, трудом и продажами.

Основой формирования конкурентных преимуществ являются нововведения (улучшение технологии, совершенствование способов и методов управления, изменение продукта или производственного процесса, применение новых маркетинговых стратегий, расширение каналов распространения товара и т. д.).

Приведем наиболее типичные возможности появления новаций, дающих конкурентное преимущество предприятию:

- новые технологии, которые создают новые возможности для разработки товара, новые способы производства и продвижения товара;

- изменение стоимости производства товара за счет повышения эффективности производства, что может быть связано с возможностью использования новых или качественно иных материалов, технологий;

- удовлетворение новых запросов покупателей, когда у покупателей появляются совершенно новые запросы или же их представления о ценности товара резко меняются;

- появление нового сегмента рынка, что дает возможность выхода на новые рынки и более эффективный способ выпуска и доведения товара до определенной группы покупателей;

- изменение правительственного регулирования рынка, которое связано с изменением политики правительства в областях стандартизации, охраны окружающей среды, поддержки бизнеса, таможенного регулирования, торговых ограничений и др.

Источниками возникновения (формирования) конкурентных преимуществ могут быть высокое качество товара, надежность; имидж предприятия, торговая марка, статус (предназначение) товара; ассортимент и номенклатура выпускаемой продукции; технические приоритеты, инновации; предоставляемый сервис (кредит, послепродажное обслуживание); отдельные маркетинговые функции (доля затрат на рекламу, каналы распределения); используемая технология (точность обработки); «входное» качество; квалификация и опыт работников; контроль деятельности; выгодное местоположение (например, розничных магазинов); степень вертикальной интеграции.

Для развития и повышения эффективности деятельности предприятия необходимо проводить анализ, выявлять новые и поддерживать имеющиеся конкурентные преимущества, управлять положением на рынке. Особенно важно добиться преимуществ на насыщенных рынках, где спрос удовлетворяется многими продавцами.

При производстве изделий из пластмассы для поддержания конкурентоспособности продукции и предприятия в целом, важно проводить постоянный мониторинг тенденций изменения рынка, а также предпочтений потребителей. Для реализации новых конкурентных преимуществ важным элементом для промышленных предприятий является постоянные разработки и внедрение инновационных технологий и продуктов.

Для предприятия наиболее предпочтительны долгосрочные конкурентные преимущества, характеризуемые следующими свойствами: ценностью, уникальностью, устойчивостью, прибыльностью.

При выявлении конкурентных преимуществ используется анализ потенциала рынка; трендов; перспектив развития в предположении неизменности технологий и структуры рынка; факторов, влияющих на развитие; прогнозируемых трансформаций структуры рынка вследствие экономического развития; изменения вкусов и предпочтений; действий конкурентов; ожидаемых инноваций, которые меняют вкусы и предпочтения; способы удовлетворения потребностей; представления о потребительских качествах; создают новые потребительские качества и потребности, не удовлетворяемые в полной мере предлагаемыми товарами и услугами. Конкурентные преимущества формируются ради расширения и закрепления своей доли на рынке.

Конкурентные преимущества реализуются при помощи лучшего выполнения предприятием своих функций. Изучение их характеристики позволяет понять, что именно требуется от предприятия, как оно это должно делать и за что покупатель готов платить деньги. Поэтому улучшение выполнения функций достигается при помощи анализа и совершенствования их характеристик.

Эффективным инструментом повышения конкурентоспособности промышленных предприятий является конкурентный анализ. Основной предмет конкурентного анализа – коммерческая деятельность изучаемого объекта, социально-трудовые отношения и производственная деятельность.

Стратегический конкурентный анализ способствует достижению высокого уровня конкурентоспособности, гармонизации социально-трудовых отношений и достижению высокой эффективности производственной деятельности. При этом решаются задачи рыночного саморегулирования и комбинированные управленческие

задачи с помощью большого числа аналитических методов и моделей: оптимизационных, специальных математико-статистических, методов элементарной статистики и неформализованных.

Возможности конкурентного анализа можно использовать во многих областях: для прогнозирования развития ситуации, обоснования намечаемых планов, разработки программ развития и инвестиционных проектов и др.

Таким образом, для повышения эффективности деятельности предприятий важно проводить постоянный мониторинг и анализ конкурентных преимуществ, для этого целесообразно применять конкурентный анализ в сочетании с различного рода инструментами менеджмента. Важно выстроить систему оценок и установить четкий механизм и сроки проведения анализа. Конкурентный анализ позволит провести самооценку деятельности, определить позиции предприятия и возможности, а также сравнить себя с конкурентами и принять важные стратегические решения для повышения эффективности деятельности.

УДК 338.43:637.1

**Н. Мартинчик**

(Республика Беларусь)

Научный руководитель Липницкая В.В., к.э.н., доцент  
Белорусский государственный аграрный технический университет

### **ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА МОЛОКА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ**

Коровье молоко – один из самых потребляемых человечеством напитков. Более 6 млрд людей в мире являются потребителями молока или молочных продуктов и более 750 млн человек живут за счет доходов, получаемых от молочных хозяйств.

Коровье молоко составляет более 85 % в мировой структуре производства молока. Беларусь занимает уверенную позицию на рынке молочных продуктов. На протяжении последних лет производство молока в республике растет. В 2017 году было произведено 7,321 млн тонн молока, однако максимальный уровень советского производства (7,457 млн тонн в 1990 году) пока остается непревзойденным.