

**А. А. СУСЛОВА**

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины) Науч. рук. **О. Е. Корнеевко**

## **НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БЕЛОРУССКОЙ ПРОДУКЦИИ**

На сегодняшний день Республика Беларусь характеризуется переходом к рыночной экономике. Основной чертой рыночной экономики является, в первую очередь, конкуренция. Как следствие, именно вопросы управления конкурентоспособностью и определение направлений ее повышения – главная задача для любого белорусского предприятия. Предприятия вынуждены постоянно разрабатывать и применять инновационные стратегии, чтобы занять конкурентную позицию на рынке. Одним из важнейших направлений экономического курса Республики Беларусь на сегодня является наращивание экспорта и сокращение импорта продукции. Как показывает практика, достижение положительного сальдо дается белорусским предприятиями достаточно сложно.

Актуальность направлений повышения конкурентоспособности отечественных производителей состоит в проблематике их реализации. В большинстве случаев белорусская продукция оказывается неконкурентоспособной не только на внешнем, но и на национальном рынке. Это связано с множеством причин, таких как относительно невысокое качество реализуемой продукции, низкий уровень маркетинговой деятельности, отсутствие крупных инвесторов.

В связи с этим возникает задача повышения уровня конкурентоспособности белорусской продукции, как на внешнем, так и на национальном рынке. Следовательно, становится актуальным вопрос о направлениях повышения конкурентоспособности отечественных производителей. Любому предприятию необходимо расширять рынки сбыта, привлекать инвесторов, налаживать маркетинговую деятельность, разрабатывать мероприятия, направленные на повышение конкурентоспособности продукции.

Заинтересованность предприятий в результатах своей деятельности усиливает необходимость повышения конкурентоспособности выпускаемой продукции, что требует совершенствования работы всех служб и подразделений хозяйствующего субъекта. Предприятие, работающее в условиях конкуренции должно знать своё положение на рынке относительно конкурентов, выяснить свои конкурентные преимущества и именно на них построить конкурентную стратегию, которая позволит успешно осуществлять предпринимательскую и производственную деятельность.

Конечная цель любого предприятия – победа в конкурентной борьбе. Победа не разовая, не случайная, а как закономерный итог постоянных и грамотных усилий предприятия, что, в конечном счете, приводит к повышению конкурентоспособности продукции и услуг предприятия [1, с. 25].

ООО «МеталлЭлектроТрейд» выпускает конкурентоспособную продукцию и, как следствие, имеет высокую конкурентоспособность предприятия. С 2010 года предприятие включено в программу по импортозамещению кабельной продукции в Республике Беларусь.

Каждое предприятие в процессе своей деятельности сталкивается с вопросом о расширении рынков сбыта. Рано или поздно прекращается рост объемов продаж, а иногда реализация и падает. Это неприятная ситуация, потому что наступает этот процесс внезапно и рушит все планы

предприятия. Подобное может случиться с кем угодно и когда угодно. С данной проблемой столкнулось и анализируемое предприятие.

Именно поэтому работникам предприятия ежемесячно следует:

- анализировать конкурентоспособность продукции предприятия в сравнении с аналогичной продукцией предприятий-конкурентов;
- налаживать связи по экспорту продукции;
- сокращать неэффективные статьи рекламного бюджета.

При выполнении выше изложенных пунктов основными направлениями повышения конкурентоспособности продукции ООО «МеталлЭлектроТрейд» могут являться:

- создание официального сайта с целью расширения рынков сбыта и повышения конкурентоспособности продукции предприятия;
- проведение пресс-конференций и печать в специализированных изданиях с целью повышения узнаваемости продукции;
- снижение себестоимости продукции за счет уменьшения потребления электрической и теплоэнергии в производственном цехе с целью повышения конкурентоспособности продукции по ценовому фактору;
- сокращение затрат на аренду офисных помещений. С помощью сети Интернет можно организовать дистанционный режим работы части сотрудников, что позволит уменьшить себестоимость продукции и, как следствие, увеличить конкурентоспособность продукции;
- автоматизация производственных процессов на предприятии с целью грамотного планирования работы предприятия, учета затрат, оперативного управления процессом выпуска продукции в соответствии с производственной программой и технологией предприятия;
- учет и анализ реализации продукции через специализированные программные комплексы.

Таким образом, проведение анализа и применение предложенных направлений по совершенствованию конкурентоспособности продукции ООО «МеталлЭлектроТрейд» необходимо для поддержания лидирующей позиции предприятия на рынке кабельных конструкций, а также расширения рынков сбыта экспорта белорусской продукции.

#### **Список используемой литературы**

- 1 Гурков, И.Б. Стратегический менеджмент организации / И.Б. Гурков. – М.: ТЕИС, 2004. – 239 с.