

УДК 338.45.01

Студ. К.С. Курилович

Науч. рук. ст. преп. В.В. Ивановский

(кафедра экономики и управления на предприятиях, БГТУ)

**НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ  
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ  
ПРОМЫШЛЕННОСТИ СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ**

В сегодняшних условиях общепризнанным фактом является то, что успех предприятия во многом определяется его уровнем конкурентоспособности. Так как уровень показателей, который лежит в основе конкурентоспособности страны, определяется на микроуровне.

Конкуренция – борьба независимых экономических субъектов за ограниченные экономические ресурсы. Это экономический процесс взаимодействия, взаимосвязи и борьбы между выступающими на рынке предприятиями в целях обеспечения лучших возможностей сбыта своей продукции, удовлетворяя разнообразные потребности покупателей.

В мировом пространстве требуется формирование конкурентного статуса бизнеса на мировых рынках. В этом контексте возникает чрезвычайно актуальная проблема развития.

Среди основоположников теории установки конкурентных преимуществ на предприятиях мы должны сначала выделить Майкла Портера (теория конкурентных преимуществ), Гэрри Хэмела и Коимбатурса Кришнарао Прахалада (теория преимуществ), Джоана Робинсона (теория ценовой конкуренции), Эдварда Чемберлин (теория монополистической конкуренции).

Проблемы, касающиеся практической оценки конкурентоспособности предприятий, давно обсуждаются в экономической литературе. Вместе с тем, несмотря на множество публикуемых материалов, посвященных этой важной теме, общепризнанной методики комплексной оценки конкурентоспособности хозяйствующего субъекта в настоящее время все же не существует.

Такому факту есть немало объяснений. Но, думается, что решающую роль здесь играют обстоятельства, лежащие в плоскости практической реализации предлагаемых подходов. В этой связи можно выделить целый ряд существенных недостатков, в той или иной мере сопутствующих рассматриваемым подходам и методам.

Прежде всего речь идет о факторах, учитываемых экономистами при оценке конкурентоспособности предприятия. В подавляющем большинстве описываемых методик их авторы стремятся вовлечь в оценочный процесс максимальное количество этих факторов. С одной стороны, такой подход легко объясним, поскольку практически любой

показатель, касающийся производственной и рыночной деятельности хозяйствующего субъекта, в той или иной мере влияет на его конкурентоспособность.

Но, с другой стороны, если, скажем, производительность труда работников во многом определяющая эффективность производственного процесса предприятия и его конкурентные преимущества, зависит от массы факторов, то это вовсе не значит, что все эти факторы наряду с показателем производительности труда необходимо включать в список для оценки конкурентоспособности предприятия. Кроме того, подобный подход неправомерен и с позиции теории систем, согласно которой оценка свойств объекта на основании оценки предельно элементарных его составляющих в итоге не дает адекватной оценки исследуемого объекта, так как указанные составляющие определяют свойства объекта не автономно, а в совокупности, во взаимодействии друг с другом.

В промышленно развитых странах особое внимание уделяется качественным методам оценки конкурентоспособности предприятия, основанным на стратегическом подходе. Они позволяют провести анализ конкурентных преимуществ предприятия, не давая при этом четкого количественного выражения результатов оценки, что затрудняет проведение обобщенного анализа, хотя рассматриваемые методы могут быть полезны при исследовании конкурентных преимуществ предприятия и выработке стратегий конкуренции. В нашей стране из-за недостаточной маркетинговой информации при оценке конкурентоспособности предприятия отдается предпочтение количественным методам, которые дают мгновенную фотографию состояния предприятия, но не позволяют учитывать перспективы его развития.

Для анализа конкурентоспособности продукции применяются разнообразные научные подходы. Весьма актуальным подходом является комплексный, предполагающий исследование объекта в совокупности взаимосвязанных компонентов и с учетом всех сторон процесса обеспечения конкурентоспособности.

Для Республики Беларусь характерно, что в каждой области существуют несколько предприятий по выпуску керамического кирпича и его модификаций. Конкуренция между производителями кирпича керамического проявляется в основном на областном уровне – в зонах наибольшей концентрации предложения.

Основные конкуренты ОАО «Радощковичский керамический завод» на внутреннем рынке: ОАО «Керамин», ОАО «Керамика», ОАО «Минский завод строительных материалов» и ОАО «Горынский КСМ».

Динамический метод оценки конкурентоспособности предприятия основывается на допущении о том, что основным способом получения

прибыли в условиях рыночной экономики выступает реализация продукции и заложенной в ней прибавочной стоимости. При этом производство и реализация продукции осуществляется посредством использования ограниченных экономических ресурсов.

По проведенной нами оценке конкурентоспособности производителей кирпича в Республике Беларусь ОАО «Радошковичский керамический завод» занимает не самое лучшее положение среди своих конкурентов.

Потребности рынка, конкуренция, интенсивное развитие сертификации и возрастающие требования со стороны потребителей к качеству строительной продукции требуют разработки системы показателей, объективно характеризующих качественный уровень как отдельных конструктивных элементов, так и законченных объектов строительства. Показатели качества описывают свойства и признаки строительной продукции, дают ее качественную характеристику.

Большое значение для комплексной оценки качества сложной продукции имеет выбор эталона качества. Т. к. главным лидером по производству строительных материалов на территории Республики Беларусь является ОАО «Керамин», то это предприятие и будет являться эталоном в нашем исследовании.

Рассчитав сводную оценку качества кирпича ОАО «Радошковичский керамический завод», можем сказать, что он уступает качеству кирпича производства ОАО «Керамин» на 1,2% (эталонный показатель 100 %).

Стратегическая модель анализа 5 сил конкуренции была описана Майклом Портером в 1979 году. Майкл Портер с помощью пяти структурных единиц, свойственных каждой отрасли, описал способы формирования конкурентного преимущества и долгосрочной прибыльности товара, а также способы, с помощью которых компания в долгосрочном периоде может удерживать свою прибыльность и сохранять конкурентоспособность.

Целью разработки стратегии является адаптация к конкурентной среде. Однако до сих пор встречается слишком узкий взгляд на конкуренцию. При этом интенсивную конкуренцию в отрасли нельзя рассматривать ни как случайное стечение обстоятельств, ни как неудачу.

И в завершении анализа следует обобщить результаты по предприятию ОАО «Радошковичский керамический завод»:

– рекомендуется придерживаться стратегии укрепления уникальности товара и концентрироваться на таком целевом рынке, для которого важны уникальные характеристики (придерживаться стратегии лидерства в определенной рыночной нише);

– основные усилия предприятие должно сосредоточить на построе-

нии высокого уровня знания товара и на построении осведомленности об уникальных особенностях товара;

– для сохранения конкурентоспособности необходимо постоянно проводить мониторинг предложений конкурентов и появления новых игроков;

– снижать влияние ценовой конкуренции на продажи предприятия;

– акционную активность сконцентрировать на построении длительных отношений с покупателем;

– рекомендуется диверсифицировать портфель клиентов;

– требуются специальные программы для VIP - клиентов и эконом-программы для потребителей, чувствительных к цене;

– сфокусироваться на устранении всех недостатков товара.

#### ЛИТЕРАТУРА

1 Национальный Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Министерство архитектуры и строительства Респ. Беларусь. – Минск, 2017. – Режим доступа: <http://www.mas.gov.by>. – Дата доступа: 15.04.2017.

УДК 630\*74

Студ. М.Н. Левковец

Науч. рук. ассист. Е.М. Горова

(кафедра экономики и управления на предприятиях, БГТУ)

#### **АНАЛИЗ ИТОГОВ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДРЕВЕСИНОЙ И ПРОДУКТАМИ ЕЕ ПЕРЕРАБОТКИ НА БЕЛОРУССКОЙ УНИВЕРСАЛЬНОЙ ТОВАРНОЙ БИРЖЕ**

На заседании координационного совета по биржевой торговле, прошедшем 19 ноября 2018 года, было принято решение оставить без изменений порядок допуска участников к годовым торгам. В частности, остались неизменными условия по объёму годовой переработки покупателем деловой древесины, назначение использования сортиментов деловой древесины и минимальные объёмы лотов, выставляемых на торги.

Корректировки были внесены лишь в порядок проведения годовых торгов: изменён алгоритм пошагового снижения стартовой цены при отсутствии заявок на покупку по таким позициям, как фансырьё, балансы, техсырьё, хвойный и мягколиственный пиловочник.

На годовых торгах реализовано 73,3% от общего выставленного объёма деловой древесины в заготовленном виде. По договорам УП «Беллесэкспорт» – 62% от общей реализации (1946,3 тыс. м<sup>3</sup>).

Наибольший рост средневзвешенной цены к годовым торгам ре-