

## ЛИТЕРАТУРА

1. Стенли Фишер, Ратна Сахай. Страны с переходной экономикой: 10 лет реформ. – Варшава: CASE, 1999.
2. Европейский Банк Реконструкции и Развития. Отчет о трансформации.- ЕБРР, 1999.

УДК 339.138

В.Г. Куртин, канд. экон. наук, ст. преподаватель; М.В. Акулич, канд. экон. наук, доцент

### **ПРОБЛЕМА ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ МЕБЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ БЕЛАРУСИ**

The problem of competitiveness of byelorussian furniture enterprises' products is analyzed. Valuation of competitiveness, its results are considered by the concrete example.

Конкуренция является ключевым звеном функционирования всего механизма рынка и рыночной экономики в целом. Определить конкуренцию можно как экономический процесс взаимодействия, взаимосвязи и борьбы собственников товаров и услуг за наиболее выгодные условия производства и реализации. Конкуренция – это экономический рычаг стимулирования производства и повышения качества продукции, приспособления ее к потребностям потребителей, одно из объективных условий функционирования и развития фирмы.

Конкурентоспособность – емкая экономическая категория, которая подразделяется на несколько уровней: конкурентоспособность продукции, товаропроизводителя, страновая. Последние два уровня – производные от конкурентоспособности товаров и определяемые ею.

Конкурентоспособность продукции – комплексный показатель, определяющий возможность товара удовлетворять требования потребителей на рынке при сохранении или увеличении реальных доходов его производителей. В данном определении важными являются три момента:

- товар должен по цене и качеству соответствовать требованиям потребителей на выбранном сегменте рынка;
- рынок, где реализуется товар, должен быть свободным и справедливым, т.е. на рынок должен быть свободный доступ конкурентных товаров, и эти товары не должны подвергаться дискриминации или, наоборот, преференциальным благоприятствующим воздействиям;
- ценовая конкурентоспособность должна достигаться не за счет уменьшения доходов производителя товара (так как, снижая зарплату работникам, можно существенно снизить цену товара), а посредством расширения объемов производства, уменьшения себестоимости продукции и т.д.

Наиболее важной проблемой повышения конкурентоспособности продукции является проблема ее оценки. Существует ряд способов и метрик, на которых построены соответствующие исследования. Однако основная черта современных методов оценки конкурентоспособности изделий – это изучение мнений потребителей. Данный процесс является достаточно сложным, трудоемким и, соответственно, дорогостоящим. Дело в том, что он предполагает анализ мнений экспертов, разработку анкет, подготовку ин-

тервьюеров, проведение опросов потребителей, анализ полученной информации (как правило, достаточно объемной).

В настоящее время, когда мебельные предприятия Беларуси переживают кризис, у них не имеется ни опыта, ни средств для проведения исследований конкурентоспособности продукции. Поэтому мебельные фирмы таких исследований или вообще не осуществляют, или проводят их весьма примитивно. Для примера приведем анализ конкурентоспособности на ЗАО «Бобруйскмебель» (табл. 1).

Таблица 1

## Оценка конкурентоспособности мебели

Ассортимент	Конкурентоспособны (+), неконкурентоспособны (-) на рынке							
	Беларусь		Россия		Украина		Дальнее зарубежье	
	по качеству	по цене	по качеству	по цене	по качеству	по цене	по качеству	по цене
Набор мебели для спальни								
«Медуница»	+	+	+	+	+	+	-	-
«Лагос-4»	+	+	+	+	+	-	-	-
«Лотос»	+	+	+	+	+	-	+	+
Набор корпусной мебели								
«Бали»	+	+	+	-	+	-	-	-
Набор мебели для прихожей								
«Коралл»	+	+	+	-	+	-	-	-
«Эрфурт»	+	+	+	+	+	+	+	+
Набор офисной мебели								
«Синус»	+	+	+	-	+	-	-	-
Комоды	+	+	+	+	+	+	+	+
Шкафы для посуды	+	+	+	+	+	+	+	+
Наборы мягкой мебели	+	+	+	-	+	-	-	-

Нами был проведен анализ конкурентоспособности продукции ОАО «Минская мебельная фабрика им. Димитрова» по методикам, учитывающим отношение потребителей [1; 3].

Был осуществлен опрос 64 потенциальных и реальных потребителей таких видов мягкой мебели, как диваны «Купава» (анализируемое изделие) и диваны «Моливет» (базовое изделие).

Результаты анализа приведены в табл. 2.

Как видно из табл. 2, индекс конкурентоспособности анализируемого продукта (диван «Купава») по совокупности показателей на 0,041 пункта ниже, чем у базового. При этом по качественным показателям анализируемое изделие не уступает базовому. Отставание по совокупности показателей обусловлено более низкими индексами: по стоимостным показателям – на 0,131 пункта, по структуре затрат – на 0,07 пункта. Следовательно, для достижения общей конкурентоспособности следует снизить расходы покупателей по приобретению и использованию товара и оптимизировать структуру затрат.

**Результаты анализа конкурентоспособности диванов «Купава»  
ОАО «Минская мебельная фабрика им. Димитрова»**

Показатели конкурентоспособности	Изделие		Разница (пунктов) Гр.3-гр.2
	Базовое Аб	Анализируемое Аа	
Качественные	0,869	0,87	0,01
Стоимостные без учета структуры затрат	0,794	0,663	-0,131
Структуры затрат	0,85	0,78	-0,07
Стоимостные с учетом структуры затрат	0,842	0,721	-0,101
Совокупность показателей	0,842	0,801	-0,041

Следует отметить, что приведенные в табл. 2 результаты, которые на первый взгляд кажутся скромными, потребовали довольно трудоемкой работы, связанной с исследованием поведения потребителей и соответствующими расчетами. Однако, несмотря на трудности, такую работу должны проводить специалисты по маркетингу на предприятиях, чтобы выпускать действительно конкурентоспособную продукцию.

Одна из главных проблем повышения конкурентоспособности продукции мебельной индустрии Беларуси – это качество и стоимость сырья и материалов. Возьмем, к примеру, мягкую мебель, для изготовления которой используется поролон.

В настоящее время производством поролона для мебели в Беларуси занимаются три предприятия – «Техновест» (г. Молодечно), ПКО «Промтехпродукт» и совместное предприятие «Т&Т» (г. Борисов). Работая на полную мощность, они могли бы обеспечить этим материалом всех отечественных производителей-мебельщиков, если бы не ряд проблем.

Главная из них в том, что в стране нет предприятий, которые бы выпускали сырье для производства поролона, поэтому все компоненты приходится закупать за границей, так что все пять составляющих поролона – это валютные позиции. В то же время следует отметить, что по количеству мебели, производимой на душу населения, Беларусь занимает первое место в СНГ, следовательно, спрос на поролон внутри страны большой. В связи с этим еще несколько лет назад было немало желающих из числа западных инвесторов создать на нашей территории Беларуси большой завод по производству поролона стоимостью около 15 млн. USD. Но в силу сложившихся правовых условий ни одно из намерений так и не было реализовано.

Заметим, что в мире существуют две технологии производства поролона: прерывная – путем формовки отдельными массами и более современная, непрерывная – так называемое литье. Белорусскими производителями применяется в основном первая, так как она больше подходит для производства малых объемов. В этом случае удастся достигать той же рентабельности, что и при непрерывном производстве, рассчитанном на выпуск больших объемов продукции.

Следует иметь в виду, что вокруг Беларуси, в странах СНГ, с участием западного капитала было построено за последние пять-шесть лет несколько крупных заводов, использующих непрерывную технологию. Один такой завод есть на Украине, четыре – в Подмоскovie и еще один недавно вступил в действие в Литве. Поскольку в РБ потребление поролона высокое, то, естественно, эти заводы начинают постепенно оттеснять



белорусские предприятия. Причем на первом этапе, то есть сейчас, поролон отпускается белорусским мебельщикам по ценам, приблизительно на 30-40% ниже мировых и тех, по которым предлагают поролон отечественные производители. Например, мировые цены в среднем составляют около 3 USD/кг, тогда как заводы СНГ продают поролон по 2-2,2 USD/кг. Так что если сегодня не принять каких-либо мер в поддержку отечественных производителей поролонки (хотя бы освободив их от обязательной продажи валютной выручки или снизив нормы ее обязательных продаж), то крупные заводы соседних стран достаточно быстро сумеют установить свою монополию на белорусском рынке. В итоге белорусские поролонщики вынуждены будут прекратить свое существование, после чего цены на импортный поролон неизбежно вырастут. Удорожание поролонки, которое неизбежно произойдет после вытеснения белорусских производителей, приведет к увеличению цен на белорусскую мебель и, как следствие, снижению ее конкурентоспособности на рынках СНГ. Если же вовремя принять меры по защите белорусских производителей поролонки, то они могли бы полностью покрыть потребность наших мебельщиков в этом материале.

Вторая проблема связана с закупкой сырья. Дело в том, что российское сырье не соответствует международным стандартам: поролон из него получается невысокого качества, нет возможности выпускать разные его марки. Соответственно, приходится платить валюту за продукцию западных производителей.

Самым крупным из них является концерн Shell, который до 40% своей прибыли тратит на научные разработки, направленные на совершенствование технологии производства. Головная организация находится в Великобритании, а заводы есть практически во всех странах Европы. Кроме того, имеются два научно-исследовательских института. Преимущество концерна еще в том, что он владеет 15% мировой добычи нефти. Это важно, поскольку основные компоненты (в частности, полиол и ТДИ), необходимые для производства поролонки, – продукты нефтепереработки. Помимо Shell, поролон производят компании «Басф», «Байер» и «Эникем», которые выпускают также и полиолы для собственного производства.

В России сырье для поролонки выпускается двумя основными заводами: «Нефтехим» в Нижнекамске (полиол) и «Азот» в Новомосковске Тульской области (ТДИ). Продукция обоих предприятий, к сожалению, не совсем хорошего качества. Полиол, правда, в несколько раз дешевле западного, но при этом разные партии имеют неодинаковые характеристики. В итоге только при выпуске стандартных марок поролонки можно добиться нужного качества. Сверхмягкий или высококомфортный материал из этого компонента не сделаешь – он получается жесткий, быстро разрушается под воздействием силовых нагрузок, совершенно не отвечает требованиям комфортности.

Что касается другого российского компонента – ТДИ, то здесь все намного хуже. Между тем это весьма сложная и ответственная составляющая. В частности, она во многом влияет на температуру созревания поролонки. Требуется довести её до 140°C, тогда как температура горения этого материала – приблизительно 180-200°C. Понятно: чем ниже качество ТДИ, тем больше вероятность, что поролон сгорит, а не созреет. А российский ТДИ характеризуется неодинаковостью качества: опять же, как с полиолом, разные партии по-разному реагируют на воду, что повышает риск при его применении.

Для некоторых сегодняшних производителей, ориентированных на массовый выпуск мебели, качество поролонки, по большому счету, особой роли не играет. В то же время пока белорусская мебель пользуется в России спросом отчасти потому, что бело-

русские производители поролона стараются по-прежнему делать поролон из европейского сырья, а не из российского. Но по мере того, как крупные заводы будут завоевывать рынок Беларуси, белорусские поролонщики просто вынуждены будут целиком перейти на российское сырье, чтобы конкурировать по цене. И тогда конкурентоспособность белорусской мебели на рынках СНГ упадет.

Мы обозначили лишь несколько проблем повышения конкурентоспособности продукции мебельных предприятий Беларуси. На самом деле их гораздо больше. И все эти проблемы следует решать в рамках товарной политики, которой должно уделяться пристальное внимание руководства и специалистов. В противном случае данные проблемы останутся неразрешенными.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Акулич М.В., Грищенко М.Ф. Практикум по маркетингу. – Мн.: ВУЗ – ЮНИТИ, 2000. С. 149-154.
2. Булатецкая Е. Спасти могут или льготы, или инвестиции // Белорусский рынок. 1999. №45. С. 17.
3. Энджел Д. Поведение потребителей. – СПб: Питер Ком, 1999. С. 289-298.

УДК 630\*906

П.В. Косоковская, ассистент

#### **ЦЕННОСТЬ ГОРОДСКИХ ТЕРРИТОРИЙ КАК ПРИРОДНО-АНТРОПОГЕННОГО РЕСУРСА**

The article represents the aspects of value of urban territories.

Социальное, экономическое и экологическое благополучие государства зависит от распоряжения имеющимися у последнего ресурсами. Среди них – такой вид пространственного ресурса, как городские территории. Последние обладают ценностью за счет того, что имеют потребительские свойства: экономические, экологические, демографические, политические. Из этого вытекает значимость государственного экономического и правового регулирования земельных отношений в населенных пунктах. Одна из сторон такого регулирования – оценочная деятельность.

Одним из важнейших природных ресурсов каждой страны является жизненное пространство. Понятие земель (территорий) населенных пунктов законодательно закреплено в Кодексе Республики Беларусь о земле (принят Палатой представителей 25 ноября 1998 года, одобрен Советом Республики 19 декабря 1998 года) наряду с другими категориями земель: сельскохозяйственного назначения, лесного фонда, водного фонда и другими. Деление это условно, так как в действительности земли разных категорий перекрываются, например практически на всех землях сельхозназначения располагаются населенные пункты.

Несмотря на то что в Кодексе используется термин «городские земли», в действующей Конституции и Законе РБ «Об основах архитектурной и градостроительной деятельности в Республике Беларусь» от 26 ноября 1993 года употребляется термин «городские территории». Поскольку в городах используется в основном не земля, а пространство – территория, более правильным представляется использование второго термина.