

Секція 3

Конкурентоспроможність підприємства

ПРАВЫШЭННЕ КАНКУРЭНТАЗДОЛЬНАСЦІ ПРАДУКЦЫІ ЯК НЕАБХОДНАЯ ЎМОВА ВЫЖЫВАННЯ ПРАДПРЫЕМСТВАЎ ЛЁГКАЙ ПРАМЫСЛОВАСЦІ РЭСПУБЛІКІ БЕЛАРУСЬ

Берасцевіч Я. А.

*Навуковы кіраўнік: Лізакова Р. А., к. э. н., дацэнт
Баранавіцкі дзяржаўны ўніверсітэт*

Лёгкая прамысловасць у Беларусі займае па розных ацэнках каля 28-30% у агульным аб'ёме вытворчасці нехарчовых тавараў. Найбуйнейшыя прадпрыемствы галіны ўваходзяць у склад канцэрна "Беллегпрам" і вырабляюць каля 80% усяго галіновага аб'ёму. У цэлым у Рэспубліцы функцыянуюць каля 500 прадпрыемстваў лёгкай прамысловасці, якія выпускаюць больш за 5 тыс. найменняў прадукцыі [1].

Развіццё галіны грунтуецца на наяўнасці ўласнай сыравіны; забяспечанасці высокакваліфікаванымі кадрамі, у тым ліку жаночай рабочай сілай, попыт на якую ў лёгкай прамысловасці з'яўляецца пераважным; ёмістага рынку спажывання як у Беларусі, так і ў суседніх рэгіёнах. Усё гэта не магло не адбіцца і на асаблівасцях тэрытарыяльнай арганізацыі галіны – прадпрыемствы размешчаны ва ўсіх рэгіёнах краіны.

Прадпрыемствы добра разумеюць ёмістасць беларускага рынку і развіваюць тавараправодную сетку, каб у поўным аб'ёме задавальняць пакупніцкі попыт. Хоць у апошні час вельмі няпроста ўтрымліваць пазіцыі на рынку. У апошнія гады продажу айчынных тавараў зніжаюцца. Ва ўмовах цяперашняй канкурэнцыі на ўнутраным рынку прадпрыемствам няпроста. Удзельная вага тавараў лёгкай прамысловасці памяншаецца. Прадпрыемствы выкарыстоўваюць усе свае рэсурсы і маркетынговыя рычагі, каб прысутнічаць больш на ўнутраным рынку. Але тут трэба разумець, што 55% аб'ёму вытворчасці лёгкай прамысловасці прызначана для экспарту. [2].

У цяперашні час большасць кампаній у той ці іншай форме рэгулярна ажыццяўляюць маркетынговыя даследаванні. Маркетынгавае даследаванне можна ажыццявіць ўласнымі сіламі або з дапамогай спецыялізаваных кампаній.

У 2019 годзе ў г. Жодзіна спецыялістамі аддзела маркетынгу ААТ «Світанак» (адно з вядучых прадпрыемстваў лёгкай прамысловасці Беларусі) праводзілася апытанне асноўных пакупнікоў прадукцыі трыкатажнай галіны. Па выніках апытання былі вылучаныя найбольш важкія паказчыкі, якія ўплываюць на канкурэнтаздольнасць прадукцыі: кошт (46%); попыт канчатковых спажыўцоў (31%); дызайн тавару (14%); тэрміны пастаўкі (9%).

Па выніках праведзенага аналізу ў якасці ўзору, якія валодаюць найбольшымі параметрамі канкурэнтаздольнасці прыняты гіпатэтычны (эталонны) ўзор касцюма жаночага. У якасці канкурэнтаў ўзятыя найбольш

распаўсюджаныя віды жаночых трыкатажных касцюмаў вытворчасці ААТ "Купалінка" г.Салігорск і ААТ ПТФ «8 сакавіка» г. Гомель.

Ацэнкі ў балах былі дадзеныя рэспандэнтамі ў межах ад 1 да 10. З мэтай вызначэння ўзроўню канкурэнтаздольнасці касцюмаў жаночых, якія маюць найбольшы попыт па асноўных названых фактараў на падставе атрыманых зыходных дадзеных, прыведзеных у табліцы 1, прадстаўлена ацэнка канкурэнтаздольнасці дыферэнцыяльным метадам.

Табліца 1 – Параўнальная ацэнка канкурэнтаздольнасці тавараў вядучых прадпрыемстваў лёгкай прамысловасці Беларусі на ўнутраным рынку

	ААТ "Купалінка"	ААТ «Світанак»	ААТ ПТФ «8 сакавіка»	Узор
Кошт (q1)	8	8	10	10
Попыт канчатковых спажыўцоў (q2)	6	7	8	10
Дызайн (q3)	6	7	7	10
Тэрмін пастаўкі (q4)	8	8	9	10

Крыніца: дадзеныя ААТ "Світанак", апрацаваныя аўтарам.

Такім чынам, найбольш канкурэнтаздольнай прадукцыяй з'яўляюцца жаночыя трыкатажныя касцюмы вытворчасці ААТ «8 сакавіка», так як яны маюць найбольш высокія адзінкавыя і сумарны індэксы канкурэнтаздольнасці, касцюмы вытворчасці ААТ «Світанак» займаюць другое месца па выніках праведзенага аналізу канкурэнтаздольнасці.

Канкурэнтаздольнасць прадпрыемства-гэта адносная характарыстыка, якая выказвае адрозненні развіцця дадзенай фірмы ад развіцця канкурэнтных фірмаў па ступені задавальнення сваімі таварамі патрэбы людзей і па эфектыўнасці вытворчай дзейнасці.

Літаратура:

1. БЕЛАРУСЬ ФАКТЫ. Лёгкая прамысловасць. URL: http://belarusfacts.by/ru/belarus/economy_business/key_economic/light_industry/ / (дата доступу: 27.02.2021)
2. Лёгкая прамысловасць Беларусі: выклікі і рызыкі. URL: <http://expert.belta.by/09> (дата доступу: 28.02.2021)

FINANCIAL AND ECONOMIC FACTORS INFLUENCING THE COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE

Tokonog K.G.

*Scientific adviser: Popova A.M., Ph.D., Assoc.
Kharkiv National Automobile and Road University*

International companies, which are now represented in the financial market of Ukraine, have long and successfully implemented new projects, but each country has