

## КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДУКЦИИ

**Самстыко К.Б.**

**Научный руководитель – Беззубенко М.А., к.э.н., доцент  
Могилевский государственный университет продовольствия  
г. Могилев, Республика Беларусь**

Конкурентоспособность продукции, работ и услуг является важнейшим показателем, характеризующим функционирование предприятия в рыночной экономике. Чтобы быть реализованным, товар должен выгодно отличаться от других аналогичных товаров.

Конкурентоспособность продукции - это характеристика товара (услуги), отражающая его отличие от товара-конкурента как по степени соответствия конкретной потребности, так и по затратам на ее удовлетворение. Два элемента - потребительские свойства и цена - являются главными составляющими конкурентоспособности товара (услуги). Вместе с тем обслуживание на высшем уровне создает большую привлекательность. Исходя из этого, формулу конкурентоспособности можно представить в следующем виде:

Конкурентоспособность = Качество + Цена + Обслуживание.

Всего на Могилевщине производством промышленной продукции занимаются более 1200 предприятий с общей численностью работающих более 100 тысяч человек, или порядка 30% от общей численности занятых в экономике области.

Начиная с 2016 года по 2019 отмечается положительная динамика роста объемов промышленного производства. При этом, не допускается рост сверхнормативных складских запасов. Рентабельность продаж в промышленных организациях составляет 5,4%.

Крупнейшими конкурентоспособными предприятиями в Могилевской области являются: ОАО "Бабушкина крынка", ОАО «Булочно-кондитерская компания «Домочай»», РУП "Могилевлифтмаш", ОАО "Моготекс" и т.д.

В условиях новой экономики конкурентная среда становится все более сложной по степени взаимного влияния всех сил и интенсивности конкуренции. На данном этапе развитие экономики характеризуется изменением отношений между экономическими агентами: от жесткой конкуренции к сочетанию кооперации и конкуренции в различных сферах. Сформировалось новое понимание конкуренции с точки зрения ценностно-сетевых подходов, суть которого находит отражение в двух основных аспектах:

- во-первых, конкуренция – это соперничество по вхождению в наиболее эффективные и надежные производственные цепи создания ценностей;
- во-вторых, конкуренция – это борьба за место в цепи, так как от этого зависит размер доли получаемой прибыли.

Современный этап развития конкуренции, безусловно, связан с инновациями (продуктовыми, технологическими и организационными). Все это в условиях современной экономики привело к появлению логистической концепции бизнеса, к возникновению конкуренции «цепей» и конкуренции внутри самих сетевых производственных систем создания ценностей.