

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТОВАРА В МЕЖДУНАРОДНОМ МАРКЕТИНГЕ

Соперничество предприятий не ограничивается рамками национальных границ отдельных государств. Оно широко распространяется на сферу мирового рынка. При этом степень успешной деятельности на рынке во многом определяется экономическими возможностями предприятия, его способностью конкурировать с другими предприятиями. Применительно к экономической сфере под конкурентоспособностью в самом общем виде можно понимать обладание свойствами, создающими преимущества для субъекта экономического соревнования. Носителями этих свойств – конкурентных преимуществ – могут быть различные виды продукции, предприятия и организации или их группы, образующие отраслевые или конгломератные объединения, и, наконец, отдельные страны или их объединения, ведущие конкурентную борьбу за лидерство в различных сферах международных экономических отношений. Международная конкуренция рассматривается в качестве инструмента в борьбе за место в мирохозяйственной системе, как механизм повышения эффективности национальной экономики. Общей тенденцией последнего периода стал переход многих стран к стратегии открытости, к углублению ориентации на мировой рынок.

В рыночной экономике решающим фактором коммерческого успеха товара является конкурентоспособность. Это многоаспектное понятие, означающее соответствие товара условиям рынка, конкретным требованиям потребителей не только по своим качественным, техническим, экономическим, эстетическим характеристикам, но и по коммерческим и иным условиям его реализации. Более того, важной составной частью конкурентоспособности товара является уровень затрат потребителя за период его эксплуатации. В силу многоаспектности применения данной категории в различных отраслях знаний, существует ряд определений, нередко противоречивых. Все эти определения имеют один общий недостаток, представляя конкурентоспособность как совокупность всех свойств товара, и не учитывая того, что потребителя больше интересует соотношение: «качество – цена потребления».

Конкурентоспособной может быть признана только такая продукция, которая обладает техническими характеристиками и технико-экономическими показателями, идентичными аналогичным показателям проданного товара. Однако такая продукция может быть реализована лишь в случае, если рынок полностью не насыщен данной продукцией, иначе конкурентоспособность – чисто условное понятие. При разработке конкурентоспособной продукции необходимо ориентироваться не на абстрактный «лучший мировой аналог», а на оценку всех рыночных факторов, которые могут быть учтены при правильном использовании форм и методов маркетинга, что позволит не только определить показатели «прогнозируемого лучшего мирового аналога», но и правильно оценить место и время успешной реализации продукции на мировом рынке.

Мирохозяйственные связи страны являются отражением состояния внутренней экономики, способностей ее предприятий конкурировать с предприятиями других государств. Однако было бы упрощением проблематики сводить вопросы рыночного соперничества только к способности предприятий конкурировать на уровне товаров.

Наряду с товарной конкурентоспособностью необходимо изучение конкурентоспособности предприятий и экономики в целом. Вопрос стоит шире, чем определение непосредственно товарной конкурентоспособности. Проблема заключается в том, что страна должна знать, какие отрасли необходимо развивать, чтобы достигнуть рыночных показателей конкурентоспособности, прогнозировать, какова будет экономическая и научно-техническая политика страны и каково регулирование экономических субъектов в стране. Поэтому довольно часто дело не ограничивается лишь разработкой качественного товара на предприятии и изготовлением его выставочного образца. Государство не может осуществить структурные сдвиги в экспорте, если не будет изменена структура внутреннего производства, если не получит развития современное конкурентоспособное производство товаров и услуг в стране, а также механизм продаж продукции на внешнем рынке. В определении конкурентоспособности предприятия или компании важное место занимает вопрос о конкурентоспособности, выпускаемой им продукции.

*Хандрико В. И.
ГНУ Института экономики НАН Беларуси (Минск)*

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СФЕРЫ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА

Функционирование рынка сельскохозяйственной продукции непосредственно связано с государственным регулированием, что является важным фактором повышения эффективности функционирования аграрного сектора. Прежде всего, государственное регулирование обусловлено неустойчивостью сельскохозяйственного производства, связанной с зависимостью от природных условий. Второй причиной, по которой требуется государственное регулирование сельского хозяйства, является низкая эластичность спроса на продовольствие в зависимости от цен на него, что в совокупности с неустойчивостью сельскохозяйственного производства приводит к высоким колебаниям цен на аграрном рынке и доходов товаропроизводителей, предопределяет создание регулируемых систем ценообразования, финансирования, кредитования, стабилизации рыночного спроса и предложения.

Сельское хозяйство имеет особую значимость для стран аграрного профиля, так как сельское хозяйство дает основу для функционирования значительной части экономики страны. Сельскохозяйственное сырье является основой эффективной деятельности для перерабатывающих отраслей, банков, торговли и других секторов экономики. Необходимость государственного регулирования в таких странах объясняется стремлением сохранения села, сельского социума как истока формирования сельского уклада жизни, национальных особенностей, самобытности культуры и нравственной ценности.

Сельское хозяйство определяет состояние продовольственной безопасности страны. Так как сельское хозяйство выполняет народнохозяйственную функцию по производству продовольствия как основы существования и жизнедеятельности людей. Сочетание первостепенной важности аграрной продукции и высокой зависимости ее производства от внешних условий усиливает необходимость государственного вмешательства в аграрные процессы и требует особого подхода к анализу ситуации и выбору на этой основе наиболее взвешенных и действенных мер для достижения поставленных целей.