

поручительства и залога, заключение которых в свою очередь приводит к удорожанию предмета лизинга [2, с.68].

Пути решения данных проблем являются следующие методы:

- расширение источников финансирования;
- стабилизация макроэкономической ситуации в Беларуси;
- совершенствование информационной инфраструктуры лизинга;
- улучшение инвестиционного климата Республики Беларусь [3, с.65].

Литература

1. Под грузом перспектив // Финансы. Учет, Аудит. – 2015. – № 8. – С. 33–35.
2. *Чертопруд, С.* Куда едет автолизинг / *С. Чертопруд* // Банковское обозрение. – 2014. – № 8. – С. 66–69.
3. *Чернявская, Е.И.* Лизинг в системе маркетинга / *Е.И. Чернявская* // Маркетинг. – 2014. – № 3 (136). – С. 63–71.

©ПГУ

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ХЛЕБОБУЛОЧНОГО ПРОИЗВОДСТВА

А.С. ТОЛКАЧ

НАУЧНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ – М.Ж. БАНЗЕКУЛИВАХО, КАНДИДАТ ТЕХН. НАУК, ДОЦЕНТ

В данной статье рассмотрены основные теоретические и методологические аспекты конкурентоспособности предприятия. На основании полученных результатов исследования были выявлены основные «узкие места» предприятия хлебопекарной отрасли и предложены стратегические направления повышения уровня его конкурентоспособности

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, стратегия, основные производственные средства, программное обеспечение, снижение затрат

Состояние производственно-хозяйственной деятельности большинства предприятий Республики Беларусь свидетельствует о снижении конкурентоспособности их товаров и услуг не только за пределами страны, но и на внутреннем рынке.

Изучению вопросов конкурентоспособности предприятия посвящены работы отечественных и зарубежных ученых. Так, М. Портер одним из первых сформулировал теорию конкурентных преимуществ, выделив наиболее типичные причины их возникновения, а также определив факторы их удержания [1, с. 62].

В. Дж. Стивенсон выделил пять ключевых способов (цена, качество, отличительные особенности, гибкость производства и сроки выполнения определенных операций), при помощи которых предприятия конкурируют друг с другом [2, с. 66].

Однако, несмотря на текущее разнообразие исследований в данной области, проблемы конкурентоспособности предприятий как никогда актуальны, так как в современных условиях не каждое предприятие, выпускающее высококачественную продукцию или оказывающее востребованные услуги, может быть конкурентоспособным на рынке.

В процессе исследования были изучены теоретические и методологические аспекты конкурентоспособности предприятия на стратегической основе, проанализирован текущий уровень конкурентоспособности предприятия, а также выявлены основные проблемы, препятствующие повышению конкурентоспособности предприятия, в результате чего предложены стратегические направления их решения. Элементами научной новизны полученных результатов являются предложенные мероприятия стратегического характера, направленные на повышение конкурентоспособности предприятий хлебобулочной промышленности. Областью возможного практического применения является деятельность субъектов хозяйствования вне зависимости от формы собственности, занимающихся производством и реализацией хлебобулочных и кондитерских изделий.

Результатами внедрения явились обновление основных производственных средств, расширение ассортимента выпускаемой продукции благодаря программному обеспечению, ускорение сотрудничества в научном исследовании, снижение затрат на производство продукции. Реализация каждого мероприятия несет экономический и социальных эффект, что будет способствовать повышению показателей финансово-экономической деятельности и уровня конкурентоспособности предприятия.

Литература

1. *Смитиенко Б.М.* Мировая экономика: учебник / *Б.М. Смитиенко*. – 2-е изд. – М.: Издательство Юрайт, 2013. – 590 с.
2. *Стивенсон В.Дж.* Управление производством / *В.Дж. Стивенсон*; пер. с англ. – М.: ООО «Издательство «Лаборатория Базовых Знаний», ЗАО «Издательство БИНОМ», 2004. – 928 с.