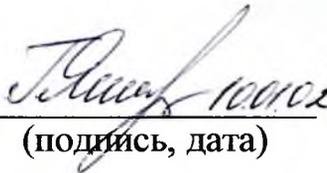


СПИСОК ИСПОЛНИТЕЛЕЙ

Руководитель работы,
ст. науч.сотр., канд.,
экон.наук


Г.А. Яшева
(подпись, дата)

Ответственный
исполнитель,
ст.науч.сотр., канд.,
экон.наук

Н.Л. Прокофьева


(подпись, дата)

Научн.сотр.

Е.Н. Домбровская

(подпись, дата)

Младш.науч.сотр.

В.В. Квасникова

(подпись, дата)

Нормоконтролер

В.В.Квасникова

(подпись, дата)

Библиотека ВГТУ



СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
ВВЕДЕНИЕ	4
1. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ	8
2. РОЛЬ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	11
3. МЕТОДОЛОГИЯ АНАЛИЗА ВЛИЯНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ СРЕДЫ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ	12
4. АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ	15
ЛИТЕРАТУРА	17



ВВЕДЕНИЕ

Обеспечение конкурентоспособности государства имеет первостепенное значение в повышении благосостояния населения. В настоящее время по жизненному уровню Беларусь занимает далеко не ведущую позицию. Одной из главных причин такого положения дел является, то, что в республике проблемами конкурентоспособности *системно* и профессионально никто не занимался. Впервые на государственном уровне актуальность повышения конкурентоспособности прозвучала в Указе Президента Республики Беларусь № 268 от 20.05.1998 “О повышении конкурентоспособности продукции отечественного производства (работ и услуг) и об усилении ответственности изготовителей, поставщиков и продавцов за качество продукции, (работ и услуг)”. Идея повышения конкурентоспособности Беларуси была включена в “Основные положения Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2001-2005 годы”. Однако в этих нормативных документах системного подхода и практической реализации проблемы повышения конкурентоспособности страны, региона и отрасли нет. Кроме того, ставится задача повышения конкурентоспособности промышленного производства в целом и не уделяется внимание отрасли “Легкая промышленность”.

Достижение высокого уровня благосостояния населения является конечной целью системы обеспечения конкурентоспособности страны. Поэтому все действия Президента, Национального собрания, Правительства и министерств, а также ученых, руководителей субъектов хозяйствования должны быть направлены на укрепление конкурентоспособности Республики Беларусь. Вышесказанное предопределило актуальность исследования проблемы повышения конкурентоспособности государства, региона, отрасли, предприятия.

Целью работы является разработка комплекса рекомендаций для органов управления и методических разработок для предприятий, направленных на повышение конкурентоспособности отрасли “Легкая

промышленность на основе выявленных возможностей маркетинговой среды, конкурентных преимуществ и устранения слабых сторон отрасли.

Сроки выполнения НИР: с 01.04.2001г. по 31.12.2002 г.

В соответствии с календарным планом НИР будет выполняться в шесть этапов. *Сроки выполнения:*

1 этап - с 01.04.2001 – 31. 09. 2001.

2 этап – 1.10.2001 – 31.12.2001.

Цель первого этапа: исследовать состояние, место и роль легкой промышленности в национальной экономике.

Цель второго этапа: исследовать влияние маркетинговой среды на конкурентоспособность предприятий легкой промышленности.

Объектом исследования является отрасль “Легкая промышленность”, которая представляет многоотраслевой промышленный комплекс республики, включающий текстильную, трикотажную, швейную, кожевенную, обувную, меховую, текстильно-галантерейную подотрасли.

Предмет исследования – конкурентоспособность отрасли и предприятий легкой промышленности.

Теоретические основы проблемы конкурентоспособности экономики государств, отраслей, предприятий и товара разработаны в трудах таких зарубежных авторов как М. Портер, Р. Акофф, Х. Дж. Р. Эванс, Б. Берман, Ч. Хофер, Д. Шендель и др., российских и белорусских ученых-экономистов - Юданова А.Ю, Соловьева И.П., Долинской В.Е., Дуровича А.П., Р.А. Фатхутдинова, Г.Я. Кожекина, В.Б Зубика, В.Я Старикова, Л.Е Стровского, И.Н. Герчикова и другие.

В предлагаемом исследовании авторы разделяют точку зрения М. Портера о том, что одним из определяющих факторов конкурентоспособности стран является конкурентоспособность нескольких сопряженных отраслей, образующих своеобразные кластеры.

В условиях трансформации экономической системы финансовые ресурсы государства весьма ограничены, что не позволяет ему в полном объеме инвестировать в развитие всех отраслей народного хозяйства. В этой связи,

особенно актуальной является проблема определения потенциально конкурентоспособных отраслей, которые смогли бы стать своеобразными “точками роста” экономики и обеспечить конкурентоспособность страны.

Для экономики Республики Беларусь одной из перспективных отраслей является легкая промышленность, так как она характеризуется:

- высокой оборачиваемостью оборотных средств;
- наличием высококвалифицированных кадров;
- большим опытом работы;
- высокой емкостью рынка;
- коротким жизненным циклом товара, и, как следствие, устойчивым спросом на производимую продукцию.

Вышеизложенное подтверждает актуальность темы и выбранного объекта исследования.

На первом этапе НИР планируется решить следующие задачи:

- 1) провести теоретическое исследование сущностных категорий “конкурентоспособность страны”, “конкурентоспособность региона”, “конкурентоспособность отрасли”, “конкурентоспособность предприятия”, “конкурентоспособность товара”;
- 2) провести исследование методов оценки конкурентоспособности страны, региона, отрасли, предприятия и товара;
- 3) оценить состояние, закономерности и факторы влияния легкой промышленности на развитие национальной экономики Республики Беларусь.

На втором этапе НИР планируется решить следующие задачи:

- 1) провести теоретическое исследование:
 - сущностных категорий «конкурентоспособность предприятия», «конкурентоспособность товара», «потенциал предприятия»;
 - методических подходов к анализу влияния маркетинговой среды на конкурентоспособность предприятий;
 - методик оценки конкурентоспособности предприятия.

- 2) Разработать методический подход к анализу влияния маркетинговой среды на конкурентоспособность предприятий.
- 3) Разработать методику оценки конкурентоспособности предприятия.
- 4) Провести анализ влияния маркетинговой среды на конкурентоспособность предприятий легкой промышленности.
- 5) Оценить конкурентоспособность выборочных предприятий швейной, обувной, текстильной, трикотажной подотрасли.
- 6) Выявить конкурентные преимущества и угрозы, которые создает внешняя среда для повышения конкурентоспособности отрасли, а также сильные и слабые стороны конкурентоспособности во внутренней среде предприятий легкой промышленности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Закон Республики Беларусь «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции» от 10.12.1992. – Ведомості Верхоўнага Савета Рэспублікі Беларусь. - № 36.- 1992.
2. Постановление Совета Министров Республики Беларусь «О предельных индексах изменения отпускных цен (тарифов) на 1 квартал 2001 года» № 63 от 17.01.2001. – Национальная экономическая газета. - №6.- 2001, с.3.
3. Указ Президента Республики Беларусь №268 от 20.05.98. «О повышении конкурентоспособности продукции отечественного производства (работ и услуг) и об усилении ответственности изготовителей, поставщиков и продавцов за качество продукции (работ и услуг)»/ Инфо.- №21. - май 1998.
4. Постановление СМ Республики Беларусь «О вопросах доведения предельных индексов изменения отпускных цен (тарифов) и регистрации цен (тарифов)» №8/4677 от 27.12.2000. - Национальная экономическая газета. - №2. - 2001, с.6.
5. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика: - М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. –208 с.
6. Акулич И.Л., Демченко Е.В. Основы маркетинга.: Учебное пособие. – Мн.: Высшая школа, 1998.-236с.
7. Ансофф И. Стратегическое управление. –М.: Экономика, 1989. – 519 с.
8. Антикризисное управление: от банкротства конкуренция финансовому оздоровлению/ Под ред. Г.П. Иванова. –М.: Закон и право, ЮНИТИ, 1995. –320 с.
9. Ассэль Генри. Маркетинг: принципы и стратегия: Учебник для вузов. – М.: ИНФРА-М, 1999.- 804 с.
10. Велесько Е.И., Быков А. А., Дражек З. Стратегическое управление: Практика принятия системных решений: Учебное пособие. – Мн.: Тэхналогія; Изд-во БГЭУ, 1997. – 199 с.



11. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: человек, стратегия, организация процесс. – М.: «Фирма Гардарина», 1996. –416 с.
12. Герасенко В.П. Прогностические методы управления рыночной экономикой. – Гомель: Бел. Центр Бизнеса «Альтаир», 1997. – 320 с.
13. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: Теория, методология, практика. – М.: Издательство «Финкпресс», 1998.-416с.
14. Дурович А.П. Маркетинг в предпринимательской деятельности. –Мн.: НПЖ "Финансы, учет, аудит", 1997. –464с.
15. Дихтль Е., Хершген Х. Практический маркетинг: Учебное пособие/ Пер. с нем. А.М. Макарова: Под ред. И.С. Минко. – М.: Высшая школа., 95.-255с.
16. Долинская М.Г., Соловьев И.А. Маркетинг и конкурентоспособность промышленной продукции. – М.: Издательство стандартов, 1991.-128с.
17. Квасникова В.В. Критерий и показатели эффективности реструктуризации предприятий.// Научный журнал Веснік ВДУ. – 2000. - №2. – с. 22-27.
18. Квасникова В.В. К вопросу о построении конкурентной карты рынка. Сборник научных статей аспирантов ВГТУ. Витебск: ВГТУ, 2000. - с. 18.
19. Квасникова В.В. Реструктуризация предприятий и качество продукции.// Экономические проблемы управления качеством: Тезисы докладов Международной научно-практической конференции, Минск, 25-26 марта
20. Котлер Ф. Основы маркетинга. Пер. с англ. / Общ. ред. вст. ст. Е.М. Пеньковой. – М.: «Прогресс», 1995.-736с.
21. Котлер Ф., Амстронг Г., Сондерс Дж, Вонг В. Основы маркетинга. Пер. с англ. – 2-е европ. изд.- М.; СПб.; К.: Издат. Дом «Вильямс», 1999. - 1056 с.
22. Маркетинг: Учебник / А.Н. Романов, Ю.Ю. Корлюгов и др.; Под ред. А.Н. Романова – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1996.-560с.

- 23.Маркетинг: теория и практика: Учебное пособие / Г.Я. Кожекин, В.Я. Стариков, В.Б. Зубик и др.; Под ред. Г.Я. Кожекина. – Мн.: Магазин для экономиста, АПМ «Плюс-минус», 1996.-135с.
- 24.Маркова В.Д., Кузнецова. С.А Стратегический менеджмент: Курс лекций. –М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2001. – 288 с.
- 25.Методических указаний по оценке соответствия ассортимента и качества швейных, трикотажных изделий и обуви спросу населения в розничных торговых организациях и предприятиях системы Министерства торговли СССР. – М.: ВНИИКС, 1985. С.18.
- 26.Методические рекомендации "Оценка технико-экономического уровня продукции в легкой промышленности". –М.: ЦНИИ ТЭИлегпром, 1990. –48с.
- 27.Основы маркетинга: Учебное пособие / Р.Б. Ивуть, Э.М. Гайнутдинов, Л.И. Поддерегина и др. – Мн.: ООО «Мисанта», 1998.-167с.
- 28.Основные положения Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2001-2005 годы. – Республика. – 16 мая. – 2001. С.3-20.
- 29.Портер М. Международная конкуренция: пер с англ. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.
- 30.Разработка методических рекомендаций по совершенствованию и развитию существующей системы изучения рынка товаров легкой промышленности с учетом принципов маркетинга для предприятий и организаций Минлегпрома БССР. / ДСП. Всесоюзный НИИ по изучению спроса населения на товары народного потребления и конъюнктуры торговли. Белорусский филиал. –Мн.: 1989. –216с.
31. Соле Парельяда Ф., Мишкевич М.В. Промышленная политика: Практ. пособие. – Мн.: БГЭУ, 2000. – 94 с.
32. Статистический портрет Беларуси. Статистический сборник. – Мн.: министерство статистики и анализа Республики Беларусь. – 2001. – 140

- 33. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М.: ИНФРА – М. – 2000. – 312 с.
- 34. Юданов Ю.А. Конкуренция: теория и практика. Учебно-практ. Пособие. – М.: Ассоциация авторов и издателей. «Тандем», издательство «ГНОМ _Пресс», 1998. –384 с.
- 35. Яшева Г.А. Формирование стратегии повышения конкурентоспособности продукции. // Тезисы докладов Международной научно-практической конференции 25-26 марта 1999 г. "Экономические проблемы управления качеством". Минск. –1999. –С.16-17.
- 36. Яшева Г.А. Конкурентоспособность предприятий: методика оценки и результаты. / Финансы, учет, аудит. - №4. – 2000, С. 17-20.
- 37. Яшева Г.А. Оценка конкурентоспособности предприятий: методологический подход./ Вестник БГЭУ. - № 6. – 2001. – Мн.: Изд-во БГЭУ, С. 57 -58

Библиотека ВГУ

