

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ БЕЛАРУСИ И РОССИИ В 2007 г.: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

Татьяна Ковалёва, Лариса Хмурович

Проблема конкурентоспособности в настоящее время активно обсуждается во всем мире, в том числе и в Республике Беларусь. Особую актуальность она получила в 2007 г. в связи с ростом цен на энергоносители и ухудшением ситуации во внешней торговле Беларусии. Согласно статистическим данным, в 2007 г. сложилось отрицательное сальдо внешней торговли товарами и услугами в Республике Беларусь в размере 2,7 млрд дол. США [10, с. 82]. Изменение условий хозяйствования заставило по-новому оценить состояние и перспективы конкурентоспособности белорусских промышленных предприятий.

В современной отечественной и зарубежной литературе изучению конкурентоспособности и ее различных аспектов посвящено достаточно большое количество публикаций. Среди них можно отметить работы Г. Л. Азоева [1], С. П. Аукуционека и В. А. Приписнова [3], И. В. Пилипенко [4], М. Портера [7]. Анализ факторов и путей повышения конкурентоспособности Республики Беларусь представлен в статьях Я. М. Александровича, А. В. Богдановича [2], В. В. Пинигина [5], С. С. Полоника [6].

Основной проблемой проводимых исследований конкурентоспособности в Республике Беларусь, как и в других странах, является недостаток информации. Кроме того, они носят разовый характер и проводятся разными организациями (Всемирный банк, Национальный банк Республики Беларусь, Государственное научное учреждение «Научно-исследовательский экономический институт Министерства экономики Республики Беларусь») по различным методикам. В этой связи актуальным представляется использование для изучения конкурентоспособности предприятий опросного метода.

Преимущество опроса по сравнению с другими методами заключается в том, что он позволяет оперативно получать данные, которые уникальны по своему содержанию и не могут быть получены никаким другим способом. В анкету можно включать вопросы о показателях, не отражаемых традиционной статистикой (например, основных конкурентах, оценке конкурирующего импорта и конкурентных преимуществ в разрезе различных рынков конкурента, влиянии отдельных факторов на конкурентоспособность, прогнозах изменения конкурентоспособности).

Полученные в ходе опроса результаты позволяют не только анализировать ситуацию в республике, но и проводить корректные межстрановые сопоставления. Это особенно ценно с учетом многообразия методических подходов к сбору и расчету статистических показателей в разных странах.

В мировой практике опросы уже давно зарекомендовали себя надежным инструментом анализа не только экономической активности в целом, но и изучения таких специфических сфер, как инвестиции, инновации и конкурентоспособность. Так, в странах Европейского союза с 1997 г. в анкету конъюнктурного теста ежеквартально включается вопрос об изменении конкурентоспособности в разрезе различных рынков с вариантами ответов «возросла», «не изменилась», «снизилась».

В Республике Беларусь регулярные обследования экономической активности в промышленности проводятся Научно-исследовательским экономическим институтом Министерства экономики Республики Беларусь с 1994 г. В 2007 г. на основе опросного метода была исследована и конкурентоспособность промышленных предприятий [11].

Результаты проведенного опроса показали, что продукция белорусской промышленности представлена на всех без исключения рынках: внутреннем, российском и других стран СНГ, развивающихся (Китай, Ближний Восток, Азия, Африка, Латинская и Южная Америка) рынках. Однако степень присутствия предприятий республики на данных рынках и их значимость для отечественных предприятий различна.

На то, что внутренний рынок является для них основным, указали 73 % опрошенных руководителей предприятий Беларуси. Они реализуют на нем более половины своей продукции. Свыше 20 % белорусских предприятий оценивают национальный рынок как значимый (доля сбыта менее 50 %).

Вторым по важности для предприятий Республики Беларусь является рынок России. На нем работают 80 % отечественных производителей, в том числе для 18 % организаций он является основным, для 43 % — одним из значимых и для 19 % — незначительным рынком сбыта.

Автор:

Ковалёва Татьяна Николаевна — аспирант Научно-исследовательского экономического института Министерства экономики Республики Беларусь

Хмурович Лариса Владимировна — старший преподаватель кафедры международных экономических отношений факультета международных отношений Белорусского государственного университета

Рецензенты:

Давыденко Елена Леонидовна — кандидат экономических наук, доцент кафедры международных экономических отношений факультета международных отношений Белорусского государственного университета

Скирко Наталья Ивановна — кандидат экономических наук, доцент, руководитель Белорусско-казахстанского центра научно-технического сотрудничества УП «Технопарк БНТУ "Метеолит"»

Рынок развитых стран, где представлена продукция 62 % опрошенных предприятий, более важен для белорусской промышленности, чем рынок стран СНГ (без России) и развивающиеся рынки. На первом только 6 % предприятий республики реализуют более половины своей продукции. Присутствие отечественных предприятий на развивающихся рынках также незначительно: на нем в 2007 г. реализовывали свою продукцию 17 % предприятий.

При реализации продукции предприятия Беларуси сталкиваются с большим числом конкурен-

тов. Основными из них на внутреннем рынке выступают другие белорусские предприятия (табл. 1). На рынке России отечественные производители соперничают в основном с местными российскими фирмами.

Как правило, предприятия Беларуси не конкурируют друг с другом на внешних рынках, за исключением российского.

На рынках стран СНГ (без России), рынках развитых и развивающихся стран основными конкурентами всех белорусских предприятий являются компании из прочих стран.

Таблица 1

Основные конкуренты промышленных предприятий Беларуси на различных рынках сбыта, % к числу ответивших

	Рынок Беларуси	Рынок России	Рынки других стран СНГ	Рынок развитых стран	Развивающиеся рынки
Местные конкуренты данного региона	23	56	32	25	30
Другие белорусские предприятия	61	16	8	8	4
Компании из прочих стран	17	36	60	68	58
Предприятие не имеет конкурентов на рынке	8	3	6	8	14

Источник: [11].

Согласно ответам руководителей, объемы сбыта продукции промышленных предприятий Республики Беларусь на внутренний рынок в 2007 г. по сравнению с 2006 г. увеличились. Доля ответов о росте сбыта (39 %) превысила долю ответов о его сокращении (16 %), а балансовая оценка данного показателя, представляющая собой разницу между процентом положительных («возрос») и процентом отрицательных («снился») ответов, составила +23 балансовых пункта (б.п.) (рис. 1).

В 2007 г. было восстановлено положение белорусских предприятий на рынке России, которое ухудшилось в 2005 г. в связи с изменением принципа взимания НДС. Более трети отечественных производителей отметили увеличение объемов сбыта производимой продукции на данный рынок в 2007 г. по сравнению с предыдущим (балансовая оценка равна +13).

На рынке развитых стран представлена продукция 70 % опрошенных предприятий. Существенных изменений объемов сбыта на указанный рынок

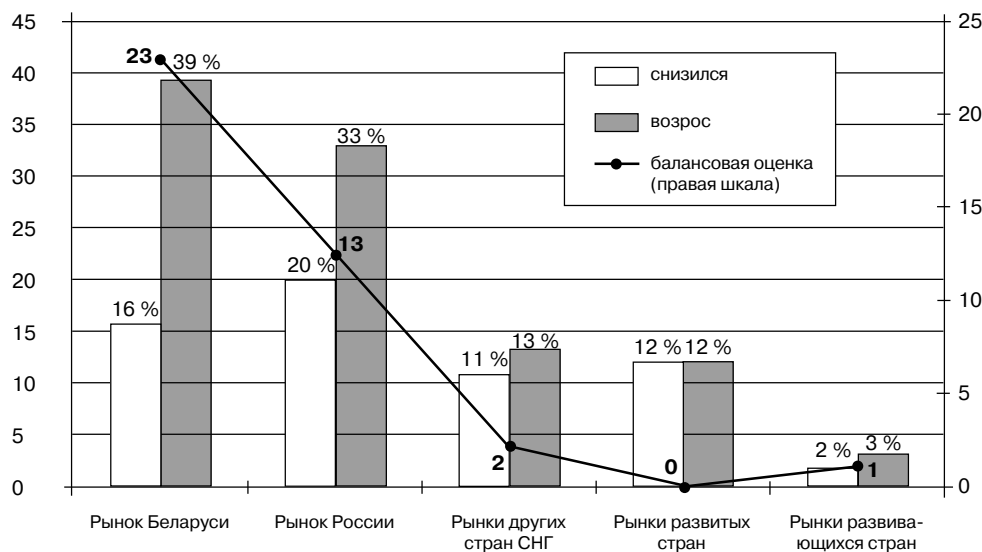


Рис. 1. Изменение объемов сбыта по рынкам в 2007 г. по сравнению с 2006 г., % к числу респондентов

Источник: [11].

в 2007 г. не произошло: доли ответов о росте и снижении объемов реализации оказались равными, о чем свидетельствует нулевая балансовая оценка.

На рынки стран СНГ вне России в 2007 г. увеличили поставки своей продукции 13 % предприятий — участников опроса, снизили 11 %.

Как уже отмечалось, рынок развивающихся стран является незначительным для белорусской промышленности, а объемы реализации в данном направлении увеличиваются низкими темпами.

Положение предприятий на рынке определяется наличием и эффективным использованием конкурентных преимуществ. Опросы руководителей предприятий, проведенные в 2007 г. в Беларуси и России по единой методике, позволили провести сравнительный анализ конкурентоспособно-

сти и выявить общие и специфические конкурентные преимущества предприятий этих стран на различных рынках [9, № 180—188; 11].

И в Беларуси, и в России руководители промышленных предприятий в качестве основных конкурентных преимуществ отметили: длительные связи с потребителями продукции, лучшее качество продукции, более низкие цены, транспортную близость к потребителям. При этом значимость каждого из перечисленных преимуществ для предприятий разных стран и рынков существенно различается.

По мнению опрошенных руководителей, на внутреннем рынке поддерживают и укрепляют свои конкурентные позиции благодаря длительным связям с потребителями продукции 57 % предприятий Беларуси и 67 % России (табл. 2).

Таблица 2

Конкурентные преимущества продукции промышленности Республики Беларусь и России на разных рынках сбыта в 2007 г., %

Конкурентные преимущества	Беларусь		Россия	
	Внутренний рынок	Внешний рынок	Внутренний рынок	Внешний рынок
Более низкие цены	34	57	27	43
Лучшее качество продукции	50	50	54	32
Быстрота отгрузки товара	28	24	22	11
Удобство расчетов за продукцию	23	11	17	7
Послепродажный сервис	11	17	16	11
Транспортная близость к потребителям	41	11	18	7
Выполнение почти любых запросов заказчиков	28	24	36	22
Отсутствие аналогов продукции	14	8	23	9
Известность нашей марки (бренда)	25	27	43	34
Длительные связи с потребителями продукции	57	46	67	42
Обладание патентами, лицензиями, квотами	10	6	16	11

Источник: [9, № 181; 11].

Второе по важности конкурентное преимущество на внутреннем рынке как в Беларуси, так и в России — лучшее качество продукции. На него ориентируются 50 % белорусских и 54 % российских предприятий.

Весомым аргументом в конкурентной борьбе белорусских предприятий является также транспортная близость к потребителям продукции (отметили 41 % руководителей). Это объясняется небольшими размерами территории республики. На российском рынке третье место в ранге конкурентных преимуществ занимает известность торговой марки (43 %).

Экспортный рынок Беларуси и России еще более неоднороден по значимости конкурентных преимуществ, чем внутренний.

Первостепенным по значимости преимуществом для белорусских и российских предприятий на внешнем рынке являются более низкие цены (57 и 43 % соответственно).

Вторым по важности для предприятий Беларуси на внешнем рынке выступает лучшее качество продукции (50 %). Российские предприятия

не в состоянии конкурировать на экспортных рынках за счет более высокого качества и на второе место ставят длительные связи с потребителями продукции (42 %).

Длительные связи — довольно значимый аргумент и для Беларуси: примерно половина белорусских руководителей отметили его в качестве конкурентного преимущества. Для российских предприятий третьим по значимости конкурентным преимуществом является известность их торговой марки (причем как на внешнем, так и на внутреннем рынке).

Важно отметить, что потенциал конкурентных преимуществ далеко не исчерпан ни белорусскими, ни российскими предприятиями. Так, оценки значимости таких конкурентных преимуществ, как обладание патентами, лицензиями, квотами, послепродажного сервиса, удобства расчетов и выполнения любых запросов заказчиков, данные руководителями предприятий двух стран, невысоки. Именно эти направления являются самыми перспективными с точки зрения расширения конкурентных преимуществ.

При реализации своей продукции на внутренних рынках предприятия Беларуси и России сталкиваются с импортом, качественные и ценовые характеристики которого различны.

По оценкам руководителей, 23 % белорусских и 33 % российских предприятий не имеют на своих рынках сбыта конкурирующего импорта. Остальные же вынуждены противостоять ему как по цене, так и по качеству. Примерно половина респондентов в каждой из стран (49 % в Беларуси и 53 % в России) отметили, что качество конкурирующего импорта примерно равно качеству выпускаемой ими продукции. Лучшее качество отечественной продукции по сравнению с импортными аналогами отметили 22 % белорусских и только 9 % российских производителей. Импортная продукция лучше отечественной по мнению 38 % российских и 29 % белорусских руководителей предприятий [9, № 180; 11].

Для Республики Беларусь высокое качество импортной продукции согласуется с ее более низкой стоимостью: это отметили 41 % руководителей. В России сложился примерный паритет: 37 % ответов о более высоких и 35 % — о более низких ценах импортных товаров. 28 % российских предприятий считают свои цены примерно равными ценам конкурирующего импорта [9, № 180; 11].

Производство продукции высокого качества и по конкурентным с импортом ценам невозможно без современного оборудования. В Республике Беларусь уровень загрузки производственных мощностей в среднем по промышленности в 2007 г. составил 65 % [8, с. 29], в России — 72 % [9, № 188]. Это свидетельствует о том, что в обеих странах около трети имеющихся на промышленных предприятиях производственных мощностей простаивают.

В этой связи актуальным является вопрос о возможности производства на них конкурентоспособной продукции. По данным опросов, 61 % белорусских и 60 % российских руководителей считают, что это возможно при условии значительных инвестиций в производственные фонды их организаций. При минимальных вложениях производство

конкурентоспособной продукции на избыточных мощностях вероятно на 20 % белорусских и 27 % российских предприятий [8, с. 29; 9, № 188].

Оценить степень готовности мощностей к выпуску конкурентоспособной продукции можно, используя сводный индекс готовности простаивающих мощностей к выпуску конкурентоспособной продукции, который представляет собой усредненные значения ответов руководителей предприятий отрасли на данный вопрос. Чем выше его значение, тем в большей степени предприятия отрасли готовы к выпуску такой продукции. В Республике Беларусь способность к производству конкурентоспособной продукции выше в металлургии и пищевой промышленности (рис. 2). Для этих отраслей средние оценки ближе к возможности выпуска конкурентоспособной продукции с минимальными вложениями. Для химической и нефтехимической, легкой промышленности и машиностроения инвестиций для запуска простаивающих мощностей требуется уже гораздо больше. Еще больше вложений нужно деревообрабатывающей, лесной, целлюлозно-бумажной и промышленности строительных материалов. Здесь ответы распределились между отсутствием возможности конкурентоспособного производства и потребностью в значительных инвестициях.

В России же относительно проще и быстрее наладить производство удастся предприятиям химической, нефтехимической и легкой отраслей. На втором месте оказались машиностроение и лесопромышленный комплекс: им инвестиций для запуска простаивающих мощностей потребуется уже больше. Еще больше вложений нужно пищевой отрасли и промышленности строительных материалов. И самые большие проблемы существуют в металлургии: значения сводного индекса готовности простаивающих мощностей там оказались ниже уровня значительных инвестиций. А это означает необходимость полного избавления от безнадежно устаревшего оборудования.

Результаты опросов показывают, что предприятия Беларуси имеют определенные преимущества перед российскими в металлургии и пище-

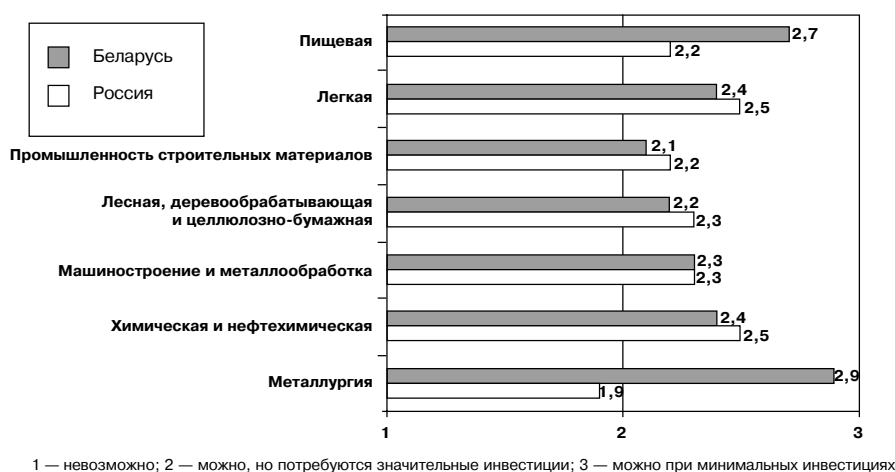


Рис. 2. Индекс готовности простаивающих мощностей к выпуску конкурентоспособной продукции

Источник: [9, № 182; 11].

вой промышленности. Возможность выпуска конкурентоспособной продукции на простаивающих в этих секторах мощностях белорусские руководители оценили значительно выше. В других отраслях ситуация примерно одинаковая, однако с небольшим перевесом в пользу России. В среднем по промышленности значение индекса готовности простаивающих мощностей к выпуску конкурентоспособной продукции в Беларуси составляет 2,4, а в России — 2,2.

Для того чтобы успешно конкурировать на рынках сбыта, продукция предприятий должна быть качественнее и дешевле аналогов. Достижение этого возможно при эффективном использовании имеющихся в распоряжении предприятий рычагов — факторов формирования конкурентоспособности.

Конкурентоспособность промышленности Беларуси и России формируется под влиянием примерно одинакового набора факторов, но их воздействие различно.

Сегодня во всем мире приоритет отдается инновационному развитию экономики. Анализ результатов опросов показал, что предприятия Беларуси и России при проведении своей конкурентной политики практически не уделяют внимания обеспеченности ноу-хау, патентами и лицензиями. Этот фактор занял первое место в рейтинге безразличия в Беларуси (78 %) и России (71 %) (табл. 3). Под уровнем безразличия подразумевается сумма следующих ответов руководителей при оценке влияния факторов на конкурентоспособность: «фактор отсутствовал или не учитывался», «никак не влиял» и «сложно оценить».

Таблица 3

Оценка воздействия на конкурентоспособность факторов формирования конкурентоспособности промышленных предприятий в Беларуси и России

Фактор	Уровень безразличия		Баланс ответов	
	Беларусь	Россия	Беларусь	Россия
Изменение отпускных цен предприятий	42	39	-14	3
Изменение отпускных цен конкурентов	47	48	-1	-5
Изменение требований потребителей к качеству и ассортименту продукции	47	41	10	28
Уровень оборудования и технологий на предприятии	43	41	4	22
Уровень и изменение качества продукции предприятия	24	24	55	63
Изменение оплаты труда на предприятии	75	70	-6	-1
Изменение цен на закупаемое сырье и материалы	22	26	-55	-48
Изменение цен и тарифов на энергоносители	26	27	-55	-50
Изменение транспортных тарифов	60	36	-30	-38
Обеспеченность предприятия ноу-хау, патентами, лицензиями	78	71	18	28
Организация сбыта, расчетов, послепродажного обслуживания	57	57	37	38
Теснота связей предприятия с потребителями	31	29	64	68

Источник: [9, № 181; 11].

Ни в одной из исследуемых стран руководителями предприятий не принимался во внимание при оценке конкурентоспособности уровень оплаты труда (2-е место). 75 % белорусских и 70 % российских производителей его не учитывают или считают, что размер заработной платы не влиял, или вообще затруднились в оценке.

На третьем месте по уровню безразличия для Беларуси находится фактор «изменение транспортных тарифов». 60 % отечественных руководителей не учитывают его воздействие на конкурентоспособность, вероятно, в силу преимущественной ориентации белорусских предприятий на внутренний рынок и небольшой территории республики.

В России руководителями зачастую игнорируется организация сбыта, расчетов, послепродажного обслуживания. Данный фактор не учитывают 57 % российских предприятий (3-е место).

Набор факторов, которым предприятия уделяют при оценке конкурентоспособности большое внимание, согласно результатам проведенных в Беларуси и России опросов, также одинаков: цены на закупаемые сырье и материалы, тарифы на энер-

гоносители и уровень качества продукции. Однако, степень воздействия этих факторов по странам различается.

На конкурентоспособность промышленности Беларуси рост тарифов на энергоносители и увеличение стоимости сырья и материалов оказали самое существенное влияние. Так, более 65 % отечественных предприятий признали отрицательное воздействие изменения цен на закупаемые сырье и материалы на конкурентоспособность и только 12 % смогли обернуть указанное обстоятельство в свою пользу (баланс составил -55 пунктов).

Столь же значимым было негативное воздействие на конкурентоспособность изменения цен и тарифов на энергоносители: 65 против 10 %.

Конкурентоспособность промышленных предприятий в России в равной мере пострадала от изменения цен на сырье и материалы (баланс -48 б.п.) и на энергоносители (-50 б.п.).

Третьим фактором, существенно снижавшим конкурентоспособность российской и белорусской промышленности, было изменение транспортных тарифов (-38 и -30 б.п. соответственно).

Самым распространенным средством повышения конкурентоспособности обеих стран было поддержание тесных связей с потребителями продукции: 67 % белорусских и 70 % российских руководителей обратили этот фактор себе во благо.

Второй по силе положительного влияния фактор — «уровень и изменение качества продукции». Его позитивное воздействие в России несколько выше (+63 б.п.), чем в Беларуси (+55 б.п.).

Третье место (с большим отрывом от первых двух) среди факторов повышения конкурентоспособности как в России, так и в Беларуси занимает организация сбыта, расчетов, послепродажного обслуживания (+38 и +37 б.п. соответственно).

Положительное влияние на конкурентоспособность предприятий Беларуси таких факторов, как уровень и изменение качества продукции; организация сбыта, расчетов, послепродажного обслуживания и теснота связей с потребителями продукции, обеспечило высокие оценки конкурентоспособности белорусских производителей на внутреннем рынке.

Свидетельством этого является также индекс конкурентоспособности продукции (ИКП) — показатель, рассчитываемый на основе оценок, полученных от руководителей предприятий. Он представляет собой умноженное на 100 частное от деления числа ответов о высоком и среднем уровне конкурентоспособности продукции на число ответов предприятий о среднем и низком уровне конкурентоспособности, включая предприятия, не

имеющие конкурентоспособной продукции. ИКП равен 100, если число ответов предприятий о высокой конкурентоспособности равно числу ответов о низкой конкурентоспособности (включая предприятия, продукция которых неконкурентоспособна). Более высокое значение данного показателя соответствует более высокому уровню конкурентоспособности [12].

Индекс конкурентоспособности продукции белорусских предприятий колеблется от 54 на рынках развитых стран (т. е. белорусские предприятия чувствуют себя весьма неуверенно) до 163 на внутреннем рынке. Для рынков стран СНГ вне России ИКП составил 104, для России — 99, а для рынков развивающихся стран — 81. Важно отметить, что значение индекса конкурентоспособности продукции полностью согласуется с динамикой сбыта на указанные рынки в последние два года.

Таким образом, использованный для исследования конкурентоспособности промышленных предприятий опросный метод позволил оценить уровень конкурентоспособности, выявить конкурентные преимущества, оценить значимость факторов конкурентоспособности и рассчитать значение индекса конкурентоспособности по рынкам сбыта. Проведенный анализ показал, что рост цен на энергоресурсы привел к усилению значимости неценовых конкурентных преимуществ. Это побудило руководителей предприятий именно на них сделать акцент в своей конкурентной стратегии в 2007 г.

ЛИТЕРАТУРА

1. Азоев, Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. М.: Центр экономики и маркетинга, 1996.
2. Александрович, Я. М. Оценка конкурентных преимуществ и направления повышения конкурентоспособности национальной экономики Республики Беларусь / Я. М. Александрович, А. В. Богданович // Бел. экономика: анализ, прогноз, регулирование. 2003. № 4. С. 34–41.
3. Конкуренция, конкурентоспособность и экономическая политика (оценки руководителей промышленных предприятий) [Электронный ресурс] // Московский общественный научный фонд. Режим доступа: <<http://www.mpsf.org/files/books/nd1429.pdf>>. Дата доступа: 11.07.2007.
4. Пилипенко, И. В. Конкурентоспособность стран и регионов в мировом хозяйстве: теория, опыт малых стран Западной и Северной Европы. Смоленск: Ойкумена, 2005.
5. Пинигин, В. В. Важнейшие направления повышения конкурентоспособности белорусской экономики // Бел. экономика: анализ, прогноз, регулирование. 2003. № 7. С. 36–40.
6. Полоник, С. С. Основные положения программы структурной перестройки и повышения конкурентоспособности белорусской экономики // Там же. 2003. № 6. С. 21–27.
7. Портер, М. Э. Конкуренция : пер. с англ. М.: Издат. дом «Вильямс», 2003.
8. Проанализировать и дать краткосрочный прогноз конъюнктуры в промышленности и строительстве на основе обследований деловой активности предприятий Республики Беларусь: отчет о НИР (3-й этап) / ГНУ НИЭИ Минэкономки Респ. Беларусь. Минск, 2008. № ГР 20071354.
9. Российский бюллетень конъюнктурных опросов. Промышленность: бюл. Ин-та экономики переходного периода. М., 2007.
10. Социально-экономическое положение Республики Беларусь: докл. М-ва статистики и анализа Респ. Беларусь. Минск: М-во статистики и анализа Респ. Беларусь, 2008.
11. Текущий архив сектора 19.2 ГНУ «Научно-исследовательский экономический институт Министерства экономики Республики Беларусь». 2007.
12. Aubert, P. La competitivite exprimee dans les enquetes trimestrielles sur la situation et les perspectives dans l'industrie / P. Aubert, M. Leclair [Electronique ressource] // Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques. Mode of access: <http://www.insee.fr/fr/ffc/docs_ffc/ES395-396f.pdf>. Date of access: 23.08.2007.

«Конкурентоспособность предприятий Беларуси и России в 2007 г.: сравнительный анализ» (Татьяна Ковалёва, Лариса Хмурович)

В статье представлены результаты исследования конкурентоспособности промышленных предприятий Беларуси и России, проведенного на основе опросного метода. Анализ полученных данных позволил оценить значимость различных рынков для предприятий, основных конкурентов и конкурирующей импортом, выявить конкурентные преимущества и изучить влияние различных факторов на конкурентоспособность предприятий, а также провести межстрановые сравнения по основным аспектам конкурентоспособности. Авторами впервые рассчитаны показатели, характеризующие уровень и потенциал конкурентоспособности белорусских предприятий — индекс конкурентоспособности на различных рынках и индекс готовности простаивающих мощностей к выпуску конкурентоспособной продукции.

«Competitiveness of Belarusian and Russian Enterprises in 2007: Comparative Analysis» (Tatiana Kovaleva, Larisa Khmurovich)

The article presents the results of research of competitiveness of industrial enterprises of Belarus and Russia based on the survey method. The analysis of data allowed to evaluate the significance of various markets for enterprises as well as the main competitors and competing import from different markets, to reveal competitive advantages and to study the influence of various factors on enterprises' competitiveness as well as to conduct a comparative analysis between countries on the main aspects of competitiveness. The authors were the first to calculate indices of Belarusian enterprises competitiveness level and potential – the index of competitiveness on various markets and the ratio of readiness of idle capacities to produce competitive goods.