

**Оценка рыночной активности предприятия  
на рынке производственно-технической продукции**

Торская И.В., Тацевич М.В.

Белорусский национальный технический университет

Предприятия, производящие продукцию производственно-технического назначения и выходящие с ней на рынок, должны учитывать специфику данного рынка, на котором и покупатель и продавец ставят перед собой одинаковые экономические цели, направленные на максимизацию создаваемой ими добавленной стоимости. Достижению этой цели должно способствовать завоевание соответствующей рыночной позиции, для чего предприятие должно обладать определенным рыночным потенциалом, в составе которого можно выделить, в том числе, производственно-технологический, трудовой, инновационный, маркетинговый. Однако рыночный потенциал предприятия является лишь статической «массой». Реальная сила предприятия на рынке проявится лишь при определенном уровне стратегической активности руководства, специалистов и всего персонала предприятия, которая придаст имеющейся массе ускорение.

Под рыночной активностью предлагается понимать выбор стратегии на осуществлении предприятием такой деятельности, которая приводит к формированию устойчивой стратегической рыночной позиции как на внутреннем, так и на внешнем рынках путем применения доступных форм реализации конкурентных преимуществ и выпуска изделий, не уступающих по своим характеристикам конкурентным аналогам.

Завоеванная устойчивая рыночная позиция позволит предприятию наращивать добавленную стоимость и на этой основе повышать качество своего трудового, научно-технологического и финансового потенциала. Этот результат и станет оценкой проявленной рыночной активности. При этом рост такого элемента добавленной стоимости, как заработная плата, может стать результатом появления на предприятии новых рабочих мест, роста квалификации работников, повышения уровня их мотивированности. В основе роста величины амортизации основных средств и нематериальных активов могут лежать расширение производственных мощностей, техническое перевооружение, модернизация производства, усиление бренда предприятия. Растущая же в составе добавленной стоимости прибыль через формируемые на ее основе фонды будет создавать долгосрочную основу для дальнейшего развития предприятия и роста лояльности его сотрудников.