

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Жевнова А. О., студент 4-го курса
Научный руководитель – Драгун Н. П., заведующий кафедры
«Экономика», канд. экон. наук, доцент

Гомельский государственный технический университет
им. П.О.Сухого, г. Гомель, Беларусь

Безусловно, одной из важнейших задач как развития предприятий, так и страны в целом, является достижение конкурентоспособности продукции предприятий на мировом рынке.

Конкурентоспособность продукции предприятия представляет собой комплекс характеристик товара, как потребительских, так и стоимостных, которые определяют его предпочтительность для потребителей по сравнению с отечественными и зарубежными аналогами. Конкурентоспособность продукции важна, но не гарантирует высокий уровень конкурентоспособности предприятия. Это обусловлено рядом различий между этими понятиями:

- конкурентоспособность продукции определяется в краткосрочном периоде, в отличие от конкурентоспособности предприятия.
- уровень конкурентоспособности продукции определяется для каждого её вида, а оценка для предприятия предполагает рассмотрение всей номенклатуры продукции.
- конкурентоспособность всего предприятия важна лишь для его владельца, который и регулирует производственную деятельность, в зависимости от текущей ситуации. Потребитель же оценивает конкурентоспособность продукции, ему не важно, как изменились затраты и эффективность производства [1].

Список литературы

1. Леонович, Е. А. Пути повышения конкурентоспособности машиностроительной отрасли Республики Беларусь в современных условиях / Министерство образования Республики Беларусь, ГГТУ им. П. О. Сухого ; под общ. ред. А. А. Бойко. – Гомель: ГГТУ им. П. О. Сухого, 2016. – С. 344 - 345.