

УДК 338.45

## **К вопросу оценки конкурентоспособности промышленной продукции**

Жевлакова А.Ю.

Белорусский национальный технический университет

Основной целью предпринимательской деятельности любого предприятия является достижение максимальной ее эффективности. Для этого при разработке маркетинговой стратегии предприятия должны учитывать как внешние, так и внутренние факторы. Внешние факторы включают в себя все изменения в экономической сфере в государстве, а внутренние представляют собой изменения в потребностях покупателей или на рынке конкретного товара [1].

В целом, именно оценка конкурентоспособности продукции является начальной точкой любой предпринимательской деятельности. На сегодняшний день существует огромное количество методов, которые могут быть применены для такой оценки, однако единый подход к данному вопросу в экономической науке отсутствует.

Рассматривая понятие конкурентоспособности следует разделять конкурентоспособность объекта и субъекта. При определении конкурентоспособности объекта сравниваются его характеристики по отношению к конкретному рынку либо к конкретной группе потребителей, формируемой по соответствующим признакам стратегической сегментации рынка. Уровень конкурентоспособности любого объекта является относительным показателем и поэтому может быть определен только в результате сравнения. При этом в качестве субъектов, отвечающих за оценку такой конкурентоспособности, могут выступать потребители, производители, государство и инвесторы.

Конкурентоспособность субъекта подразумевает способность предприятия участвовать в конкурентной борьбе, а также искать пути привлечения покупателей и завоевания новых рынков сбыта продукции.

Сам процесс оценки конкурентоспособности продукции основывается на следующих принципах:

- противоположности целей и средств субъектов рынка;
- учета особенностей различных сегментов рынка;
- квазистабильности рыночной конъюнктуры в период проведения исследований;
- преимущественно рационального поведения субъектов рынка.

Принцип противоположности целей и средств субъектов рынка подразумевает то, что при изучении конкурентоспособности того или иного товара необходимо учитывать интересы как производителей, так и потребителей. Данные интересы имеют различную направленность. Например, для производителей важны характеристики товара, которые влияют на уровень затрат на его производство и продажу, а для покупателей – потребительские качества. Под потребительскими качествами следует понимать способность продукции удовлетворять определенные потребности покупателей в рассматриваемой сфере.

Принцип учета особенностей различных сегментов рынка основывается на необходимости учета потребностей каждой группы покупателей.

Суть принципа квазистабильности рыночной конъюнктуры заключается в том, что конкурентоспособность продукции – это понятие относительное, привязанное не только к конкретному рыночному сегменту, но и к определенному моменту времени. Даже при неизменности характеристик продукции диапазон изменения ее конкурентоспособности может быть достаточно широким.

Принцип преимущественно рационального поведения субъектов рынка определяет суждением о том, что поведение каждого из субъектов рыночных отношений можно рассматривать как серию взаимосвязанных рациональных действий с заранее определенной целью. Суть этих действий состоит в том, что субъект выбирает рациональные цели только в соответствии с его естественными и разумными социальными потребностями, тщательно рассчитывает оптимальный путь к их удовлетворению [2, с. 69-71].

В настоящее время роль потребителя при формировании требований к качественным характеристикам товара является неотъемлемой. Для любой продукции должны быть определены конкретные показатели качества, позволяющие отнести изделие к наивысшему уровню. Всегда существует максимально достижимый уровень качества, который возможен при внедрении и использовании в производстве всех передовых технологий, новейших разработок в области организации производства.

Также основными элементами системы качества промышленной продукции являются: нормативная документация, персонал, технология и оборудование, сырье, контроль, сертификация. Эти элементы не обособлены, между ними возникают определенные связи и отношения. Поэтому с целью обеспечения конкурентоспособности в процессе производства промышленной продукции, необходимо осуществить: формирование и реализацию целей в области конкурентоспособности; разработку всех видов документации; обеспечение производственной

среды; поддержание компетенции персонала; изучение требований потребителей и др.

Однако конкурентоспособность продукции зависит не только от правильной организации производства, но и от государственной конкурентной стратегии, направленной на достижение конкурентоспособности в условиях жесткой глобальной среды.

Таким образом, конкуренция является одним из важнейших экономических понятий. Определение конкурентоспособности продукции тесно связано с понятием конкуренции. При этом посредством оценки конкурентоспособности продукции определяется и уровень конкурентоспособности предприятия. Процесс исследования конкурентоспособности продукции должен быть последовательным и опираться на базовые принципы. В свою очередь, в сфере промышленности особая роль при определении конкурентоспособности отводится элементами системы качества, а также государственной конкурентной стратегии.

### **Литература**

1. Акулич, И. Л. Оценка и систематизация факторов и условий продвижения продукции белорусских промышленных предприятий на внешних рынках / И. Л. Акулич, А. С. Сверлов, С. Е. Велесько // Менеджмент и маркетинг: опыт и проблемы : сб. науч. тр. / Белорус. гос. экон. ун-т [и др.] ; под общ. ред. И. Л. Акулича. – Минск, 2019. – С. 6–10.
2. Мокроносов, А. Г. Конкуренция и конкурентоспособность : учебное пособие / А. Г. Мокроносов, И. Н. Маврина. – Екатеринбург : Изд-во Урал ун-та, 2014. – 194 с.

УДК 351/354:004:339.543

### **Цифровая трансформация в области таможенной деятельности**

Капустина Н.Н.

Белорусский национальный технический университет

Цифровая трансформация в современных условиях является основным приоритетом развития каждой отрасли экономики Республики Беларусь и предполагает внедрение цифровых технологий, таких как интернет вещей, робототехника, технологии облачных вычислений, искусственный