

## **ОЦЕНКА УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОВРОВЫХ ИЗДЕЛИЙ**

Ассортимент выпускаемых в Республике Беларусь ковров и ковровых изделий очень широкий и рассчитан на разные слои потребителей. При этом товарный рынок ковровых изделий в Республике Беларусь является рынком низкого уровня концентрации, так как фактически в стране только один производитель — ОАО «Витебские ковры» включен в государственный реестр хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение на товарных рынках Республики Беларусь на республиканском уровне по товарной позиции «ковры и ковровые изделия» [1].

Вместе с тем недостаточно произвести, необходимо еще и продать, т.е. необходимо, чтобы производимая продукция была конкурентоспособной.

Конкурентоспособность продукции — это совокупность качественных и стоимостных характеристик продукции, которая обеспечивает удовлетворение конкретной потребности покупателя и выгодно отличает ее от аналогичных товаров-конкурентов.

К числу свойств конкурентоспособности относится необходимость ее количественной оценки. Целями оценки могут быть положение на рынке, темпы развития, способность возврата заемных средств и т.п. [2].

На сегодняшний день существует немало методик для исследования конкурентоспособности продукции компании. Чаще всего их делят на внешние (конъюнктура рынка, форма регулирования экономических процессов государством, соотношение спроса и предложения, изменения в структуре потребления, имидж компании, престижность бренда) и внутренние (требования потребителей к качеству, стоимости товара, наличию сервисного обслуживания и гарантий, цена товара и его себестоимость) [3].

Следовательно, и ценовые, и неценовые факторы влияют на уровень конкуренции, и если неценовые факторы — это чаще всего субъективное восприятие, то ценовые факторы — это объективная оценка конкурентоспособности продукции. Одним из факторов снижения цены является снижение себестоимости выпускаемой продукции при неизменном качестве. Вместе с тем на себестоимость продукции оказывают влияние и закредитованность организации, и качество сырья, и технологии производства [4]. Таким образом, при прочих равных условиях покупатель отдает предпочтение более дешевому, но качественному товару, способному удовлетворить его потребности.

## Источники

1. Государственный реестр хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение на товарных рынках Республики Беларусь (республиканский/местный уровень) по состоянию на 16 марта 2021 г. [Электронный ресурс] // Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь. — Режим доступа: [https://mart.gov.by/sites/mart/home/activities/antimonopoly\\_reg/gosreestr/dominators.html](https://mart.gov.by/sites/mart/home/activities/antimonopoly_reg/gosreestr/dominators.html). — Дата доступа: 15.10.2020.
2. Мокроносов, А. Г. Конкуренция и конкурентоспособность : учеб. пособие / А. Г. Мокроносов, И. Н. Маврина. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2014. — 195 с.
3. Царев, В. В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций): теория и методология : учеб. пособие / В. В. Царев, А. А. Кантарович, В. В. Черныш. — М. : ЮНИТИ, 2015. — 799 с.
4. Конкурентоспособность национальных экономик и регионов в контексте глобальных вызовов мировой экономики : монография : в 3 т. / под ред. А. Б. Яценко. — Ростов н/Д. ; Таганрог : Юж. федер. ун-т, 2017. — Т. 1. — 309 с.

**О. С. Близнюк**  
БГУ (Минск)

*Научный руководитель — А. Н. Сенько, д-р экон. наук, профессор*

## ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКСПОРТА МИРОВОГО МАШИНОСТРОЕНИЯ

Машиностроительный комплекс является стратегически важным сектором экономики и объединяет ключевые отрасли промышленности.

В. Качан и Р. Кирхнер утверждали, что «конкурентный потенциал машиностроения может оцениваться по таким показателям, как 1) общая стоимость экспорта машиностроения; 2) доля страны в мировом экспорте машиностроения; 3) совокупный рост экспорта машиностроения; 4) индекс выявленного сравнительного преимущества (Revealed Comparative Advantage (RCA)), который рассчитывается как отношение удельного веса экспорта продукции по определенному виду в общем объеме экспорта страны к удельному весу того же вида продукции в мировом объеме экспорта» [1, р. 3–8]. Эти показатели позволяют оценивать перспективы машиностроительного комплекса как на уровне страны, так и в целом. Чем выше доля экспорта машиностроения, тем выше потенциал машиностроения мирового рынка.

В современных экономических условиях под влиянием факторов внешней среды мировое машиностроение вынуждено адаптироваться под нужды и реалии меняющегося мира. Машиностроительный комплекс, несмотря на ухудшения мировой эпидемиологической об-