

Следует отметить, что слабый инновационный потенциал, неразвитость инновационной инфраструктуры ограничивают самостоятельность и инициативу предприятий в продвижении инноваций. Потенциал развития инновационной деятельности регионов влияет на результативность развития научно-технического потенциала.

Для дальнейшего развития инновационного потенциала регионов нужен дифференцированный подход к формированию инновационной системы, ориентированной, с одной стороны, на перспективные инновационные разработки на базе специализированных НИИ, научно-производственных организаций, и с другой на интенсивное развитие трансфера технологий и разработок в сфере промышленности и услуг, включая зарубежные научно-технические достижения.

Список использованных источников

1. Медведева, Г. Б. Принципы процессного формирования структуры региональной инновационной системы / Г. Б. Медведева, Л. А. Захарченко // Инновации: от теории к практике: коллективная монография / под науч. ред. А. М. Омелянюка [и др.]. – Брест : Издательство БрГТУ, 2019. – С. 32–38.
2. Проблемы инновационного развития Республики Беларусь. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lib.i-bteu.by/bitstream/handle>.
3. Информационно-аналитический журнал «Новости науки и технологий» / учредитель ГУ «БелИСА». — Минск : ГУ «БелИСА», 2008.
4. Статистический ежегодник Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by>.

Ширина Д. К., студентка 4 курса
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь
diana_kitano@mail.ru

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДУКЦИИ КАК СЛЕДСТВИЕ ЕЁ КАЧЕСТВА

В современных условиях рыночной экономики на первое место выходит борьба предприятий и организаций за своё место на рынке и спрос потребителей. Чтобы победить в конкурентной борьбе, производители товаров (работ, услуг) с каждым годом изыскивают новые способы привлечения потребителей. В случае успеха предприятие может одномоментно достичь своей основной цели – получение максимальной прибыли. Однако зачастую такие «взлёты» имеют временный характер и длятся лишь до тех пор, пока потребитель не найдёт наиболее привлекательный вариант для удовлетворения своего спроса. Это приводит к выводу, что наиболее оптимальным решением для предприятий будет поиск и занятие некоторой ниши на рынке в долгосрочной перспективе. Так как новизна продукции яв-

ляется лишь её временным преимуществом, поддерживать заинтересованность потребителей можно за счёт более уверенных и долгосрочных характеристик продукции, а именно – её качества.

Для наглядности исследования в статье будут приведены данные предприятия ОАО «Брестмаш».

Так как на данном этапе одной из задач предприятия стоит наращивание прибыли от реализации своей продукции, то логично будет провести зависимость между качественными характеристиками выпускаемой продукции и спросом на неё.

Соотношение цены и качества – главный критерий выбора потребителя между тем или иным продуктом. Зачастую именно качество решает в данном выборе решающую роль, т. к. для предприятия гораздо выгоднее вложить большие средства в более надёжное, качественное и с большим сроком полезного использования оборудование, чем совершать периодические расходы на менее качественное оборудование, чья стоимость уступает своим аналогам. Цена приобретаемой продукции должна компенсировать набор свойств, которыми она обладает. Также важны эксплуатационные характеристики продукции, т. к. они влекут затраты по эксплуатации и ремонту.

Чтобы предприятие могло разработать более эффективную маркетинговую стратегию, необходимо оценить и проанализировать качество и конкурентоспособность своей продукции.

Конкурентоспособность продукции – это её способность успешно выдерживать конкуренцию, сложившуюся на данном рынке, а именно – возможность успешно её реализовать в условиях насыщенности рынка.

Существуют разные методы оценки конкурентоспособности:

- метод косвенной оценки;
- метод оценки показателей технологичности;
- метод оценки показателей стандартизации и унификации;
- оценка патентно-правовых показателей.

Некоторые отдельные товарные позиции ассортиментного перечня продукции ОАО «Брестмаш» защищены сертификатами продукции собственного производства. Данный документ позволяет реализовать право производителя на получение налоговых льгот и иных преимуществ в случаях, установленных законодательством РБ.

В настоящее время предприятие имеет три сертификата продукции собственного производства. Продукция, защищённая данным сертификатом, является более конкурентоспособной, т. к. уникальна по своей сути – является продуктом чисто белорусского производства и может конкурировать на внешних рынках: РФ, СНГ, ЕС.

Качество продукции – главный критерий её конкурентоспособности. Одними из многих методов оценки качества продукции являются:

- экспертный метод оценки;
- социологический метод оценки.

Воспользуемся косвенным методом оценки конкурентоспособности продукции, выпускаемой ОАО «Брестмаш» (таблица 1).

Таблица 1 – Сравнительный анализ объёмов производства и реализации продукции ОАО «Брестмаш»

Показатель	Ед. измерения	2018 г.	2019 г.	2020 г.
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
Объём производства продукции (работ, услуг) в отпускных ценах за вычетом налогов и сборов, исчисляемых из выручки	тыс. руб.	5852	6103	6930
Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг	тыс. руб.	5812	6003	6871
Реализованная доля произведённой продукции (работ, услуг)	%	99,32	98,36	99,15

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных «Отчёта о прибылях и убытках», «Отчёта о затратах на производство»

Как можно заметить, доля реализованной продукции из всего объёма производства составляет в анализируемом периоде более 98 %. Это значит, что почти вся произведённая предприятием продукция успешно реализуется на рынке и менее 1 % продукции остаётся на складах в качестве остатка. Такой высокий показатель может говорить о том, что продукция предприятия обладает достаточно высоким спросом. Также это может свидетельствовать о том, что предприятие объективно оценивает размер своей доли на рынке оборудования для предприятий пищевой промышленности и производит продукцию в соответствии с ней.

Способность объективно оценивать свои производственные возможности и возможности сбыта продукции благоприятно сказывается на составлении бизнес-плана предприятия и прогнозных объёмах экспорта (таблица 2).

Таблица 2 – Объём экспорта продукции ОАО «Брестмаш»

Показатель	Ед. измерения	2019 г.	2020 г.	2021 г. (прогноз)
Экспорт товаров в тыс. долл. США	Тыс. долл. США	487,2	488,3	512,1
в т. ч. в страны СНГ	Тыс. долл. США	481,6	485,3	506,2
Страны ЕС	Тыс. долл. США	5,6	3,0	5,9

Примечание – Источник: основано на данных бизнес-плана

Как видно из таблицы 2, предприятие к 2021г. планирует увеличить свои объёмы экспорта в целом на 4,87 %. Если в случае стран СНГ у предприятия не возникнет особых проблем, то фактическое значение экспорта не превысит прогнозное в связи с текущими внешнеэкономическими и внешнеполитическими обстоятельствами.

Дополнительно выполним сравнительный анализ характеристик продукции ОАО «Брестмаш» и продукции одних из их конкурентов на российском рынке – ООО «Пищевые насосы». Для анализа была выбрана модель роторного насоса ВЗ-ОР2-А-2 брестского предприятия и модель импеллерного (роторного) са-

мовсасывающего насоса ОНР 2/15К55А-1Б5/4 от российского производителя (таблица 3).

Таблица 3 – Сравнительный анализ характеристики моделей роторных насосов

Сравнительная характеристика	Ед. измерения	ВЗ-ОР2-А-2	ОНР 2/15К55А-1,5/4
1	2	3	4
Предназначение	–		
Наличие сертификации	–	Сертификат продукции собственного производства	Декларация о соответствии Евразийского экономического союза
Максимальная температура эксплуатации ротора	°С	+70	+80
Производительность	м3/час	2	2
Мощность двигателя	кВт	0,75	1,50
Габаритные размеры	Мм	610*210*255	370*190*200
Стоимость (по курсу НБ РБ на 10.09.2021г.)	бел. руб.	1920	2153,21

Примечание – Источник: собственная разработка

В ходе анализа характеристик данных моделей роторных насосов был выявлен ряд недостатков белорусского аналога. В отличие от белорусской модели модель, производимая ООО «Пищевые насосы», имеет более высокие качественные характеристики: мощность двигателя, температура эксплуатации, более компактные габариты. Основным преимуществом отечественной продукции является стоимость продукции, однако как уже описывалось ранее, качественные характеристики оборудования для предприятий более приоритетный критерий.

В связи с этим можно сделать вывод, что производство наиболее качественной, а значит конкурентоспособной, продукции приведёт предприятие к стабильному источнику доходов и высокой прибыли. Предприятию следует открыть для себя новые рынки сбыта, тем самым расширив свою дилерскую сеть. В качестве альтернативы станам ЕС предлагается наладить контакт с производственными предприятиями Китая и заключить новые контракты с ними на условиях ценовых льгот и скидок для более вероятного открытия данного рынка для белорусской продукции. Также предприятию рекомендуется разрабатывать больше опытно-конструкторских решений для своей продукции, тем самым повышать её производительность, мощность и повышать другие её характеристики.