

Конкурентоспособность продукции.

Севостьянова Л.Р., студент

Володина Т.А., студент

Кузнецова Т.В., старший преподаватель

кафедры «Экономика и финансы»

ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет»

e-mail:t.v.kuznetsova.penza@yandex.ru

Россия, Пенза

Показатель конкурентоспособности продукции очень важен, так как, выходя на рынок, предприятие сталкивается с огромным давлением конкурентов, производящих похожую продукцию и занимающих одну рыночную нишу. Конкурентоспособность продукции делает и саму фирму конкурентоспособной, позволяя ей расширяться, занимая новые площади и производя больше продукции, и выходить на новые рынки сбыта продукции.

Конкурентоспособность продукции – это совокупность потребительских и стоимостных характеристик производимой продукции, позволяющей ей выдерживать конкуренцию на конкретном рынке и в определенном промежутке времени. Величина конкурентоспособности динамична и зависит от конкретной ситуации на том или ином рынке. А конкурентоспособность отдельного товара – это его способность удовлетворить потребность человека в чём-либо по отношению к аналогичным товарам, представленным на рынке, поэтому понятие «конкурентоспособность предприятия» часто сводят к понятию «способность предприятия производить конкурентоспособный товар». Так, под конкурентоспособностью фирмы подразумевается способность использовать свои сильные стороны и концентрировать свои усилия в той области производства товаров или услуг, где она может занять лидирующие позиции на внутренних и внешних рынках[1].

На конкурентоспособность продукции влияют внешние и внутренние факторы. Под внутренними факторами мы понимаем внутреннюю среду предприятия: элементы, составляющие экономический потенциал предприятия, который определяется совокупностью ресурсов предприятия и эффективностью их использования. Внешние факторы - это все, что находится за пределами предприятия. Факторами, влияющими на конкурентоспособность, могут быть, начиная от налоговых и процентных ставок, степени правового регулирования экономики и государственной поддержки малого и среднего бизнеса, заканчивая случайными событиями, подвергающие риску конкурентоспособность предприятия или, наоборот, создающие благоприятные условия для её увеличения. Мониторинг конкурентной среды позволяет определить направления повышения конкурентоспособности. Практически очень важно оценить конкурентов: насколько они агрессивны, в чем преимущества товаропроводящих сетей конкурентов, как они стимулируют реализацию продукции. Высокий уровень конкурентоспособности продукции свидетельствует о целесообразности ее

производства и возможности выгодной продажи. При совершении покупок каждый потребитель осуществляет процесс выбора необходимого ему изделия среди целого ряда аналогичных, предлагаемых на рынке, и приобретает тот из них, который в наибольшей степени удовлетворяет его потребность. Проводя сравнение продукции, предназначенной для удовлетворения одной и той же потребности, покупатель учитывает ее конкретные потребительские свойства, выясняет степень соответствия собственной потребности. При этом он стремится добиться оптимального соотношения между уровнем потребительских свойств изделия и расходами по его приобретению и использованию, т.е. получить максимум потребительского эффекта на единицу затрат. По отношению к конкретной потребности указанное соотношение может быть достигнуто рядом различной продукции благодаря наличию аналогичных свойств. Поэтому различные виды продукции будут обладать способностью удовлетворять данную потребность и по отношению к ней могут рассматриваться как взаимозаменяемые.

Например, продукция компании Apple, уже на протяжении тридцати лет не теряет своей популярности среди покупателей и даже в странах со сравнительно невысоким уровнем жизни остаётся конкурентоспособной. Apple зарекомендовали себя на рынке ещё в далёком 1984 своей оригинальной рекламной компанией компьютера Macintosh, основанной на сюжете Д. Оруэлла[3]. Этот видеоклип был назван рекламным клипом десятилетия и получил гран-при в Каннах. И по сей день, он считается одним из самых ярких и неповторимых. Однако далеко не только клип принёс успех компании, но и сама продукция. Macintosh на тот момент был одним из самых передовых компьютеров, он имел операционную систему Mac OS, предоставляющую множество возможностей пользователю. А главное – его интерфейс был прост, что и было нужно рядовому пользователю, не обладающему узкоспециализированными знаниями. С тех пор продукция Apple не утратила своей простоты, сочетающейся с высокой функциональностью и технологичностью, что и делает её конкурентоспособной на рынке, несмотря на достаточно высокую цену. Компания Apple является одной из самых успешных корпорации, что доказывает их ежегодно растущий уровень прибыли - \$48,4 млрд.[4] чистой прибыли за 2017 год по сравнению с 2016 - \$45,7 млрд. [5]. В 2017 году компания выпустила последнюю на данный момент модель своего смартфона – iPhone X, цена которого (\$999) значительно выше цен предыдущих (\$699 за iPhone 8)[2]. Для сравнения чистая прибыль конкурирующей компании IBM за 2017 год составила всего \$5,753 млрд. и сократилась в 2,1 раза по сравнению с 2016 годом[6], а корпорация Microsoft Corp. по итогам 2017-2018 финансового года снизилась на 35% и составила \$16,571 млрд.[7]. Apple проводят новую и достаточно рискованную ценовую политику, цель которой кардинально изменить образ продукта, приблизить его к совершенству в глазах покупателя, однако, это невозможно, если сам продукт не соответствует этому образу. Apple улучшили iPhone X по

сравнению с другими моделями: добавили функции беспроводной и быстрой зарядки, усовершенствовали камеру, дизайн. Современные смартфоны имеют почти все те же функции, что и персональные компьютеры и профессиональные камеры, поэтому именно этот продукт Apple – iPhone – пользуется наибольшей популярностью среди всех продуктов компании. Было продано 46,7 млн. единиц на 2017 год по сравнению с iPad (10,3 млн. единиц) и Mac (5,4 млн. единиц). Компания Apple, изменяя и усовершенствуя iPhone, добавляя в него всё большее и большее новых возможностей, при этом облегчая его вес и улучшая дизайн, удачно пользуется этим, что делает компанию конкурентоспособной и коммерчески успешной.

Для оценки конкурентоспособности продукции существуют несколько методов, к ним относят и единичные показатели отдельных материальных нематериальных и прочих ресурсов и сравнение отдельных товаров на конкретном рынке. Благодаря этим методам оценки конкурентоспособности продукции и предприятия в целом удаётся определить недостатки и преимущества деятельности предприятия и изменить решения, принимаемые руководством для большей эффективности данной фирмы[8].

Таким образом, можно сказать, что повышение конкурентоспособности путём выработки конкурентных стратегий, роста объёма реализации товара, улучшения качества является основной задачей любого предприятия, потому что конкурентоспособность продукции обеспечивает его успешность и долю на рынке.

Список литературы:

1. Долгов Д.И., Кижайкина М.С. Понятие конкурентоспособности. Конкурентоспособность организации. [Электронный ресурс] URL: <http://econf.rae.ru/pdf/2013/10/2752.pdf> (дата обращения 08.12.2018г).
2. Дробахов К. Новые финансовые рекорды Apple: отчет за первый финквартал 2017 года. [Электронный ресурс] URL: <https://yablyk.com/429711-novye-finansovye-rekordy-apple-otchet-za-pervyj-finkvartal-2017-goda/> (дата обращения 08.12.2018г).
3. Лебедев О. История успеха компании Apple. [Электронный ресурс] URL: <https://bbf.ru/magazine/23/4277/> (дата обращения 07.12.2018г).
4. Тамберг В., Бадьин А. Психология успеха Apple. [Электронный ресурс] URL: <http://newbranding.ru/articles/apple-success-reason/trackback> (дата обращения 07.12.2018г).
5. Рафи М. Это обойдется тебе в копейку, но поверь мне, оно того стоит». [Электронный ресурс] URL: <https://hbr-russia.ru/marketing/marketingovaya-strategiya/p23321> (дата обращения 06.12.2018г).
6. Apple сообщает результаты за четвертый квартал. [Электронный ресурс] URL: <https://www.apple.com/ru/newsroom/2018/11/apple-reports-fourth-quarter-results/> (дата обращения 07.12.2018г).
7. Чистая прибыль IBM за 2017 год упала в 2 раза. [Электронный ресурс] URL:

https://finance.rambler.ru/business/38931321/?utm_content=rfinance&utm_medium=read_more&utm_source=copylink(дата обращения 08.12.2018г).

8. Чистая прибыль Microsoft по итогам 2017-2018 фингода снизилась на 35%. [Электронный ресурс] URL: https://1prime.ru/telecommunications_and_technologies/20180720/829046177.html (дата обращения 08.12.2018г).