

УДК 339.564
АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭКСПОРТНОЙ ПРОДУКЦИИ

А. Н. ВЫРВИЧ

Научный руководитель Л. А. КЛИМОВА
ГУ ВПО «Белорусско-Российский университет»

Анализ конкурентоспособности экспортной продукции проводится с целью:

- определения перемен в ассортиментных группах экспортной продукции и оценки выполнения плановых заданий;
- анализа всех позитивно и негативно влияющих факторов на достижение поставленного ассортиментного плана экспортной продукции;
- оценки степени качества выпускаемой экспортной продукции;
- проведения сравнительного анализа конкурентоспособности относительно иностранных аналогов;
- определения резервов для увеличения объемов производства экспортной продукции, роста ее конкурентоспособности и методов их реализации.

Анализ объемов производства и конкурентоспособности продукции неотделимо связан с международным маркетингом и сбытом произведенного товара. Главная задача проведения маркетинговых исследований на международном рынке заключается в уменьшении риска при принятии решения о производстве и реализации товара, предназначенного для иностранных потребителей. Чтобы достичь высоких экспортных показателей предприятию следует выявить наиболее перспективный рынок сбыта и определить целевой сегмент для проведения экспортных операций. Далее стоит детально изучить рынок. По результатам исследования формулируются основные маркетинговые мероприятия продуктово-ассортиментной политики, ценовой политики и политики коммуникаций на зарубежном рынке. Продуктово-ассортиментная политика заключается в осуществлении определенной процедуры поиска возможностей роста показателей конкурентоспособности реализуемой продукции благодаря улучшению качественных характеристик, реструктуризации ассортиментного ряда, выпуску инновационных товаров. Реализация ценовой политики предприятия базируется на корректировке цены с учетом таких факторов как затраты на производство товара, уровень полезности продукта для покупателя, существующая конкуренция и так далее. Коммуникационная политика учитывает наличие спроса и контролирует его рост для расширения рынков сбыта, увеличения эффективности и общей прибыльности хозяйственной деятельности предприятия.