

УДК 330.322

ОБОСНОВАНИЕ ВЫБОРА МЕТОДА ДЛЯ РЕШЕНИЯ ЗАДАЧИ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

А. И. ПАНЬКОВА

Научный руководитель Т. В. ПУЗАНОВА, канд. техн. наук, доц.
Белорусско-Российский университет

Глобализация мировой экономики сегодня проявляется в усилении взаимозависимости экономик почти всех стран мира и превращении мирового рынка в единое поле конкурентной борьбы.

Конкурентоспособность – сложное многоуровневое понятие, характеризующее объекты от макро- до микроэкономического уровня, при этом более полно сущность конкурентоспособности раскрывается через систему показателей оценки товара с учетом совпадения его свойств и характеристик и требований потребителя и соблюдения их интересов, означающее полное соответствие товара условиям рынка.

При оценке единичных критериев конкурентоспособности исходя из используемого принципа применяются расчетные, эмпирические (формализованные) и экспертные (интуитивные) методы. Оценка групповых критериев основана на использовании аналитических методов. Маркетинговые методы необходимы для анализа доли на рынке как товаров, так и товаропроизводителей, организаций сферы услуг. Прямые методы позволяют рассчитывать интегральный показатель качества или оценивать отношение качество/цена, а косвенные применяют, когда оцениваемые товары имеют одинаковые или близкие значения технических или экономических параметров.

В зависимости от формы предоставления данных можно использовать графические, матричные или расчетные методы. Методы с учетом стадий жизненного цикла продукции определяют область решаемых задач.

Таким образом, формулировка требований к изделию, определение цели анализа конкурентоспособности, оценочная база и перечень параметров изделия, которые подлежат оценке, определяют метод оценки конкурентоспособности. Так, для продовольственных товаров выбранный метод должен учитывать отличие подхода от общепринятого и обеспечивать оценку качества с учетом гарантии безопасности потребления для человека, использовать требования, регламентированные государственными стандартами и техническими условиями по органолептическим, физико-химическим показателям и массе. Обоснованность корректного выбора метода оценки по каждому анализируемому товару позволяет успешно решать задачи управления конкурентоспособностью предприятия, отрасли и региона с учетом особенности формирования соответствующего товарного рынка и основных тенденций научно-технического прогресса.