

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ

студент гр.103222 Барец А.В.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Плясунков А.В.

Белорусский национальный технический университет
Минск, Беларусь

Конкурентоспособность продукции — это способность определённого товара отвечать запросам заинтересованных лиц в сравнении с другими аналогичными изделиями. Конкурентоспособность можно определить, сравнивая между собой характеристики продукта с продуктом конкурента.

Оценка конкурентоспособности товара производится путем сопоставления параметров анализируемого товара с параметрами базы сравнения. За базу сравнения принимают потребность покупателя, изделия конкурентов или аналогичные изделия предприятия при отсутствии конкурентов.

В случае, когда параметры товара не имеют физической меры, для оценки их характеристик применяют методы балльных оценок.

На применении групповых, обобщенных и интегральных показателей основывается комплексный метод.

Смешанный метод позволяет выразить способность товара конкурировать в определенных условиях рынка через комплексный количественный показатель — коэффициент конкурентоспособности.

Основой оценки конкурентоспособности является сравнение характеристик анализируемых товаров с конкретной потребностью и выявлении их соответствия друг другу. Для объективной оценки необходимо использовать те же критерии, которыми оперирует потребитель, выбирая товар на рынке.

Следовательно, необходимо решить задачу определения номенклатуры параметров, подлежащих анализу и значимых с точки зрения потребителей.

В данной работе были рассмотрены наиболее известные методы оценки конкурентоспособности продукции, которыми пользуются крупные предприятия по всему миру.