

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Манцера Т. Ф., к.э.н., доцент,
зав. каф. «Экономика и организация энергетики»,
Лапченко Д. А., ст. преподаватель «Экономика и организация
энергетики»
Белорусский национальный технический университет
г. Минск, Республика Беларусь

Оценка конкурентоспособности товара производится путем сопоставления параметров анализируемой продукции с параметрами базы сравнения. Базой сравнения могут быть следующие параметры: потребность покупателей, конкурирующий товар, гипотетический образец товара, группа аналогичных товаров, величина полезного эффекта [1, с.12]. Для оценки конкурентоспособности товара используются следующие методы:

1. Матричные методы. Согласно этой методике самыми конкурентоспособными считаются те экономические субъекты, которые функционируют на быстрорастущем рынке и занимают существенную его долю.

2. Методы, которые основываются на процедуре оценивания конкурентоспособности производимого предприятием товара или оказываемой услуги. Ключевая идея данных методов состоит в том, что конкурентоспособность предприятия и товара находится в прямой зависимости, то есть с ростом конкурентоспособности товара, растет конкурентоспособность фирмы. При расчете показателя конкурентоспособности по каждому виду производимой продукции используются экономические индексы конкурентоспособности.

3. Методы, в основу которых положена теория эффективной конкуренции. Все сформулированные в процессе предварительного анализа способности компании по достижению конкурентных преимуществ в дальнейшем проходят оценку экспертами с точки зрения имеющихся ресурсов.

4. Методы, основанные на комплексном подходе к оценке. В соответствии с этой методикой принято считать, что конкурентоспо-

способность предприятия – это величина интегральная по отношению к текущей конкурентоспособности и конкурентному потенциалу. Этот метод включает две составляющие: критерий, характеризующий степень удовлетворения потребностей потребителя и критерий эффективности производства. [2].

Краткая характеристика методов для оценки конкурентоспособности товара приведена на рисунке.

Матричные методы	<p>Достоинства: простота и наглядность информации.</p> <p>Недостатки: не дает возможность провести анализ причин сложившейся ситуации, необходимость в точной маркетинговой информации.</p>
Методы, основанные на оценке конкурентоспособности товара	<p>Достоинства: простота и наглядность проведения оценки.</p> <p>Недостатки: не дает полного представления о сильных и слабых сторонах в деятельности предприятия.</p>
Методы, в основу которых положена теория эффективной конкуренции	<p>Достоинства: включает все важные оценки хозяйственной деятельности, исключает дублирование показателей, создает общую картину конкурентного положения фирмы на рынке быстро и точно.</p> <p>Недостатки: в основу положена идея определения уровня конкурентоспособности посредством простого сложения способностей предприятия к достижению конкретных преимуществ.</p>
Методы, основанные на комплексном подходе к оценке	<p>Достоинства: простота осуществляемых расчётов и возможность однозначно интерпретировать результаты.</p> <p>Недостатки: неполная характеристика деятельности предприятия.</p>

Рисунок 1 – Краткая характеристика методов для оценки конкурентоспособности товара

Использование выбранного метода оценки конкурентоспособности товара позволит определить стратегию и пути повышения конкурентоспособности предприятия в целом.

Список литературы

1. Тер-Григорьянц, Р. Г. Методические подходы к оценке конкурентоспособности продукции и предприятия / Р. Г. Тер-Григорьянц // Вестник СевКавГТУ. Серия «Экономика». – 2003. – №1. – С. 12-14.
2. Международный научно-исследовательский журнал [Электронный ресурс]. Режим доступа : <https://researchjournal.org/economical/metody-ocenki-predpriyatiya/>. – Дата доступа: 24.08.2018