

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МАСЛОЖИРОВЫХ ПРОДУКТОВ

Для оценки конкурентоспособности продовольственных товаров чаще всего на практике применяется комплексный метод, основанный на применении комплекса единичных, групповых и интегральных показателей. Оценка конкурентоспособности товара при этом включает: выбор определенной группы показателей для конкретного товара и расчет их значимости; выбор базового образца для сравнения; расчет группового коэффициента по нормативным, качественным и экономическим показателям; расчет интегрального показателя конкурентоспособности. Недостатки данного метода: не учитываются организационно-коммерческие показатели конкурентоспособности; часто оцениваются некоторые нормативные показатели качества, которые вообще не представляют интереса для потребителя; субъективность расчета коэффициентов весомости; сложность выбора базового образца при большом количестве товаров-аналогов на рынке; содержание преобладающих в составе продуктов веществ сложно оценить по балльным шкалам, принятым для других показателей качества. Эти моменты затрудняют оценку конкурентоспособности продовольственных товаров с помощью комплексного метода и требуют новых подходов к оценке.

В условиях широты ассортимента продовольственных товаров по всем товарным группам целесообразно прибегнуть к расчету уровня конкурентоспособности по каждому товару отдельно и сравнению полученных коэффициентов для товаров-аналогов между собой. Основными условиями проведения оценки являются выбор важных для потребителей показателей и сопоставимость показателей конкурентоспособности оцениваемых товаров. Согласно этим условиям, разработана методика оценки конкурентоспособности масложировых продуктов.

Предложенная методика позволяет оценить конкурентоспособность отдельных видов масложировой продукции с корректировкой на содержание жира, массу продукта и среднюю цену данного товара на рынке. Преимущества методики оценки конкурентоспособности: не нужно выбирать базовый образец среди товаров-аналогов; определять количество показателей, по которым с точки зрения потребителя товар является наиболее привлекательным, проще, чем выражать каждый показатель и степень его весомости в баллах и оценивать по определенной шкале; возможна оценка товара не только по качественным, но и по коммерческим показателям; корректировка цены по весу товара и содержанию жира позволяет получить более точный результат.

Севрюкова К.Н., БГЭУ (Минск)

ПОЛИТИКА ГОСУДАРСТВА В ОБЛАСТИ УПРАВЛЕНИЯ ВНЕШНИМ ДОЛГОМ

Иностранные кредиты, привлекаемые под гарантии правительства, продолжают оставаться для Республики Беларусь наиболее стабильным источником получения внешних финансовых ресурсов. Они предназначены для осуществления реструктуризации отраслей народного хозяйства, модернизации предприятий путем финансирования инвестиционных проектов, укрепления экспортного потенциала и