

МОДЕЛЬ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

Карасева М.Г., аспирантка

БНТУ, г. Минск

<http://edoc.bseu.by>

При оценке конкурентоспособности промышленной продукции также должны приниматься во внимание организационно-коммерческие показатели, отражающие условия (реальные или потенциальные) продажи этой продукции.

В результате проведенного расчета и анализа организационно-коммерческих показателей делается вывод о конкурентоспособности изделия по сравнению с базовыми образцами.

На основании сделанного вывода формируется политика предприятия в отношении оцениваемого изделия. В случае положительного исхода оценки (показатели оцениваемого изделия превышают показатели базовых образцов); предприятие принимает решение в соответствии с поставленными целями анализа и оценки конкурентоспособности продукции - о проектировании, разработке, производстве, выходе на рынок и т.п. В случае отрицательной оценки происходит выработка технико-экономических решений по повышению конкурентоспособности промышленной продукции.

Оценка конкурентоспособности промышленной продукции не является самоцелью, а представляет собой способ выявления целесообразности для ее разработки, производства или реализации на конкретном рынке, средство для управления развитием внешнеэкономических связей, одна из основ выбора пути повышения технического уровня и качества изделий. Возможности использования показателя конкурентоспособности для этих целей весьма многообразны.

Одной из важнейших задач в условиях рыночной экономики является определение объема сбыта товара с заданными технико-экономическими характеристиками в условиях определенного рынка. Зависимость доли товара в

удовлетворении рыночного спроса от его конкуренции может быть определена на основе следующей формулы:

$$B_a = \left(\frac{\sum_{i=1}^n b_i}{b_a} + 1 \right) \cdot \frac{m}{K_a} \quad (1)$$

где B_a - доля (по стоимости) товара А в удовлетворении спроса (общих продаж этого товара и его конкурентов); n - число изделий - конкурентов товара А; K_a - конкурентоспособность товара А; m - показатель соотношения между спросом и предложением; b_a - показатель престижа фирмы-поставщика товара А; b_i - показатель престижа фирмы - конкурента;

Исходя из формулы (1), на основе математических преобразований можно определить уровень цены анализируемого изделия относительно образца с учетом технико-экономических свойств товара, а также состояния рынка и положения на нем компаний-поставщиков:

$$P1 = P0 \left(I_{г.п.} \cdot \frac{\lg B}{f1 \cdot \lg Q^{-1}} - \frac{1 - f1}{f1} I_{э.п.} \right) \quad (2)$$

где $P1$ и $P0$ - продажные цены анализируемого товара и образца;

$f1$ - коэффициент долевого участия единичного показателя по продажной цене изделия; $I_{г.п.}$ - групповой показатель конкурентоспособности по техническим параметрам; $I_{э.п.}$ - групповой показатель конкурентоспособности по экономическим параметрам.

$$Q = (b1/b_a + 1)^m \quad (3)$$

Показатель конкурентоспособности необходимо использовать при разработке мер по обеспечению и повышению конкурентоспособности продукции для определения экономической целесообразности создания изделий, расчета рентабельности капиталовложений в программу разработки, производства и реализации продукции.