

МОДЕЛЬ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ГРУЗОВОГО ВАГОНА И ЕЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА РЫНКЕ B2B



Беспалько Виталий Алексеевич,

к. э. н., доцент, заведующий кафедрой экономики и менеджмента, Краснодарский кооперативный институт, 350015, г. Краснодар, ул. им. Митрофана Седина, 168/1
vbespalko@rucoop.ru



Воронов Александр Александрович,

д. э. н., профессор кафедры экономики и менеджмента, Краснодарский кооперативный институт, 350015, г. Краснодар, ул. им. Митрофана Седина, 168/1

Статья посвящена исследованию актуальных количественных методов моделирования конкурентоспособности, выбору и апробации наиболее валидного из них на примере продукции транспортного машиностроения России. Рассчитана и проанализирована количественная модель конкурентоспособности различных типов грузовых полувагонов, обеспечивающая возможность ранжирования объектов моделирования по уровню чистой текущей стоимости, которую они могут обеспечить в процессе эксплуатации. Полученные данные могут быть использованы в маркетинговой деятельности предприятий-производителей на российском рынке грузовых железнодорожных вагонов

Ключевые слова: конкуренция; ограниченная конкуренция; транспортное машиностроение; моделирование конкурентоспособности продукции.

Одним из наиболее перспективных направлений развития методологии управления для промышленных предприятий на рынках свободной и ограниченной конкуренции является моделирование конкурентоспособности. При этом в настоящее время сформировались два основных направления, обеспечивающих приращение научного знания в следующих видах:

- ♦ моделирование конкурентоспособности промышленной продукции;
- ♦ моделирование конкурентоспособности промышленного предприятия.

Следует отметить, что указанные направления тесно взаимосвязаны друг с другом, находятся в диалектическом единстве и взаимозависимости.

Проблемам моделирования конкурентоспособности промышлен-

ной продукции и использования полученных моделей в практике управления промышленными предприятиями посвятили свои исследования представители санкт-петербургской научной школы (С.Г. Светульников, А.А. Литвинов), а также А.А. Воронов, Д.А. Кулицкий, Н.А. Овчаренко, С.Д. Штовба, Е.В. Штовба, Х.А. Фасхиев.

В определении С.Г. Светулькова и А.А. Литвинова моделирование конкурентоспособности продукции имеет целью создание цифровой математической модели, заменяющей реальную продукцию в процессе ее изучения. В числе задач, определяющих теоретическую и прикладную ценность моделирования конкурентоспособности продукции необходимо отметить:

- ♦ формирование набора факторов конкурентоспособности,

определяющих их реальную привлекательность для потребителя на фоне конкурентного окружения (в том числе показатели воспринимаемой и реальной конкурентоспособности);

- ♦ их обобщение и построение имитационной экономико-математической модели;
- ♦ расчет модели и оценка перспектив распределения конкурентного рынка (свободной конкуренции) с последующей оценкой эффективности деятельности на нем промышленных предприятий;
- ♦ функционально-стоимостной анализ и сценарные расчеты изменения конкурентной конъюнктуры при изменении отдельных параметров качества, себестоимости и цены реализации промышленной продукции [1].

Необходимо отметить, что особую актуальность моделирование