

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ КАК ОСНОВА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГОСУДАРСТВА

Жевлакова Анастасия Юрьевна

Белорусский национальный технический университет

anastasiya.zhevlakova@mail.ru

В современном мире в условиях развития процессов глобализации и регионализации проблема повышения конкурентоспособности отечественной продукции является актуальной для всех государств.

Конкурентоспособность товара представляет собой такую способность товара, при которой он является более привлекательным для покупателей по сравнению с аналогичными изделиями благодаря лучшим качественным или стоимостным характеристикам.

На сегодняшний день существует большое разнообразие подходов к оценке конкурентоспособности товаров, а также сформированы различные критерии, используемые для такой оценки. Такие критерии можно разделить на прямые и косвенные. Главным прямым критерием является уровень удовлетворения товаром потребностей покупателей. Косвенные же критерии делятся на две группы: критерии качества и экономические критерии.

К методам определения количественных значений показателей качества относятся экспериментальный, органолептический, социологический и метод экспертных оценок [1]. Следует также отметить, что оценка свойств продукции может происходить с использованием единичных, комплексных и интегральных показателей.

Единичные показатели отражают значения какого-то одного конкретного свойства или параметра продукции по сравнению с выбранным эталонным значением (формула 1):

$$K = \frac{Z}{Z_0} * 100 \%, \quad (1)$$

где K – рассчитываемый показатель конкурентоспособности;

Z – значение параметра изучаемой продукции;

Z_0 – эталонное значение параметра.

Для нахождения степени соответствия продукции уровню потребности по различным параметрам используется групповой показатель (формула 2):

$$K_r = \sum_{i=1}^n z_i * K, \quad (2)$$

где K_r – рассчитываемый групповой показатель конкурентоспособности;

n – число параметров;

z_i – вес i -го параметра в общем числе параметров;

K – единичный показатель по i -му параметру.

На основе групповых показателей находится интегральный показатель как соотношение группового показателя конкурентоспособности по техническим параметрам и группового показателя конкурентоспособности по экономическим параметрам. Данный показатель демонстрирует, насколько рассматриваемый товар является привлекательным для потребителя [2].

Расчет приведенных показателей целесообразно рассмотреть на примере холодильников, параметры которых приведены в таблице 1.

Таблица 1. Сравнительный анализ показателей конкурентоспособности холодильников марки Атлант и LG

Показатель	Удельный вес	Атлант	LG
Полезный объем (л)	25 %	335	341
Годовое энергопотребление (кВт/год)	40 %	369	309
Мощность замораживания (кг/сутки)	10 %	15	12
Срок службы (месяцев)	25 %	120	84
Средняя цена (бел. рублей)	100 %	976	1776

В таблице приведен один экономический показатель (цена) и четыре технических. В первую очередь рассчитаем единичные показатели для технических параметров: полезный объем – 0,98; годовое энергопотребление – 1,19; мощность замораживания – 1,25; срок службы – 1,43.

Для экономической характеристики значение единичного показателя и группового будут равны, так как она представлена только средней ценой, и составит 0,55. Далее рассчитаем групповой показатель для технических параметров. Его значение составит 1,2. В последнюю очередь рассчитаем интегральный показатель, который будет равен 2,2. Исходя из полученных результатов, холодильники Атлант являются более конкурентоспособными.

Таким образом, для повышения конкурентоспособности продукции видится целесообразным внедрение новых технологий в производство продукции и, соответственно, повышение ее инновационности, а далее постоянное совершенствование выпускаемых изделий и их дифференциация с учетом меняющихся предпочтений покупателей в области качества и характеристик продукции.

Литература

1. Гончаров П. П. Система оценки качества продукции / П. П. Гончаров, З. Х. Салихова // Вестник Удмуртского университета. – 2006. – № 2. – 52–57.
2. Нуретдинова Ю. В. Качество продукции как основа конкурентоспособности предприятия / Ю. В. Нуретдинова, В. А. Степанова, А. А. Бояркина // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2018. – № 5. – С. 174–178.