

КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ

Студентка группы 113637 Бучацкая А.С.

Ст. преп. Серченя Т.И.

Белорусский национальный технический университет

Основной целью любого предприятия в современных условиях является повышение уровня своей конкурентоспособности и конкурентоспособности выпускаемой продукции. Конкурентоспособность отражает качественную сторону предлагаемой продукции.

Основой оценки конкурентоспособности является сравнение характеристик анализируемых товаров с конкретной потребностью и выявлении их соответствия друг другу. Для объективной оценки необходимо использовать те же критерии, которыми оперирует потребитель, выбирая товар на рынке. Таким образом, оценка уровня конкурентоспособности продукции предполагает выполнение следующих этапов:

- анализа рынка и выбора наиболее конкурентоспособного товара;
- определения сравнительных параметров образцов товара;
- расчета интегрального показателя конкурентоспособности продукции

I_n по формуле, учитывающей качество сервиса и качество продукции, определяемое ее полезным эффектом:

$$I_n = \sum_{i=1}^2 a_i P_i,$$

где P_1 - показатель относительной эффективности продукции; P_2 - показатель качества сервиса; a_i - весовые коэффициенты этих показателей.

Предлагаемый интегральный показатель позволяет оценить конкурентоспособность данного товара по отношению к товару-лидеру на рынке. Сопоставление товаров ведется при помощи таблицы сравнения параметров. По результатам сравнения с товарами-аналогами конкурентов можно дать одно из следующих заключений:

- товар конкурентоспособен на данном рынке в сравниваемом классе;
- товар обладает низкой конкурентоспособностью на данном рынке в сравниваемом классе изделий;
- товар неконкурентоспособен на данном рынке в сравниваемом классе изделий.

Вывод о конкурентоспособности дополняется заключением о преимуществах и недостатках оцениваемого товара по сравнению с аналогичными, а также предложениями мер, принятие которых необходимо для улучшения позиций товара на рынке.