

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ

Довыдова О. Г., магистр экон. наук, ст. преподаватель,
Федоров Н. А., студент

*Белорусский государственный экономический университет
Минск, Республика Беларусь*

Аннотация. В данной статье рассматриваются основные методы оценки конкурентоспособности, их классификация и характеристики, а также влияние на эффективность работы предприятия.

Ключевые слова: конкурентоспособность продукции, продукция, методы, эффективность.

Существует множество методов оценки конкурентоспособности товара. Наиболее распространенными являются методы, основанные на сравнении свойств и конкурирующего товаров.

Точность оценки конкурентоспособности продукции зависит от выбора базы для сравнения. Понятие «база» может представлять собой:

- потребность покупателей в оцениваемой и конкурирующей продукции;
- величину необходимого потребителю полезного эффекта товара;
- сумму средств, которую потребитель готов израсходовать на приобретение и потребление товара;
- конкурирующий товар;
- гипотетический образец;
- группу аналогов.

Для оценки конкурентоспособности товара применяются различные методы: расчетные, экспертные и расчетно-графические.

К расчетным методам относятся дифференцированный и комплексный.

Дифференциальный метод основан на использовании единичных показателей конкурентоспособности анализируемой продукции и базы сравнения и является наиболее упрощенным методом. В данном методе традиционно проводится расчет единичного показателя конкурентоспособности по каждому критерию. Групповой показа-

тель, отражая более высокую степень соответствия общественным потребностям, определяется суммой произведений единичных показателей на коэффициенты их весомости как сводный параметрический индекс конкурентоспособности. Расчет группового показателя возможен по нормативным, техническим и экономическим параметрам. Расчет конкурентоспособности с использованием групповых показателей по экономическим параметрам также возможен с учетом цен.

Комплексный метод, в котором наиболее полноценно реализована оценка конкурентоспособности. Метод учитывает взаимосвязи основных составляющих в единой системе, что определено формулой:

$$K = I_{\text{нп}} \cdot \frac{I_{\text{тп}}}{I_{\text{эп}}}, \quad (1.1)$$

где $I_{\text{нп}}$ – групповой показатель по нормативным параметрам;

$I_{\text{тп}}$ – групповой показатель по техническим параметрам (назначения, конструктивно-технологические, эргономические и эстетические);

$I_{\text{эп}}$ – групповой показатель по экономическим параметрам [15].

Если $K > 1$, то оцениваемое изделие превосходит изделие конкурента, а при $K < 1$ изделие конкурента превосходит оцениваемое изделие.

Индексный метод аналогичен интегральному методу: также определяется соотношение «цена/качество», только с небольшой поправкой ввиду того, что сравнивать цены (деньги) и качество (баллы) некорректно, так как они несопоставимы. И для того, чтобы исключить эту несовместимость, рассчитывается их отношение к соответствующему среднему значению. Метод предполагает рассчитывать индекс конкурентоспособности продукции соотношением индекса качества I_K и экономического индекса $I_{\text{э}}$ с помощью формулы

$$I_{\text{кп}} = \frac{I_K}{I_{\text{э}}}, \quad (1.2)$$

где $I_{\text{кп}}$ – индекс качества продукции;

$I_{\text{э}}$ – экономический индекс.

В случае $I_{\text{кп}} > 1$ продукция является потенциально конкурентоспособной, т. к. качественные параметры больше стоимостных, что обеспечивает устойчивость востребованности продукции.

Наиболее простым методом расчета конкурентоспособности продукции является метод балльных оценок, реализацию которого предлагается осуществить в несколько этапов:

1 этап. Выбор параметров оценки с позиции производителя, наиболее заинтересованного в последующем росте объемов продаж продукции и расширении сегментов рынка.

2 этап. Определение коэффициентов значимости для каждого параметра потребителями.

3 этап. Присвоение экспертами параметрам баллов, скорректированных в дальнейшем с соответствующим коэффициентом значимости.

4 этап. Расчет среднего балла на основе средней арифметической взвешенной по формуле

$$C_p = \sum_{i=1}^n \frac{x_i k_i}{n}, \quad (1.3)$$

где i – параметры конкурентоспособности;

n – количество параметров конкурентоспособности;

x_i – балл по параметрам конкурентоспособности продукции;

k_i – коэффициент значимости параметра конкурентоспособности.

5 этап. Определение отклонений полученных значений от максимально возможного.

Преимущество экспертного метода балльных оценок выражено в определенной взаимосвязи потребителя и производителя продукции при выборе параметров оценки конкурентоспособности продукции.

Расчетно-графические методы, в частности метод многоугольника. Основными этапами анализа конкурентоспособности товара по многоугольнику являются:

– установление перечня показателей конкурентоспособности товара;

– выбор нормативных значений по показателям конкурентоспособности товара;

– установление весомости по показателям конкурентоспособности товара;

– сбор и обработка исходной информации по показателям конкурентоспособности товаров (приоритетных и анализируемых конкурентов);

– построение многоугольника конкурентоспособности товара: на наружном круге отмечаются нормативные показатели, увеличенные

на 20 % (для случая перевыполнения норматива), на радиальных лучах внутренние точки представляют приведенные значения показателей конкурентоспособности товара.

Использование многоугольника конкурентоспособности позволяет товаропроизводителям устанавливать, как собственные достоинства и недостатки, так и достоинства, и недостатки конкурентов по ряду определенных показателей. Расчет конкурентоспособности по многоугольнику конкурентоспособности имеет существенные недостатки. Данный метод не позволяет учесть весомость показателей, что может привести к расхождениям полученного значения интегрального показателя конкурентоспособности.

Таким образом, исследование существующих методов оценки конкурентоспособности продукции выявило отсутствие на данном этапе экономического развития универсального метода, совмещающего как количественную, так и качественную оценку.

В таблице 1 представлена сравнительная характеристика основных методов оценки конкурентоспособности продукции.

Таблица 1 – Сравнительная характеристика основных методов оценки конкурентоспособности продукции

Метод оценки конкурентоспособности продукции	Преимущества	Недостатки	Область применения
1	2	3	4
Дифференциальный метод	метод позволяет лишь констатировать факт конкурентоспособности анализируемой продукции или наличия у нее недостатков по сравнению с товаром-аналогом	не учитывается влияние весовости каждого параметра при выборе товара на предпочтения потребителя	обычно применяется, когда в качестве базы сравнения используется степень удовлетворения потребности потребителя и нормативно-технологические требования

Продолжение таблицы 1

1	2	3	4
Комплексный метод	<ul style="list-style-type: none"> – сопоставление удельных полезных эффектов анализируемой продукции и образца; – предполагает расчет групповых показателей по потребительским, экономическим и неценовым параметрам; – при расчете учитывается значимость показателя 	<ul style="list-style-type: none"> – полученные значения показывают превосходство (недостатки) изделия не в целом, а лишь по отдельным характеристикам; – диничные показатели, не дают однозначного представления об уровне конкурентоспособности из-за своей разнонаправленности 	используется, когда необходима более полная оценка конкурентоспособности продукции
Метод расчета интегрального показателя	<ul style="list-style-type: none"> – более точный (если сравнивать с вышеперечисленными); – включает в себя и дифференциальный, и комплексный факторы 	<ul style="list-style-type: none"> – достаточно трудоемкий метод; – для проведения расчетов необходим большой объем исходных данных 	используется, когда необходимо учесть влияние комбинаций отдельных факторов на конкурентоспособность продукции
Экспертный метод оценки в баллах	<ul style="list-style-type: none"> – достаточно прост в применении; – не требует сбора детальной информации о конкурентах; – базируется на знаниях и опыте специалистов в определенной области 	субъективизм специалистов	<ul style="list-style-type: none"> – применяется, когда исследуемые параметры продукции не имеют количественной оценки; – применяется, когда необходимо быстро и без больших временных и трудовых затрат получить информацию, необходимую для выработки управленческого решения

Окончание таблицы 1

1	2	3	4
Индексный метод	обладает практически всеми преимуществами метода расчета интегрального показателя конкурентоспособности и учитывает его некорректность	– очень трудоемкий метод; – для проведения расчетов необходим большой объем исходных данных; – не учитывает весомость факторов	используется, когда необходимо максимально учесть влияние комбинаций отдельных факторов на конкурентоспособность товара

Примечание. Источник: собственная разработка.

Таким образом, исследование существующих методов оценки конкурентоспособности продукции выявило отсутствие на данном этапе экономического развития универсального метода, совмещающего как количественную, так и качественную, наиболее точную оценку. Поэтому целесообразно при оценке конкурентоспособности продукции одновременно применять несколько различных методов в совокупности.

Список использованных источников

1. Нехорошева, Л. Н. Экономика организации (предприятия): учеб. пособие / Л. Н. Нехорошева. – Мн. : БГЭУ, 2020. – 687 с.
2. Дервяго, И. П. Экономика организации (предприятия): электронный учебно-методический комплекс / Дервяго И. П. – Мн. : БГЭУ, 2020 – URL: <http://edoc.bseu.by:8080/handle/edoc/3993> (дата обращения: 15.12.2025).
3. Оценка конкурентоспособности товара // Коммерческий директор : проф. журнал. – URL: <https://www.kom-dir.ru/article/3880-otsenka-konkurentosposobnosti-tovara/> (дата обращения: 18.12.2025).