

Плясунков А.В., Великода Е.С.

Белорусский национальный технический университет

Конкурентоспособность продукции – комплексная многоаспектная характеристика, отражающая способность продукции в течение периода ее производства соответствовать по качеству требованиям конкретного рынка (рынков), адаптироваться по соотношению качества и цены к предпочтениям потребителей, обеспечивать выгоду производителю при ее реализации.

Для комплексной оценки конкурентоспособности новых изделий предлагается использовать систему показателей, включающую:

- коэффициент конкурентоспособности продукции с точки зрения потребителя ($K_{\text{КСП,потреб}}$);
- коэффициент конкурентоспособности продукции с точки зрения производителя ($K_{\text{КСП,производ}}$).

Коэффициент конкурентоспособности продукции с точки зрения потребителя показывает, во сколько раз максимальная цена, за которую можно реализовать изделие, превышает фактическую цену его реализации.

$$K_{\text{КСП,потреб}} = \frac{U_{2\text{ВП}}^{\text{омн}}}{U_2^{\text{омн}}},$$

где $U_{2\text{ВП}}^{\text{омн}}$ – верхний предел отпускной цены оцениваемого изделия, отражающий потребительскую ценность товара или стоимостную оценку качества товара, т.е. максимальную цену, которую покупатель считает возможным заплатить за товар; $U_2^{\text{омн}}$ – отпускная цена оцениваемого изделия.

Коэффициент конкурентоспособности продукции с точки зрения производителя показывает, во сколько раз фактическая отпускная цена реализации при выходе изделия на рынок превышает минимальную отпускную цену, рассчитанную затратным методом.

$$K_{\text{КСП,производ}} = \frac{U_2^{\text{омн}}}{U_{2\text{НП}}^{\text{омн}}},$$

где $U_{2\text{НП}}^{\text{омн}}$ – нижний предел отпускной цены оцениваемого изделия.

Если $K_{\text{КСП,потреб}} > 1$ и $K_{\text{КСП,производ}} > 1$, то покупка и реализация новой продукции выгодны и потребителю, и производителю. Выполнение этих условий необходимо для разработки, производства и успешной реализации новой продукции.