

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ

Ефименко А.Г., Пантелеева И.И.

Могилевский государственный университет продовольствия
г. Могилев, Республика Беларусь

Под конкурентоспособностью продукции понимается совокупность его качественных и стоимостных характеристик, которая обеспечивает удовлетворение конкретной потребности покупателя и отличается от аналогичной продукции-конкурентов. Наиболее применяемым является индексный метод оценки конкурентоспособности продукции, основой которого является сравнительный анализ качественных и стоимостных показателей продукции с применением единичных, групповых и интегральных индексов.

При комплексном методе оценки уровня качества продукции применяются средние взвешенные показатели в тех случаях, когда сложно определение главного показателя и установление его функциональной зависимости от единичных показателей качества. Средний взвешенный арифметический показатель качества (U) имеет вид:

$$U = \sum_{i=1}^n m_i q_i, \quad (1)$$

где q_i – относительный i -й показатель качества продукции;
 m_i – коэффициент весомости i -го показателя;
 n – число показателей.

Используя формулу средней геометрической взвешенной, рассчитывается общий коэффициент конкурентоспособности (K):

$$K = \sqrt{(a_1 + a_2 + a_3 + a_4 + a_5)} e_1^{a_1} e_2^{a_2} e_3^{a_3} e_4^{a_4} e_5^{a_5}, \quad (2)$$

где a_1, a_2, a_3, a_4, a_5 – коэффициенты весомости показателей эффективности;
 e_1, e_2, e_3, e_4, e_5 – показатели эффективности экономической деятельности предприятия.

Используя формулу средней геометрической взвешенной применительно к конкретным видам продукции (работам, услугам), выбираются и исследуются показатели, на основании которых оценивается их конкурентоспособность продукции.

При равенстве коэффициентов весомости формула преобразуется к виду простой средней геометрической:

$$K = \sqrt[5]{e_1 e_2 e_3 e_4 e_5}. \quad (3)$$

Для расчета обобщающего коэффициента конкурентоспособности организации применяется формула:

$$R_{ij} = \sqrt{A_1^2 + A_2^2 + \dots + A_n^2}, \quad (4)$$

где R_{ij} – уровень конкурентоспособности субъекта и других j -х конкурентов;
 A_1, A_2, A_3 – единичные показатели оценки исследуемого субъекта и других анализируемых j -х конкурентов.

В условиях рыночных отношений должны учитываться и другие факторы, влияющие на конкурентоспособность продукции.