

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Воловецкая Д.В.

Научный руководитель – д.т.н., профессор Чекмарев А.Н.

Самарский государственный аэрокосмический университет имени академика С.П. Королева

Конкурентоспособность – это свойство объекта, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке. Она определяет способность объекта выдерживать конкуренцию с аналогичными объектами на данном рынке. На конкурентоспособность продукции влияют факторы функционирования и развития объекта, которые можно подразделить на всеобщие внешние и специфические внутренние. Первичным в определении конкурентоспособности товара является конкурентоспособность внешнего окружения: качество управления; конкурентоспособность страны; конкурентоспособность региона; конкурентоспособность организации.

К специфическим внутренним факторам конкурентоспособности товара относятся: качество товара; цена товара; качество сервиса потребителей товара; затраты на использование товара. Также на конкурентоспособность товара влияют сроки поставок; имидж производителя; эффективная реклама, способствующая реализации конкурентных преимуществ товара у потребителя. Приоритетность факторов конкурентоспособности зависит от уровня социально-экономического развития общества, характеристик рынков, на которых реализуется продукция, особенностей конкретных потребителей. Один подход к оценке конкурентоспособности товара изложен: «Конкурентоспособность товара пропорциональна неоплаченной (или доставшейся покупателю бесплатно) части потребительской ценности товара. У каждого конкурентоспособного товара цена реализации ниже потребительской ценности. Оценка конкурентоспособности товара:

$$K = t_y \frac{Y_n}{Y_o} + t_s \frac{C_o}{C_n},$$

где Y_n, Y_o, C_n, C_o - показатели уровней качества и цен n-го товара и базового образца (товара-конкурента); t_y, t_s - качество и цена товара для отдельных потребительских сегментов». Другой подход, изложенный в, также дает оценку конкурентоспособности через интеграцию цены и качества:

$$K(K_k)_i = \lambda \left(1 - \frac{C_{\phi i}}{C_{\max \phi}} \right) + (1 - \lambda) K_k,$$

где $C_{\phi i}$ и $C_{\max \phi}$ - фактическая цена i-го изделия и максимальное значение цены среди сравниваемых изделий соответственно; λ - значимость цены изделия с точки зрения покупателя при оценке конкурентоспособности; K_k - коэффициент качества. Общим недостатком вышеперечисленных методик является учет лишь двух факторов конкурентоспособности товара - цены и качества. Для получения реальной оценки конкурентоспособности товара необходима интеграция всех вышеперечисленных факторов с учетом весов значимости факторов для отдельных потребительских сегментов.