

КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРА

Антамошкина О.И.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

В статье рассмотрены основные проблемы оценки конкурентоспособности товара. Предлагается методика оценки конкурентоспособности, не требующая значительных затрат на получение информации.

Ключевые слова: конкурентоспособность, потребительские свойства товара, эффективность функционирования, оптимизация, моделирование.

COMPREHENSIVE EVALUATION OF PRODUCT COMPETITIVENESS

Antamoshkina O.I.

Krasnoyarsk state agrarian university, Krasnoyarsk, Russia

The article discusses the main problems of assessing the competitiveness of goods. A methodology for assessing competitiveness which does not require significant costs for obtaining information is proposed.

Key words: competitiveness, consumer properties of a product, functioning efficiency, optimization, modeling.

Конкурентоспособность товара в общем случае определяется тремя необходимыми элементами: свойствами данного товара, свойствами конкурирующих товаров, особенностями потребителей.

Конкурентоспособный товар обладает какими-либо конкурентными преимуществами. Конкурентное преимущество делится на два основных вида: более низкие издержки и дифференциация товаров. Многочисленные расчетные способы определения конкурентоспособности товара оперируют именно этими группами показателей – параметров качества (технических) и экономических параметров. С учетом того, что и потребительские свойства товара и его цена являются необходимыми показателями конкурентных свойств товара, возникает необходимость разработки и использования комплексного показателя, характеризующего эти две стороны одного объекта. Рассмотрим несколько товаров. Для каждого товара имеем один измеряемый выход (потребительские свойства) и один вход (затраты).

1-ый и 3-ий товары демонстрируют уровень конкурентоспособности высший относительно других товаров. Непрерывная линия может быть нарисована от оси Y до точки 1 (параллельно оси X), от точки 1 до точки 3 и вертикальная линия от точки 3 до оси X. Эта линия называется граница конкурентоспособности. Математически граница конкурентоспособности – это выпуклая оболочка данных.

Граница конкурентоспособности представляет стандарт эффективности функционирования, который товары, находящиеся не на границе эффективности, могли бы попытаться достигнуть.

Будем говорить, что товары на границе конкурентоспособности имеют 100% конкурентоспособность. Т.е. 1-ый и 3-ий товары имеют 100% конкурентоспособность. Очевидным образом конкурентоспособность и 2-го, и 4-го товаров составляет меньше, чем 100%.

Следуя методологии, мы численно оцениваем конкурентоспособность (относительную) 4-го товара отношением:

$100 \cdot \frac{\text{длина отрезка от начала координат до точки 4}}{\text{длина отрезка от начала координат через точку 4 до границы конкурентоспособности}}$.

Тогда для 4-го товара его конкурентоспособность составит 36%.

Проводя аналогичные вычисления для 2-го товара, получим конкурентоспособность 43%.

Выполнив такой анализ, мы можем с большей, чем ранее, степенью понимания:

- идентифицировать лучшую практику;
- идентифицировать плохую практику;
- устанавливать цели;
- распределять ресурсы;
- отслеживать изменение конкурентоспособности во времени.

В нашем простом примере был только один вход и один выход. Это идеальный пример для простого графического анализа. При большем числе входов и выходов получить графическую интерпретацию сложнее.

Тем не менее, возможно выполнить точно такой же анализ, как и выше, но используя вместо графики аппарат математики. В рамках анализа сравнительной конкурентоспособности для оценивания любого числа товаров с любым числом входов и выходов мы должны:

- специфицировать входы и выходы для каждого товара;
- определить конкурентоспособность для каждого товара как сумму весов выходов (общего выхода) разделенную на сумму весов входов (общий вход), причем численные значения всех оценок должны лежать в интервале между нулем и единицей (т.е. между 0% и 100%);
- при определении численного значения конкурентоспособности конкретного товара веса выбирают так, чтобы максимизировать его конкурентоспособность, т.е. представить товар в наилучшем свете.

Задача оптимизации, полученная в результате моделирования, является нелинейной и поэтому, на первый взгляд, трудна для численного решения. В действительности, она может быть преобразована в задачу линейного программирования.

Решение представленной задачи позволяет дать количественную оценку конкурентоспособности и выявить направления ее повышения.