

СИСТЕМНО-КРИТЕРИАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ

© 2016 Агаева Лаура Бийсултановна

кандидат экономических наук, доцент кафедры “Финансы и кредит”

© 2016 Мамбетов Мурат Аскербиевич

заведующий кафедрой “Государственное и муниципальное управление”

© 2016 Шардан Саида Кемаловна

доктор экономических наук, доцент кафедры “Финансы и кредит”

Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия
369000, Карачаево-Черкесская Республика, г. Черкесск, ул. Ставропольская, д. 36
E-mail: salima@list.ru

Акцент делается на разработке многокритериальных моделей оценки конкурентоспособности продукции на основе параметров и показателей ее конкурентоспособности. При применении таких моделей должна совмещаться оценка как эффективности, так и стоимости инвестиционных вложений в инновационную наукоемкую продукцию, что позволит определить преимущества и недостатки перед конкурентами и сделать выводы для выработки предприятием собственной успешной конкурентной стратегии и поддержания конкурентного преимущества.

Ключевые слова: конкурентоспособность, оценка эффективности, этапы оценки конкурентоспособности, индексный метод, балльный метод, коэффициентный метод, метод функционального множества.

Для определения уровня конкурентоспособности продукции необходима количественная оценка ее состояния. Если нет подобной оценки, то предпринимаемые предприятием или фирмой шаги по поддержанию конкурентоспособности продукции (товара, услуги) на должном уровне останутся нереализованными. Если определить, какое место занимает данный товар на рынке наряду с таким же и ему подобным, то можно их сопоставить по определенным параметрам. Когда речь идет о возможностях сбыта товара на конкретном рынке, то необходимо проанализировать и использовать сведения, содержащие информацию об изделиях, которые появятся на рынке, об изменении спроса, предполагаемых новшествах в нормативных документах¹. По существу, основным параметром для оценки конкурентоспособности является состояние рыночных условий. После выбора того товара, который будет подвергаться анализу, определяется номенклатура показателей, которые участвуют в оценке. Для того чтобы получить ясную картину, необходимо руководствоваться теми же критериями, что и потребитель при его оценке и выборе товара. В связи с тем что товары имеют разное назначение, обладают различными техническими, потребительскими свойствами, сравнения проводятся

по соответствующим параметрам. В группу технических критериев входят следующие параметры: назначения, эргономические, эстетические и нормативные².

Область использования данной продукции, а также функции, которые она обязана осуществлять, определяются параметрами назначения. Параметры назначения показывают, какого полезного эффекта можно достичь при применении данной продукции или же если воспользоваться предлагаемыми услугами.

Соответствие данной продукции свойствам человеческого организма показывают эргономические параметры.

Информационную выразительность продукции, рациональность ее форм, правильное производственное применение продукции или техники характеризуют эстетические параметры. Эти параметры способствуют эффекту внешнего восприятия продукции, а также подчеркивают те свойства продукции, которые являются наиболее важными для потребителя³.

Каждая продукция должна обладать комплексом свойств, соответствующих устанавливаемым нормам, стандартам, нормативным документам, а также законодательным актам, действующим на данном рынке. Все эти

вопросы решаются на основе нормативных параметров.

В зависимости от того, продукция какой отрасли исследуется, различают конкурентоспособность сельскохозяйственной и промышленной продукции. Основными параметрами, при помощи которых можно квалифицировать конкурентоспособность промышленных товаров, являются экономические, организационные и технические показатели. Количество используемых показателей конкурентоспособности находится в зависимости от типа, вида, состояния, сложности продукции в техническом и эксплуатационном плане.

Относительно сельскохозяйственной продукции необходимо отметить, что технические параметры показывают качественные характеристики продукции, а экономические - отражают затраты, которые покупатель несет в процессе приобретения и потребления продукции.

Таким образом, индикаторы, характеризующие конкурентоспособность продукции сельского хозяйства, к которой относятся и продовольственные товары, можно разделить на качественные и экономические (формирующие цену реализации). Ведь первый шаг покупателя к приобретению товара начинается с оценки качественных характеристик продукции, а также его цены.

Методические разработки, изложенные в трудах зарубежных и отечественных ученых, раскрывают преимущественно методы оценки качества промышленных товаров, а особенности продукции агрокомплекса изучены недостаточно и требуют методологического подхода к разработке критериев ее оценки. Показатели должны в полной мере отражать конкурентные позиции, достигнутые успехи, быть статистически доступными и содержать минимум субъективной интерпретации⁴.

Критерии конкурентоспособности продукции должны отражать конкурентные преимущества продукции и раскрывать содержание исследуемой категории.

В частности, в молочном скотоводстве к качественным критериям продукции отнесены показатели, установленные государственными стандартами: содержание жира и белка в молоке, объем реализации молока высшего и первого сорта, калорийность продукции. В мясном скотоводстве - объем реализации крупного рогатого скота высшей упитанности; в свиноводстве - объем реализации мяса свиней II и III категорий.

К экономическим критериям отнесены: объем реализации продукции, себестоимость единицы продукции, средняя цена реализации единицы продукции.

Основными этапами оценки конкурентоспособности предложенного метода являются:

- выбор определенной группы критериев для конкретного вида продукции и базового образца для сравнения;
- расчет группового коэффициента по качественным и экономическим критериям;
- расчет интегрального показателя конкурентоспособности.

Индексы конкурентоспособности формируются под влиянием конъюнктуры рынка и степени его освоения, изменений покупательной способности населения, масштабов внедрения новых технологий. Поэтому необходим глубокий анализ причин и факторов конкурентоспособности, их фактических и ожидаемых соотношений по различным группам продукции и хозяйствующим субъектам.

Для сельскохозяйственной и продовольственной продукции предлагаются следующие методы, учитывающие специфику аграрной сферы и сложившуюся конкурентную среду⁵.

1. *Индексный метод.* Расчет индекса конкурентоспособности ($I_{кп}$) путем деления индекса качества ($I_{к}$) на экономический индекс ($I_{э}$).

$$I_{кп} = \frac{I_{к}}{I_{э}}. \quad (1)$$

Оба индекса определяются с учетом значимости включаемых в расчет показателей на основе опроса товаропроизводителей и потребителей продукции.

$$I_{к} (I_{э}) = \sum_i^n D_i Q_i, \quad (2)$$

где D_i - коэффициент значимости показателя;

Q_i - показатель, характеризующий уровень соответствия качественного или экономического параметра продукции аналогичному параметру товара-конкурента:

$$Q_i = \frac{W_i}{W_{iк}}, \quad (3)$$

где W_i - значение i -го параметра продукции собственного производства;

$W_{iк}$ - значение i -го параметра товара-конкурента.

В качестве основных параметров оценивается экологичность, качество продукции, цена, себестоимость, объем продаж и т.п.

При $I_{кп} > 1$ продукция потенциально конкурентоспособна, так как качественные параметры выше стоимостных. Это надежный резерв, обеспечивающий устойчивую востребованность продукции.

Данный метод имеет недостаток, который заключается в том, что не все критерии конкурентоспособности могут быть включены в расчет, так как не имеют количественного выражения или несопоставимы между собой, например, уровень сервисного обслуживания покупателей, платежеспособность населения, имидж предприятия.

2. *Балльный метод.* Преимущество балльного метода состоит в следующем:

- он более прост в расчетах, так как устраняет сложность количественного измерения качественных параметров;
- широко используется для сравнительного межхозяйственного анализа, более значимого при разработке стратегии повышения конкурентоспособности на перспективу.

Методика балльной оценки конкурентоспособности продукции такова:

- определяются параметры и балльность оценки конкурентоспособности. Выбор параметров осуществляется с точки зрения производителя, так как именно он заинтересован в дальнейшем увеличении объема продаж продукции и расширении сегментов рынка. Шкала оценки может быть 5-, 10- или 100-балльная;

- по уровню востребованности потребителями каждого параметра определяется его коэффициент значимости;

- экспертами каждому из параметров конкурентоспособности товара присваивается балл, который в дальнейшем корректируется на соответствующий ему коэффициент значимости;

- по совокупности параметров конкурентоспособности с учетом их значимости рассчитывается средний балл по средней арифметической взвешенной:

$$B_{cp} = \sum_{i=1}^n \frac{x_i \cdot k_i}{n}, \quad (4)$$

где i - параметры конкурентоспособности;

n - количество параметров конкурентоспособности;

x - балл по параметрам конкурентоспособности продукции;

k_i - коэффициент значимости параметра конкурентоспособности;

- определяется отклонение от выбранного значения балла, которое характеризует уровень конкурентоспособности продукта в сравнении с максимально возможным.

3. *Коэффициентный метод*, или *метод функционального множества*. Рассчитывается коэффициент конкурентоспособности, отражающий единство взаимодополняемых составных элементов процесса обеспечения конкурентоспособности.

$$K = f(Q, Ц, М, П), \quad (5)$$

где Q - качество продукции;

$Ц$ - издержки производства с учетом цены;

$М$ - маркетинг (спрос, объем продаж);

$П$ - потребитель (удовлетворение потребностей покупателей на данном сегменте рынка).

$K = 1$ свидетельствует о продаже продукции с высоким качеством и относительно низким уровнем цены, равным или превышающим затраты на ее производство и реализацию. $K > 1$ характеризует рост спроса на данный продукт и обеспечивает товаропроизводителю прирост прибыли. $K < 1$ означает, что продукция не конкурентоспособна, так как ее параметры не удовлетворяют требованиям потребителей и производителя.

В заключение следует отметить, что с учетом складывающейся ситуации на мировом и внутреннем рынках сельскохозяйственной продукции теоретический и практический интерес приобретает определение методов оценки уровня ее конкурентоспособности, адекватных рыночным условиям функционирования аграрных предприятий.

¹ Шардан С.К. Формирование региональной организационно-функциональной структуры государственных закупок // Территория экономики. Ростов-на-Дону, 2009. № 3.

² Родионова Л.Н. Оценка конкурентоспособности продукции // Маркетинг в России и за рубежом. 2000. № 1. С. 63-77.

³ Ребрин Ю.И. Управление качеством : учеб. пособие. Таганрог, 2009.

⁴ Фомин В.Н. Квалиметрия. Управление качеством. Сертификация Москва, 2008.

⁵ Шардан С.К. Указ. соч.

Поступила в редакцию 02.11.2016 г.