

Завадська Є.Г.

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Конкурентоспроможність продукції проявляється на ринку в процесі її реалізації як товару і визначається насамкінець споживачем. Сутність конкурентоспроможності продукції проявляється в основному через три групи показників, за якими вона оцінюється. Це корисність продукції (якість, ефект від використання), затрати споживача при задоволенні його потреби продукцією (ціна товару в момент його купівлі, затрати на використання, ремонт, утилізацію), а також здатність продукції до пропонування (спосіб просування товару на ринок, умови платежу, канали збуту, сервісне обслуговування). Таким чином, конкурентоспроможність має розглядатись як відносна характеристика продукції, яка відображає її відмінність від продукції конкурента за ступенем відповідності однаковій потребі та за затратами на її задоволення.

Основні методологічні засади оцінювання конкурентоспроможності продукції:

- конкурентоспроможність продукції оцінюється шляхом порівняння двох або більше аналогів, що зумовлює відносність показника;
- оцінці підлягають лише такі характеристики продукту, що зацікавляють споживача з точки зору задоволення його потреби;
- рівень конкурентоспроможності встановлюється у чітко визначеному контексті (мета оцінки), з урахуванням умов її реалізації та споживання.

Процедура оцінювання конкурентоспроможності продукції, як правило, включає в себе багато етапів. Їх зміст та способи виконання залежать від таких чинників як мета оцінки, різновид продукції, стадія його життєвого циклу тощо.

Існує декілька методичних підходів до обчислення підсумкового (інтегрального) показника, що характеризує рівень конкурентоспроможності продукції. Їх об'єднує основний принцип оцінки, а саме: конкурентоспроможною є така продукція, в якій відношення корисного ефекту до затрат споживача є найбільшим порівняно з іншими. Для оцінки конкурентоспроможності перспективних виробів, які ще не набули розповсюдження на даному ринку, може бути доцільним використання такого методу. Необхідно аналізувати продукцію як систему обслуговування потреби і розглядати показники якості такої системи. Корисний ефект від експлуатації або споживання продукції є гомоморфним відображенням показників якості цієї продукції. При цьому необхідно розглядати все розмаїття показників якості, серед яких — показники призначення, надійності, технологічності, ергономічності, безпеки, а також естетичні, економічні показники та ін. Затрати на всіх етапах життєвого циклу продукції після її придбання також визначаються показниками якості всієї системи обслуговування певної суспільної потреби. Отже, попередня оцінка рівня конкурентоспроможності продукції може бути зроблена на основі порівняння ціни продукції за певний період часу на ринку і показників якості, які визначають корисний ефект і затрати на всіх етапах її життєвого циклу після придбання.

Слід зазначити, що оцінка конкурентоспроможності продукції — це складний трудомісткий процес, який найкраще організувати у вигляді проекту та

залучити до його реалізації експертів, що мають надійну інформацію і достатню кваліфікацію у сфері розробки, виробництва та реалізації продукції.

Робота виконана під керівництвом ст. викл. каф. ЕПОД Чобіток В.І.

