

ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ

С.С. Дрозд, Г.В. Круглякова

*Учреждение образования «Гомельский государственный
технический университет имени П.О. Сухого», Республика Беларусь*

Промышленный комплекс Республики Беларусь в целом, и особенно по продукции машиностроения, ориентирован на экспорт. И в то же время у нас идет реализация активной политики импортозамещения. В обоих случаях к продукции проявляются требования по совершенствованию качества, оптимизации модельного ряда, детального изучения сегментов рынка. Все это предполагает наличие на предприятии обоснованной маркетинговой стратегии, обеспечивающей стабильность производителя, рост объемов производства и т. д. В связи с этим актуальным становится вопрос повышения конкурентоспособности выпускаемой продукции, постоянное отслеживание ее уровня в сравнении с товарами-конкурентами.

Уровень конкурентоспособности можно определить индексным методом, методом экспертных оценок, расчетом коэффициента функционального множества, построением радара конкурентоспособности товара и многими другими.

Использование любого метода сопряжено с массовыми расчетами крупных блоков показателей, их производных, определением уровня точности результатов, что выливается в большие затраты времени, средств и возможность возникновения ошибок.

Целью нашей работы была разработка автоматизированной компьютерной программы «Конкурентоспособность продукции», использование которой исключило бы указанные выше недостатки. За основу программы был принят комбинированный метод – индексный в сочетании с методом экспертных оценок.

В предлагаемой программе соблюдена схема оценки конкурентоспособности товара, включающая этапы: анализ рынка и выбор наиболее конкурентоспособного товара, т. е. образа, как базы для сравнения; выбор групповых и единичных показателей, определение коэффициентов их значимости; оценка групповых и единичных показателей; расчет относительных, затем комплексных показателей и, наконец, – обобщающего показателя конкурентоспособности.

Поскольку конкурентоспособность продукции – это ее способность удовлетворять потребности конкретного рынка в сравнении с товаром конкурентов, поэтому исходя из предпочтений конкретных покупателей должны быть выбраны групповые и единичные показатели качества.

Вопросу установления цены при выводе товара на рынок также уделяется особое внимание, разрабатываются и совершенствуются методики обоснования «конкурентной» цены.

Все эти факторы учтены при разработке автоматизированной компьютерной программы «Конкурентоспособность продукции». Для функционирования программы необходим IBM PC совместимый персональный компьютер с установленной операционной системой Windows 95/98/98SE/Me или Windows NT 4/0/200/XP и приложением Microsoft Access 97/2000/2002 из пакета Microsoft Office; 2 Мб свободного дискового пространства; установленный в операционной системе драйвер принтера.

Действенность программы проверена на примере оценки конкурентоспособности малогабаритной полуавтоматической стиральной машины «Алеся-2», выпускаемой РУП «Гомельский станкостроительный завод им. С.М. Кирова». Шкала оценок показателей выполнена по 50-балльной системе. Потребительские свойства машины представлены двумя группами показателей – качество и сервисное обслуживание. В первую группу включены такие единичные показатели, как безотказность, сохранность, производительность, безопасность применения, сертификация, масса, дизайн; во вторую – информация о товаре, гарантийное обслуживание, наличие сервисных центров. Экономические показатели включают цену продажи и цену потребления, последняя представлена потребляемой мощностью и затратами на ремонт.

Товарами-конкурентами, поступающими на белорусский рынок из Российской Федерации, являются малогабаритные полуавтоматические стиральные машины «Фея-2М» и «Сибирь-К», первая из которых выбрана за базу сравнения.

Из результатов, полученных при использовании компьютерной программы «Конкурентоспособность продукции», видно:

- мнения экспертов достаточно согласованы, коэффициент вариации находится в пределах от 0 до 13 %;
- более высоким и одинаковым для всех стиральных машин баллом отмечен показатель безопасности, минимальную оценку по показателю дизайна получила марка «Сибирь-К»;
- в целом по группе показателей качества машина «Фея-2М» превосходит остальные образцы, уступая только в массе и производительности, хотя последний признак может быть обусловлен более высоким качеством стирки;
- по группе показателей сервисного обслуживания стиральная машина «Алеся-2», особенно по гарантийным обязательствам, значительно уступает товарам-конкурентам.

Этот анализ по оценке конкурентоспособности продукции с помощью автоматизированной компьютерной программы можно было бы продолжить и по остальным группам показателей, но приведенных примеров достаточно, чтобы сделать вывод о результативности использования программы.

В итоге получен коэффициент конкурентоспособности марки «Алеся-2», равный 0,94; «Сибирь-К» – 0,76 при уровне этого показателя для базового образца – 1.

Таким образом, предлагаемая компьютерная программа «Конкурентоспособность продукции», разработанная нами в плане выполнения кафедральной научно-исследовательской работы, дает возможность квалифицированно провести оценку конкурентоспособности промышленной продукции. При наличии программного обеспечения такую работу можно выполнять постоянно, например, оценивать влияние на уровень конкурентоспособности разных аспектов совершенствования продукции или появления на рынке новых товаров-конкурентов, выявлять слабые сто-

Развитие маркетинговой деятельности в современных условиях 121

роны товара и т. д. Как следствие, все это найдет выражение в более правильном поведении предприятия на рынках сбыта.

Нами был рассчитан ожидаемый экономический эффект от внедрения. Он составил 2624,88 тыс. р., срок окупаемости – четыре месяца.

В настоящее время программное обеспечение «Конкурентоспособность продукции» используется при выполнении курсовых и дипломных работ, что засвидетельствовано актом внедрения результатов научно-исследовательской работы в учебный процесс.