

Тема 6

Аналіз як метод збору інформації в умовах конкурентного середовища

Аналіз конкурентноздатності продукції. Для оцінки конкурентноздатності продукції підприємства необхідно зрівняти відносини (Якість / Ціна) продукції власного виробництва й продукції конкурента. Із цією метою розраховують одиничні, групові й інтегральні показники конкурентноздатності продукції.

- Одиничні показники - відображають процентне відношення рівня якого-небудь технічного або економічного параметра до величини того ж параметра продукту-конкурента:

$$q = \frac{P}{P_{\text{конкурент}}} * 100$$

де P – рівень параметра досліджуваного виробу;

$P_{\text{конкурент}}$ – рівень параметра виробу конкурента

– Груповий показник (G) – поєднує одиничні показники (q_i) по однорідній групі параметрів (технічних, економічних) за допомогою вагових коефіцієнтів (a_i), що визначені експертним шляхом:

$$G = \sum a_i q_i, \text{ де } \sum a_i = 1$$

Інтегральний показник (J) - являє собою відношення якості до ціни:

$$J = \frac{G_m}{G_3}$$

де G_m – груповий показник по технічних параметрах;

G_3 – груповий показник по економічних параметрах

Якщо $J < 1$, то аналізований виріб уступає зразку, а якщо $J > 1$, то воно перевершує виріб конкурента по своїх параметрах.