

УДК: 338

С. Є. Хрупович канд. економ. наук, доц., В. Ониськів

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

S. Hrupovych, V. Onyskiv

EVALUATION OF THE COMPETITIVENESS THE NEWPRODUCTS OF THE ENTERPRISE

Однією з головних причин кризових явищ, які спостерігаються сьогодні в Україні, є низький рівень конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств. Тому на сьогодні досягнення конкурентоспроможності продукції на світовому ринку – одне з найважливіших завдань розвитку підприємства і країни в цілому, яке нерозривно пов'язане з ефективністю виробництва, забезпеченням випуску необхідної кількості сучасних виробів і поліпшенням якості вже існуючого асортименту.

Загалом, конкурентоспроможність товару – відносна й узагальнена характеристика товару, що виражає його вигідні відмінності від товару-конкурента за ступенем задоволення потреби і за витратами на її задоволення. Іноді під конкурентоспроможністю товару розуміють лише комплекс певних споживчих властивостей, відрізняючи його від вартості. Однак варто пам'ятати, що величина конкурентоспроможності тісно переплітається з властивостями та ціною продукції. Тому визначення конкурентоспроможності нової продукції необхідно провести методом бальних параметричних оцінок згідно залежності ціни та якості, при цьому, виділивши дві групи параметрів інновації, які вказують на її властивості, а саме:

- 1) параметри, у яких виражена якість товару-новинки;
- 2) параметри, у яких виражена ціна товару-новинки.

Для кожної групи параметрів необхідно створити відповідні еталонні шкали, а саме шкалу параметрів якості товару та шкалу економічних параметрів, які визначають ціну товару. Відповідному параметру кожної групи експерти повинні встановити максимальну бальну оцінку. Також, необхідно визначити суму балів усіх параметрів. Поділивши бальну оцінку відповідного параметра на суму оцінок, отримуємо вагу параметра в оцінювальній шкалі. Приклад еталонної шкали та визначення ваг наведені у таблиці 1.

Наступним кроком є визначення інтегрального показника конкурентоспроможності нового товару. Для знаходження цього показника необхідно, відповідно до можливо допустимої оцінки (кількості балів) оцінювальної шкали, виставити бальні оцінки нового товару та товару-конкурента.

Таблиця 1

Еталонна шкала та визначення ваг

№	Параметр	Максимальна оцінка параметра	Вага
1	I	b_1	$d_1 = \frac{b_1}{S}$
2	II	b_2	$d_2 = \frac{b_2}{S}$
÷	÷	÷	÷
n	n	b_n	$d_n = \frac{b_n}{S}$
		$S = \sum_{s=1}^n b_s$	

Інтегральний показник визначається відношенням індексу конкурентоспроможності за споживчими параметрами до індексу конкурентоспроможності за економічними параметрами. Даний показник розраховується за наступною формулою:

$$K = \frac{I_p}{I_e}, \quad (1)$$

Де: I_p – груповий параметричний індекс, який вважаємо оцінкою ступеня задоволення потреби споживчими властивостями виробу, I_e – груповий індекс конкурентоспроможності за економічними параметрами.

Груповий параметричний індекс I_p , розраховуємо наступним чином:

$$I_p = \sum_{i=1}^n c_i \cdot d_i, i = \overline{1, n} \quad (2)$$

Де: n – число кількісних параметрів, які входять до шкали аналізу; c_i – параметричний індекс параметра; d_i – вага i -го параметричного індексу.

Груповий індекс конкурентоспроможності по економічних параметрах визначають за формулою:

$$I_e = \sum_{j=1}^m a_j \cdot k_j, j = \overline{1, m} \quad (3)$$

Де: m – кількість економічних параметрів, які аналізують; a_j – параметричний індекс j -го параметра k_j – вага j -го параметричного індексу.

Розрахувавши відповідні величини для інноваційного продукту та конкурентного товару згідно з формулами 2 та 3, отримаємо групові індекси. На даному етапі також необхідно підсумувати отримані цінні та якісні групові індекси інновації та товару-конкурента для того, щоб можна було розрахувати інтегральні показники (за формулою 1).

Отримані дані й засвідчать чи товар-новинка є конкурентоспроможний на ринку чи ні.