

**А.Й. Павлик, В.П. Стрихальська**

Технічний коледж Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, Україна

## МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

**A.Y. Pavlyk, V.P. Strykhalska**

## METHODS OF ESTIMATE OF COMPETITIVENESS OF ENTERPRISE

В ринкових умовах господарювання актуальним завданням кожного підприємства є аналіз та оцінка рівня конкурентоспроможності фірми. На практиці, при вирішенні таких завдань, для функціональної повноти і достовірності оцінки конкурентоспроможності використовують одночасно декілька методів: графічний, аналітичний, матричний та інші.

Предметом дослідження є методичні підходи до оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства. В якості об'єкту дослідження вибрано наступні автомобільні компанії: 1.Porsche AG, 2.ПАТ «ЗАЗ», 3.Skoda Auto. Інформація для розрахунку показників була отримана в процесі опитування 5 респондентів. Всі дані зведені у табл.1.

Таблиця 1

Матриця оцінки конкурентоспроможності підприємств на ринку

Фактор конкурентоспроможності	Одинична оцінка підприємств			Питома вага	Інтегральний показник підприємства		
	1	2	3		1	2	3
Технічні характеристики	4,4	4,6	4,4	0,15	0,66	0,69	0,66
Якість продукції	4,6	4,4	4,8	0,30	1,38	1,32	1,44
Положення на ринку	4,4	4,6	4,4	0,20	0,88	0,92	0,88
Асортимент	4,6	4,4	4,8	0,15	0,69	0,66	0,72
Надійність поставки	4,8	4,4	5,0	0,10	0,48	0,44	0,50
Можливості збуту	4,4	4,8	4,6	0,10	0,44	0,48	0,46
Сумарна оцінка	X			1,00	4,53	4,51	3,98
Коефіцієнт конкурентоспроможності	X			X	0,755	0,751	0,663

Рейтинг результатів розрахунку коефіцієнтів конкурентоспроможності підприємств при використанні аналітичного методу представлено в табл.2. За результатами ранжирування видно, що високі значення коефіцієнта конкурентоспроможності займає компанія Porsche AG. Це означає, що для всіх компаній характерна реалізація стратегії «ринкового претендента».

Таблиця 2

Стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємств

Підприємство	Конкурентоспроможність	Стратегія
1. Porsche AG	0,755	Ринковий претендент (0,5 < СК < 0,9)
2. ПАТ «ЗАЗ»	0,751	
3. Skoda Auto	0,663	

Графічний спосіб представлення рівня конкурентоспроможності підприємства передбачає побудову багатокутника конкурентоспроможності на відповідній діаграмі, яка зображена на рис.1.

$$\alpha_{\text{якість продукції}} = R_{\text{технічні характеристики}} * 360 = 0,15 * 360 = 54; \sin 54 = 0.8090$$

$$\alpha_{\text{положення на ринку}} = R_{\text{якість продукції}} * 360 = 0,30 * 360 = 108; \sin 108 = 0.9510$$

$$\alpha_{\text{асортимент}} = R_{\text{положення на ринку}} * 360 = 0,20 * 360 = 72; \sin 72 = 0.9510$$

$$\alpha_{\text{надійність поставки}} = R_{\text{асортимент}} * 360 = 0,15 * 360 = 54; \sin 54 = 0.8090$$

$$\alpha_{\text{можливості збуу}} = R_{\text{надійність поставки}} * 360 = 0,10 * 360 = 36; \sin 36 = 0.5877$$

$$\alpha_{\text{технічні характеристики}} = R_{\text{можливості збуу}} * 360 = 0,10 * 360 = 36; \sin 36 = 0.5877$$

Підприємству, яке має найбільший рівень конкурентоспроможності, буде відповідати багатокутник з максимальною площею. Площу кожного багатокутника можна обчислити за формулою. Результати цих обчислень наведені нижче.

$$S_1 = \frac{1}{2} * 0.8090 * 0.66 * 1.38 + \frac{1}{2} * 0.9510 * 1.38 * 0.88 + \frac{1}{2} * 0.9510 * 0.88 * 0.69 + \frac{1}{2} * 0.8090 * 0.69 * 0.48 + \frac{1}{2} * 0.5877 * 0.48 * 0.44 + \frac{1}{2} * 0.5877 * 0.44 * 0.66 = 1.5237$$

$$S_2 = \frac{1}{2} * 0.8090 * 0.69 * 1.32 + \frac{1}{2} * 0.9510 * 1.32 * 0.92 + \frac{1}{2} * 0.9510 * 0.92 * 0.66 + \frac{1}{2} * 0.8090 * 0.66 * 0.44 + \frac{1}{2} * 0.5877 * 0.44 * 0.48 + \frac{1}{2} * 0.5877 * 0.48 * 0.69 = 1.5112$$

$$S_3 = \frac{1}{2} * 0.8090 * 0.66 * 1.44 + \frac{1}{2} * 0.9510 * 1.44 * 0.88 + \frac{1}{2} * 0.9510 * 0.88 * 0.72 + \frac{1}{2} * 0.8090 * 0.72 * 0.50 + \frac{1}{2} * 0.5877 * 0.50 * 0.46 + \frac{1}{2} * 0.5877 * 0.46 * 0.66 = 1.5904$$

Таблиця 3

Стратегії конкурентоспроможності підприємств

Підприємство	Значення площі багатокутника, кв. од.	Коефіцієнт конкурентоспроможності	Рейтинг	Стратегія
1	1,5237	0,9580	2	Ринковий послідовник (0,9 < СК < 1)
2	1,5112	0,9501	3	
3	1,5904	1,0000	1	Лідер (СК=1)

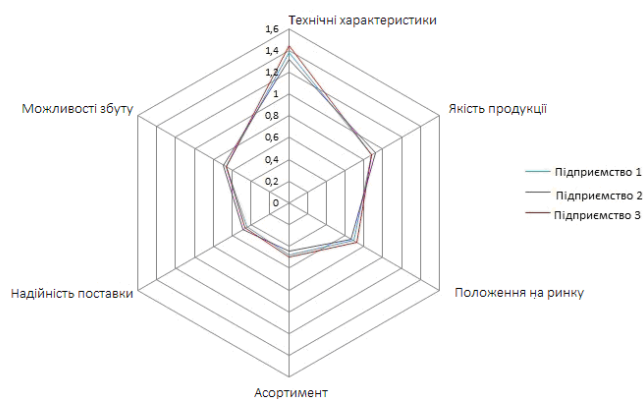


рис. 1. Радар конкурентоспроможності для автомобільних компаній

Як бачимо, отримані результати при розрахунку показників конкурентоспроможності за аналітичним і графічним методами дещо відрізняються. Отже, результат розрахунків конкурентоспроможності за аналітичним методом є більш достовірним. За результатами графічного аналізу конкурентоспроможності можна вважати, що лідером визнано автомобільну компанію Porsche AG, інші підприємства визнані ринковими послідовниками.