

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА ЗА ДОПОМОГОЮ МЕТОДУ ЕКСПЕРТНИХ ОЦІНОК

©Бондаренко Л.А., 2011

Оцінка конкурентоспроможності - це розрахунок, інтерпретація і аналіз комплексу показників, які характеризують конкурентоспроможність підприємства та конкурентоспроможність продукції у цілому [2]. У роботі [1] наведено, що об'єктом аналізу конкурентних переваг підприємства є внутрішні чинники, які знаходяться під його контролем. Як показав аналіз літературних джерел, не існує єдиної думки науковців з приводу того, які саме чинники необхідно брати за основу під час оцінки конкурентоспроможності машинобудівного підприємства. Сорокіна І.С. [4] стверджує, що для з'ясування конкурентоспроможності підприємства необхідна наявність базового об'єкта для порівняння. Воно повинно володіти певними показниками, щоб порівняння з ним було коректним. Ряд досліджень в якості базового зразка пропонують конкретну продукцію, яка домінує (має найбільшу долю по обсягу продаж) на конкретному обраному ринку. Інші дослідники за базову продукцію приймають споживчу модель продукції, тобто ту продукцію, яку бажають придбати покупці. Зазначимо, що більшість методичних підходів оцінюють конкурентоспроможність машинобудівного підприємства через конкурентоспроможність його продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках. Цієї ж думки дотримується Р.А. Фатхутдінов [5], який розглядає конкурентоспроможність підприємства як середньозважену величину за показниками конкурентоспроможності конкретних товарів на конкретних ринках [1].

Конкурентоспроможність підприємства - інтегральний показник, який формується через ефективне використання виробничого, науково-технічного, трудового, інформаційного, маркетингового і фінансового потенціалів підприємства [1]. Але одержати інформацію у повному обсязі за вищеперерахованими напрямками практично неможливо, у зв'язку з обмеженим доступом до інформації. Саме тому одним із наукових методів вивчення економічних параметрів в умовах відсутності інформації є експертні оцінки. Прийняття рішень на основі експертних оцінок є одним із найважливіших методів прийняття рішень. Але, не зважаючи на багату історію методів прийняття рішень на основі експертних оцінок і велику кількість методів обробки експертної інформації, на сьогодні не існує загально науково-обґрунтованої класифікації методів експертних оцінок і рекомендацій щодо їх застосування [3].

Для отримання об'єктивної оцінки конкурентоспроможності продукції по всьому її асортименту достатньо провести оцінку основної номенклатури машинобудівної продукції або базових моделей. Номенклатуру показників якості продукції для цілей її вимірювання необхідно обирати з врахуванням: аналізу вимог користувачів, вимог до застосування нормативно-правових актів, призначення та умов експлуатації, задач з управління якості продукції, складу та структури, що характеризують їх властивості, можливість з'ясування величин показників якості.

З цією метою було розроблено анкету, де визначено основні чинники (показники) конкурентоспроможності машинобудівної продукції, яку запропоновано експертам (провідним науковцям, високоякісним спеціалістам у даній сфері).

З великої кількості методів обробки експертної інформації (метод мозкової атаки, метод «сценаріїв», метод «ділових ігор», метод «суду», метод «Дельфі» та ін.) ми будемо використовувати метод безпосередньої оцінки, який полягає у тому, що діапазон вимірювання розбивається на декілька інтервалів, кожному з яких присвоюється певна оцінка від 0 до 10. Начало шкали 0 балів – це відсутність значення параметру. Задача кожного експерта, приписати кожному параметру числове значення P_j в межах використаної ним шкали. В якості об'єкта була обрана машинобудівна

продукція ХК "АвтоКрАЗ". При аналізі зібраних експертних даних обчислюється середнє по всім експертам значення P_i за формулою [4]:

$$P_i = \frac{\sum_{j=1}^N P_{ij}}{N} \quad (1)$$

Величини P_i можуть бути використані для з'ясування коефіцієнту вагомості та оцінці показників якості. Для того, щоб визначити коефіцієнт вагомості, потрібно дотримуватись умови $\sum_{i=1}^n M_i = 1$, отримуємо формулу:

$$M_i = \frac{P_i}{\sum_{i=1}^n P_i} \quad (2)$$

Дана операція носить назву нормована.

Результати роботи експертів ми перевірили по узгодженості думок експертів. Для подібних цілей використовується коефіцієнт конкордації. Залежно від рівня узгодженості думок експертів коефіцієнт конкордації може набувати значення від 0 (за відсутності узгодженості) до 1 (за повної однотайності). Значення коефіцієнта конкордації свідчить про високий рівень узгодженості думок експертів [1]. Розраховується загальний коефіцієнт конкордації для п'яти експертів за формулою [2]:

$$W = \frac{12 \cdot S}{m^2(n^3 - n)} \quad (3)$$

де m – кількість експертів, n – кількість спостережень, S – сума квадратів відхилень суми рангів за факторами від його середнього арифметичного значення:

$$S = \sum_{j=1}^m \left(x_{ij} - \frac{1}{2}m(n+1) \right) \quad (4)$$

Коефіцієнт W вимірюється в діапазоні від 0 до 1. Якщо судження експертів співпадають, то коефіцієнт конкордації ближчий до одиниці. Якщо відмінності між ними великі, суми рангів будуть ближчими один до одного по всій величині, і тоді сума квадратів відхилень рангів буде менше її максимального значення, тоді коефіцієнт W складе меншу величину (близьку до нуля). Розрахунковий коефіцієнт дорівнює $W=0,44$. Значення коефіцієнту конкордації показав маленьку погодженість думок експертів.

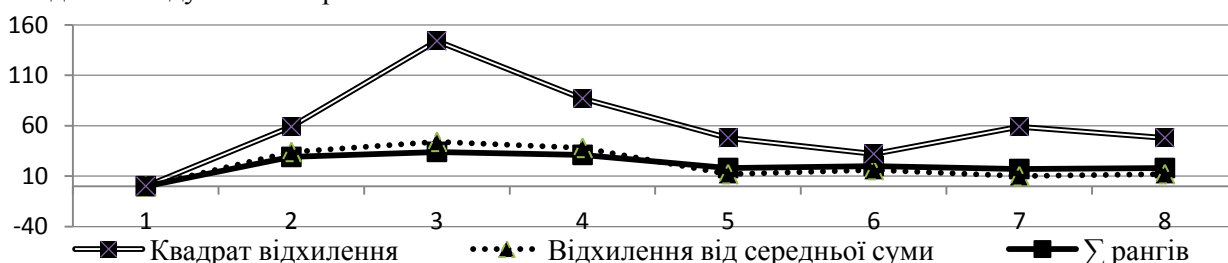


Рис. 1. Графік числових оцінок поставлених експертами.

Вищезазначені розрахунки дозволяють стверджувати, що виділені чинники є ваговими у забезпеченні конкурентоспроможності підприємств машинобудівної галузі в нинішніх умовах господарювання.

1. Герасименко І.О. Методичний підхід до визначення чинників конкурентоспроможності підприємств птахівничої галузі // *Актуальні проблеми економіки*. – 2008. – № 6(84). 2. Голубков Е.П. *Маркетинг для маркетологів. Предплановые маркетинговые исследования и стратегический анализ* // *Маркетинг в России и за рубежом*. – 2008. – № 2. 3. Коваленко О.Є. *Стійкість результатів обробки експертних оцінок у системах підтримки прийняття рішень* // *Актуальні проблеми економіки*. – 2010. – № 10(112). 4. Сорокіна І.Е. *Методи оцінки конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів* // *Маркетинг в России и за рубежом* – 2009. – № 4(72). 5. Фатхутдинов Р.А. *Управление конкурентоспособностью организации: Учебное пособие*. – М.: Эксмо, 2004.