

ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ В РИНКОВИХ УМОВАХ ПРИ ВИБОРІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ

Розглянуто і проаналізовано методи оцінки конкурентоспроможності підприємств в ринкових умовах. Обґрунтовано використання інтегрального індексу конкурентоспроможності підприємства автомобільного транспорту при визначенні стратегії його розвитку.

В ринкових умовах автотранспортні підприємства змушені дбати про рівень власної конкурентоспроможності, який напряму залежить від тарифу та якості наданих ними послуг. В свою чергу від рівня конкурентоспроможності прямопропорційно залежить прибуток підприємства, оскільки йому необхідно «завоювати» собі достатні обсяги перевезень, та зайняти свою нішу на ринку транспортних послуг, за умови забезпечення конкурентоспроможного та ефективного тарифу.

В світовій економічній науці було розроблено ряд систем показників для оцінки конкурентоспроможності підприємств, серед яких широке розповсюдження здобули матричні методи: матриця "ріст / частка", матриця Бостонської консалтингової групи, матриця Мак - Кінсі, матриця "продукція / ринок" і т. ін. Данні методи орієнтуються лише на попит і не враховують діяльність конкурентів, які проводять монополістичну політику на ринку.

В зв'язку з цим, в якості показника конкурентоспроможності при визначенні найбільш ефективного варіанту реалізації стратегій розвитку підприємств автомобільного транспорту доцільно використовувати інтегральний індекс конкурентоспроможності [1]. З урахуванням якісних і вартісних показників інтегральний індекс конкурентоспроможності визначається за формулою:

$$K_{kc} = \frac{R}{G}, \quad (1)$$

де R – зведений індекс конкурентоспроможності по якісним характеристикам;

G – зведений індекс конкурентоспроможності по вартісним характеристикам.

Зведений індекс конкурентоспроможності по якісним характеристикам R визначається за формулою:

$$R = \frac{\sum_{i=1}^s E_i W_i}{\sum_{i=1}^s W_i}, \quad (2)$$

де E_i – показник якості перевезень, ($E_i > 1$ – при позитивних якостях, $E_i < 1$ – при негативних якостях);

W_i – коефіцієнт важливості i -го показника, $0 \leq W_i \leq 1$

s – кількість показників якості.

Показник якості перевезень визначається за формулою:

$$E_i = \frac{h_{ie}}{h_i}, \quad (3)$$

де h_{ie} – значення окремого показника якості перевезень на підприємстві до впровадження стратегії розвитку;

h_i – значення цього ж показника якості після впровадження стратегії розвитку.

Оцінка конкурентоспроможності за вартісними показниками G визначається за формулою:

$$G = \frac{\sum_{i=1}^s N_i Q_i}{\sum_{i=1}^s Q_i}, \quad (4)$$

де N_i – вартісний показник i - го виду послуги для підприємства;

Q_i – коефіцієнт важливості i - го виду послуг;

s – кількість послуг, які надає підприємство.

Вартісний показник i - го виду послуги для підприємства визначається за формулою:

$$N_i = \frac{E_i}{E_{ie}}, \quad (5)$$

де E_{ie} – значення показника вартості i - го виду послуги до впровадження стратегії розвитку;

E_i – значення показника вартості i - го виду послуги на підприємстві після впровадження стратегії розвитку.

Якщо в результаті впровадження варіанту реалізації стратегії розвитку виробництва інтегральний індекс конкурентоспроможності підвищився $K_{kc} > 1$, він приймається для подальшого аналізу. В протилежному випадку - варіант реалізації стратегії відхиляється.

Список літературних джерел

1. Біліченко В. В. Визначення ефективності проектів трансформації на підприємствах автомобільного транспорту / В.В. Біліченко, В.О. Огневий // Вісник Вінницького політехнічного інституту. – 2009. – № 6. – С. 33–38.

2. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление / Д. Аакер ; [пер. с англ. Ю.Н. Каптуревский]. – СПб. : Питер, 2003. – 544 с.

Огневий Віталій Олександрович – асистент кафедри автомобілів та транспортного менеджменту, Вінницький національний технічний університет.