

### Литература.

1. Дружинин В.Н. Психология общих способностей.- М.: Латерна Вита, 1995.
2. Психология одаренности детей и подростков/Под ред. Н.С.Лейтеса. – М.: Академия, 1996.
3. Холодная М.А. Психология интеллекта: парадоксы исследования.- Москва-Томск., 1997.

В.А. Павлова  
Дніпропетровський університет  
економіки та права)

## Оцінка конкурентоспроможності підприємств за методом аналізу ієрархій.

Проблема конкурентоспроможності в умовах трансформації ринкових відносин постає як практичне завдання для обґрунтування окремих напрямів розвитку підприємств. Їх необхідно озброїти методикою комплексної оцінки конкурентоспроможності продукції (товару, послуги) та самого підприємства. Далі мова може йти про конкурентоспроможність як об'єкт дослідження на рівні галузі, регіону.

Одним з методів оцінки досліджуваної категорії є метод аналізу ієрархій. Сутність його полягає в тому, що проблема представлена у вигляді різномірної ієрархії. [1, с. 158, 2, с. 88]. Перший рівень показує мету дослідження, тобто конкурентоспроможність підприємств. На другому рівні складається матриця попарних порівнянь критеріїв конкурентоспроможності з метою встановлення коефіцієнта вагомості кожного критерію. На третьому рівні розробляється матриця попарних порівнянь для досліджуваних підприємств. В результаті розрахунків на четвертому рівні одержують узагальнюючі критерії конкурентоспроможності.

Застосування такого методу на практиці більш доступне, ніж інших, оскільки практичні працівники можуть самі виступати у ролі експертів.

Дослідження проводилося у трьох торговельних підприємствах різних організаційно-правових форм м. Дніпропетровська, а саме у: магазині № 35 мережі продуктових магазинів "АТБ-Маркет" (далі № 1), магазині "Продукти" ТОВ "Український торговельний будинок" (№ 2), магазині "Продукти" ПП "Ліга" (№ 3). Підприємства розташовані в одному районі діяльності, мають відносно однакові загальні характеристики та фінансово-господарські показники.

Шкала відносної важливості включає інтенсивність критеріїв від 1 до 9, а також обернені величини приведених чисел. Інтенсивність визначається як рівна важливість, помірна перевага одного критерію над іншим, вагома, значна, дуже велика перевага та проміжне рішення між сусідніми думками.

Для розробки матриці порівнянь було взято такі критерії: якість товарів, які реалізуються на конкретному підприємстві (А), асортимент товарів (В), культура обслуговування (С), умови обслуговування покупців (D). Після визначення коефіцієнтів вагомості критеріїв експерти порівнюють відносну важливість вертикальних та горизонтальних елементів матриці, і, таким чином визначаються результати суб'єктивних парних думок експертів.

Після цього проводиться розрахунок векторів-пріоритетів, які відображають відносний вплив критерію на конкурентоспроможність. Значення векторів визначаються шляхом перемножування чисел кожного рядка, а з підсумку добувається корінь (у нашому випадку дослідження проводилося з чотирма критеріями А, В, С, D,  $n=4$ ), далі знаходиться сума компонентів та розраховуються відповідні вектори пріоритетів.

Паралельно визначається індекс узгодженості (ІУ) і відношення узгодженості (ВУ).

За такою ж методикою проводяться розрахунки для складання матриці попарних порівнянь самих підприємств відносно критеріїв другого рівня. Локальні пріоритети підприємств

(третій рівень) перемножаються на пріоритет відповідного критерію (другий рівень).

Значення узагальнюючих критеріїв конкурентоспроможності подано у табл.

Таблиця 1

Узагальнення локальних пріоритетів торговельних підприємств

Величини локальних пріоритетів					Узагальнені пріоритети
Підприємства	Якість товарів	Асортимент товарів	Культура обслуговування	Умови обслуговування	
№ 1	0,535	0,616	0,600	0,722	0,590
№ 2	0,233	0,134	0,199	0,072	0,174
№ 3	0,233	0,250	0,199	0,205	0,241

З таблиці видно, що найбільшу конкурентоспроможність має магазин № 35 мережі "АТБ-Маркет", що підтверджується його іміджем та сегментом ринку у районі обслуговування. Для інших підприємств одержані розрахунки стають підставою для перегляду стратегії діяльності.

Оскільки підприємства є первинною ланкою економіки, то, виходячи з їх конкурентоспроможності, можна дійти висновку про конкурентоспроможність галузі і господарського комплексу регіону в цілому.

Таким чином, теорія і практика визначення конкурентоспроможності підприємства стає важливим напрямком

стратегічного планування його розвитку як невід'ємної складової регіональних програм.

#### Література:

1. Лифиц И.М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг. – М.: Юрайт-М, 2001. – 224 с.
2. Кныш М.И. Конкурентные стратегии. – Санкт-Петербург: СПб, 2000. – 284 с.

Ю. М. Петрушенко

( Сумський державний університет )

### **Місце і роль державного регулювання фондового ринку в структурі промислової політики в умовах ринкової трансформації економіки**

Проблема взаємозв'язку фінансової стабілізації із розвитком національного виробництва залишається актуальною і після десятиріччя розвитку трансформаційної економіки в Україні. Майже одностайною є точка зору про безальтернативність фінансової стабілізації й антиінфляційної політики, але дискусії щодо конкретних засобів фінансової стабілізації тривають. На думку проф. В.Д.Лагутіна, теорія і практика придушення інфляції лише монетарними методами вичерпала себе. Внаслідок їх застосування фінанси виявилися відірваними від процесу виробництва [1, 10]. Потрібна зміна цільової орієнтації державної економічної політики, приведення в дію ефективних фінансових стимулів економічного розвитку, піднесення фінансів промислових підприємств, як головних чинників зміцнення фінансової та загальноекономічної стабілізації.

Для цього слід теоретично обґрунтувати необхідність змін у фінансовій політиці і всіх її складових з метою посилення стимулюючого впливу на відродження національного виробництва, а також визначити пріоритетні напрямки впливу цієї політики.