

Ромашук Л.В.

Кобища А.В

Студентка Університету митної справи та фінансів

МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Оцінка конкурентоспроможності підприємства представляє собою складне багатофакторне завдання, яке зводиться до інтерпретації та оцінки комплексу показників, що характеризують різні сторони діяльності підприємства, що формують його конкурентоспроможність.

Найбільш поширені методи оцінки конкурентоспроможності, які дозволяють отримати більш детальну та повну інформацію:

1. Матричні (Матриця «Бостонської консалтингової групи». Матриця І.Ансоффа. Матриця McKinsey. Матриця Shell. Матриця конкурентних стратегій М. Портера. Матриця А. Томпсона-А. Дж. Стрикленда. Матриця Хофера-Шендлера.)

2. Індексні (Метод, що базується на визначенні конкурентоспроможності продукції. Метод, що базується на теорії ефективної конкуренції. Метод, що ґрунтується на визначенні сили реактивної позиції. Метод, що базується на теорії рівноваги фірми та галузі. Метод інтегральної оцінки. Метод бенчмаркінгу.)

3. Графічні (Багатокутник конкурентоспроможності. Радар конкурентоспроможності. Метод «профілів».)

Традиційно для оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств використовують типові показники наведені у табл. 1.

Таблиця 1

Типові показники оцінки конкурентоспроможності підприємства

№	Критерії та показники конкурентоспроможності	Роль показника в оцінці	Техніка розрахунку показника
1.	Показники ефективності виробничої діяльності підприємства (ВД)		

1.1	Показник витрат на одиницю продукції	Відображає ефективність витрат при випуску продукції	$B = \frac{\text{Валові витрати}}{\text{Обсяг випуску продукції}}$
1.2	Фондовіддача	Характеризує ефективність використання виробничих фондів	$\Phi O = \frac{\text{Обсяг випуску продукції}}{\text{Середньорічна вартість основних засобів}}$
1.3	Рентабельність продукції	Характеризує ступінь прибутковості продукції	$R_{\text{товару}} = \frac{\text{Прибуток}}{\text{Собівартість продукції}}$
1.4	Показник продуктивності праці	Відображає ступінь організації виробництва та використання робочої сили	$\text{ПП} = \frac{\text{Обсяг випуску продукції}}{\text{Середньосписочна чисельність}}$
2. Фінансове положення підприємства(ФП)			
2.1	Коефіцієнт автономії	Характеризує незалежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування	$K_{\text{авт}} = \frac{\text{Власні засоби}}{\text{Загальна сума джерел фінансування}}$
2.2	Коефіцієнт платоспроможності	Відображає здатність підприємства виконувати свої фінансові зобов'язання та визначає ймовірність банкрутства	$K_{\text{пл}} = \frac{\text{Власний капітал}}{\text{Загальні зобов'язання}}$
2.3	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	Показує якісний склад засобів, які є джерелами покриття поточних зобов'язань	$K_{\text{абс лікв}} = \frac{\text{Грошові кошти + Поточні фінансові інвестиції}}{\text{Поточні зобов'язання}}$
2.4	Коефіцієнт оборотності обігових коштів	Показує ефективність використання обігових коштів	$K_{\text{обор}} = \frac{\text{Виручка від реалізації}}{\text{Середньорічний залишок обігових коштів}}$

3. Ефективність організації збуту та просування товару (ЕЗ)			
3.1	Рентабельність продаж	Характеризує прибутковість роботи підприємства на ринку	$R_{\text{продаж}} = \frac{\text{Прибуток}}{\text{Обсяг продажу}}$
3.2	Коефіцієнт затовареністю готовою продукцією	Відображає ступінь затовареності готовою продукцією	$K_{\text{затовар}} = \frac{\text{Обсяг не реалізованої продукції}}{\text{Обсяг продажу}}$
3.3	Коефіцієнт загрузки виробничих потужностей	Показує ефективність роботи служби збуту	$K_{\text{загруз}} = \frac{\text{Обсяг випуску продукції}}{\text{Виробнича потужність}}$
3.4	Коефіцієнт ефективності реклами засобів стимулювання збуту	Показує економічну ефективність реклами та засобів стимулювання збуту	$K_{\text{ефект реклами}} = \frac{\text{Витрати на рекламу та стимул. збуту}}{\text{Приріст прибутку від реалізації}}$
4. Конкурентоспроможність товару (КТ)			
4.1	Якість товару	Характеризує здатність товару задовольняти потребу у відповідності з його призначення	Комплексний метод оцінки

Висновки. Невирішеними залишаються проблеми вибору набору чинників конкурентоспроможності підприємства, а також подолання суб'єктивізму під час її оцінки. Запропонована методика експрес-оцінки дозволяє підприємствам отримати оперативну інформацію про конкурентні позиції на ринку з визначенням сильних та слабких місць.

Список літератури:

1. Яцковий Д. В. Сучасні методики оцінки конкурентоспроможності підприємства/ Д. В. Яцковий /Вісник соціально-економічних досліджень. -2013. - Вип. 4(51). - С. 183-188.
2. Беляев, В. И. Маркетинг в современном бизнесе / В. И. Беляев. – Барнаул : Изд-во АГУ, 1998. – Ч. 1. – 220 с.