

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У діяльності сучасних підприємств далеко не останню роль почало відігравати поняття конкурентоспроможності. Під конкурентоспроможністю підприємства прийнято розуміти його здатність бути затребуваним і успішним на ринку, змагатися з конкуруючими фірмами і отримувати більше економічних вигод у порівнянні з компаніями-постачальниками такої техніки. В цілому конкурентоспроможність характеристика комплексна і вона може бути виражена через набір показників. Для визначення положення, займаного економічним суб'єктом на внутрішньому і зовнішньому ринку необхідно здійснювати оцінку його конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність є інтегрованим показником, який часто визначається інтуїтивним відчуттям. Таке визнання конкурентоспроможності є дуже не професійним. Більше корисним визначення конкурентоспроможності є винахід показників як базису напрямків для підвищення конкурентоспроможності. Показники, які можуть бути використані при оцінці конкурентоспроможності компанії, різні і їх набір може відрізнитися в залежності від використовуваної методики оцінки.

У сучасній науці існує шість основних підходів до визначення конкурентоспроможності. Відповідно до першого підходу конкурентоспроможність розглядається з точки зору переваг в порівнянні з конкурентами. Другий підхід заснований на теорії рівноваги А. Маршала. У виробника немає приводу для переходу в інший стан, і він досягає максимального прибутку і рівня збуту. Третій підхід полягає в оцінці конкурентоспроможності за якістю продукції на основі складання багатокутних профілів по різних характеристиках компетентності. Четвертий підхід являє собою матричну методику оцінки конкурентоспроможності, реалізується за допомогою складання матриць і

попередньому виборі стратегії. На п'ятому місці є підхід структурний, завдяки цьому підходу можна визначити положення підприємства через такі показники як: рівень монополізації галузі, наявність бар'єрів для нових підприємств, що з'являються на ринку. Шостий підхід функціональний, його представники визначають співвідношення між витратами і ціною, обсяги завантаження потужностей виробництва, кількість продукції, що випускається і інші показники. Відповідно до цього підходу конкурентоспроможними вважаються компанії, в яких краще налагоджено виробництво і подальша реалізація товару.

Перша група показників, які характеризують ефективність виробничо-торговельної діяльності підприємства. Серед них можна виділити: співвідношення чистого прибутку до чистих продажів, співвідношення чистого прибутку до чистої вартості матеріальних активів, а також використовується співвідношення чистого прибутку до чистого оборотного капіталу. Друга група показників є показники інтенсивності використання основного капіталу і оборотного. Як представники цієї групи можна назвати: співвідношення чистих продажів до чистої вартості матеріальних активів, співвідношення чистих продажів до чистого оборотного капіталу, співвідношення основного капіталу до вартості матеріальних активів, співвідношення чистих продажів до вартості матеріально-виробничих запасів і співвідношення матеріально-виробничих запасів до чистого оборотного капіталу. Заключна група показників представлена показниками фінансової діяльності. Це такі характеристики, як: співвідношення поточного боргу до вартості матеріальних активів, співвідношення оборотного капіталу до поточного боргу, співвідношення поточного боргу до вартості матеріально-виробничих запасів, співвідношення довгострокових зобов'язань до чистого оборотного капіталу. Нам видається останній підхід до визначення конкурентоспроможності найбільш точним і максимально повно відображає ринкову ситуацію.