

Здорова К.В.

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Дослідження конкурентоспроможності підприємства в умовах економічної ситуації, яка склалась в Україні, дає змогу розглядати її як комплексну характеристику потенціальних можливостей забезпечення конкурентних переваг в перспективі.

Конкурентоспроможність підприємства – це здатність підприємства створювати, виробляти і продавати товари та послуги, цінові й нецінові якості яких більш привабливі, ніж в аналогічній продукції конкурентів.

Конкурентоспроможність фірми може бути визначена як її порівняльна перевага по відношенню до інших фірм цієї ж галузі усередині національної економіки і за її межами. Це означає, що конкурентоспроможність фірми може бути виявлена (оцінена) лише в рамках групи фірм, які належать до однієї галузі, або фірм, що випускають товари-субститути. Конкурентоспроможність підприємства визначають показники, які характеризують: конкурентоспроможність продукції; фінансовий стан підприємства; ефективність збуту та просування товарів; ефективність виробництва; імідж підприємства тощо. Основні методи для оцінки конкурентоспроможності підприємства використовують:

Графічний метод оцінки конкурентоспроможності базується на побудові так званої “Радіальної діаграми конкурентоспроможності” або “Багатокутника” конкурентоспроможності”.

Матричні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства базуються на використанні матриці – таблиці впорядкованих по рядках та стовпцях елементів:

- матриця БКГ («Бостонської консалтингової групи»);
- матриця «Привабливість ринку/конкурентоспроможність»;
- матриця «Привабливість галузі/ конкурентоспроможність»;
- матриця «Стадія розвитку ринку/конкурентна позиція»;
- матриця «Стадія життєвого циклу продукції/конкурентна позиція».

Коефіцієнт конкурентоспроможності підприємства ($K_{кл}$) розраховується за формулою:

$$K_{кл} = 0,15E_B + 0,29\Phi_{п} + 0,23E_3 + 0,33K_T$$

де E_B - значення критерію ефективності виробничої діяльності підприємства; $\Phi_{п}$ - значення критерію фінансового стан підприємства; E_3 - значення критерію ефективності організації збуту і просування товару на ринку; K_T - значення критерію конкурентоспроможності товару; 0,15; 0,29; 0,23; 0,33 - коефіцієнти вагомості критеріїв.

Таким чином, оцінка конкурентоспроможності фірми на конкурентному ринку, або його сегменті, побудовані на ретельному аналізі технологічних, виробничих, фінансових та збутових можливостей фірми. Вона є останнім етапом маркетингового дослідження та покликана з'ясувати

потенційні можливості фірми і заходи, які фірма повинна вжити для забезпечення конкурентоспроможних позицій на конкурентному ринку.

Робота виконана під керівництвом доц. кафедри ЕПОД Геращенко І. О.