

Секція 4. МАРКЕТИНГ ТА ЛОГІСТИКА

СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ВИМІРЮВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

Абдусєв С. Ш., студент; Бідило І. В., студент
Науковий керівник: Догадайло Я. В., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Досягнення конкурентних переваг є однією з найголовніших цілей сучасного підприємства. Це може бути здійснено за рахунок впровадження ефективної моделі управління конкурентними перевагами, але для цього необхідно вміти вимірювати та оцінювати рівень розвитку конкурентних переваг підприємства.

Автори поділяють думку вчених [1-3] про те, що управління конкурентними перевагами підприємства передбачає побудову єдиної інформаційної бази, в основі якої лежить ієрархічна система показників трьох рівнів. В основі оцінки рівня розвитку конкурентних переваг лежить система показників вимірювання ефективності використання кожного ресурсу потенціалу підприємства. Потім здійснюються узагальнюючі оцінки ефективності використання кожного виду ресурсів. Наприкінці визначається узагальнюючий показник оцінки рівня конкурентних переваг підприємства. Тому перш за все необхідно визначитися із системою показників вимірювання ефективності використання кожного ресурсу потенціалу підприємства.

За результатами логіко-економічного аналізу було визначено підсистему показників ефективності використання кожного ресурсу підприємства, порядок розрахунку кожного показника та бажану тенденцію його зміни (таблиця 1).

Таблиця 1 - Система показників ефективності використання ресурсів підприємства

Назва показника	Розрахункова формула	Тенденція зміни
<i>Технічні ресурси</i>		
Фондовіддача, тис. грн	Чистий дохід /Вартість основних виробничих фондів	Ріст
Фондоозброєність праці, грн./чол.	Вартість основних засобів/Середньоспискова чисельність працівників	Ріст
Ступінь механізації праці, частка од.	Чисельність працівників, задіяних на механізованих операціях/Чисельність працівників у найбільшу зміну	Ріст
Питома вага сучасного обладнання, %	Кількість прогресивного обладнання/Загальна кількість обладнання * 100	Ріст
<i>Технологічні ресурси</i>		
Частка прогресивних технологій, %	Обсяг робіт, виконаних за прогресивними технологіями/Загальний обсяг робіт * 100	Ріст
Частка прогресивних видів сировини, %	Вартість прогресивних видів сировини, що була використана/Загальна вартість сировини * 100	Ріст

Назва показника	Розрахункова формула	Тенденція зміни
<i>Трудові ресурси</i>		
Продуктивність праці, грн./чол	Чистий дохід/Середньоспиксова чисельність	Ріст
Коефіцієнт поточності	Кількість звільнених за власним бажанням та порушення трудової дисципліни/ Середньоспиксова чисельність	Падіння
Прибуток на 1 працюючого, грн./чол	Чистий прибуток/ Середньоспиксова чисельність	Ріст
Коефіцієнт випередження	Темп росту продуктивності праці/ Темп росту середньої заробітної плати	Ріст
<i>Маркетингові ресурси</i>		
Ефективність маркетингової діяльності, %	Приріст виручки за рахунок проведення маркетингової діяльності /Витрати на маркетингову діяльність * 100	Ріст
Рентабельність продаж, %	Прибуток підприємства/Чистий дохід * 100	Ріст
<i>Фінансові ресурси</i>		
Власні обігові кошти	Власний капітал + довгострокові зобов'язання – необоротні активи	Ріст
Коефіцієнт автономії	(Власний капітал + забезпечення наступних витрат і платежів)/Валюта балансу	Ріст
Коефіцієнт платоспроможності	Власний капітал/Валюта балансу	Ріст
Коефіцієнт покриття	Оборотні активи / Поточні зобов'язання	Ріст
<i>Матеріальні ресурси</i>		
Коефіцієнт оборотності запасів	Собівартість реалізованої продукції/(виробничі запаси+незавершене виробництво+готова продукція+товари)	Ріст
Матеріаловіддача, грн/грн	Чистий дохід/ Вартість витрачених матеріалів	Ріст
<i>Організаційні ресурси</i>		
Частка адміністративних витрат у виручці,%	Адміністративні витрати/Дохід від реалізації продукції*100	Падіння
Ефективність управління, грн/чол.	Валовий прибуток підприємства/Чисельність апарату управління	Ріст
Коефіцієнт безперервності роботи апарату управління	Час перерв, зафіксованих в апараті управління/працеемність управлінських робіт за підрозділами	Ріст

Таким чином обґрунтовано систему показників вимірювання конкурентних переваг підприємства на підставі застосування показників ефективності використання складових його потенціалу та визначено бажану тенденцію зміни показників з точки зору забезпечення та посилення конкурентних переваг підприємства.

Література.

1. Догадайло Я.В. Інформаційна база аналізу конкурентних переваг підприємств дорожнього господарства / Я.В. Догадайло, О.Г. Буняєва // Економіка транспортного комплексу. – 2011. – № 18. – С. 153-163.
2. Малярец Л.М. Проведение комплексной оценки процессов формирования и развития конкурентных преимуществ предприятия / Л.М. Малярец, Е. А. Полтавская // Економіка: проблеми теорії та практики. – 2003. – Вип. 185. Т. 3. – С. 689 - 697.
3. Полтавська Є.О. Управління конкурентними перевагами підприємства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / Є.О Полтавська.– Харків, 2004.- 20 с.

**СОВРЕМЕННОЕ ПОНИМАНИЕ СТРАТЕГИЙ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
МАРКЕТИНГОВЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Абдырахманов Овез, студент

Научный руководитель: Пипенко И. С., к.э.н., доцент

Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет

Наличие правильно организованных стратегий использования маркетинговых возможностей предприятия является одним из важных факторов эффективного функционирования предприятия, достижения поставленных им целей. Стратегии использования маркетинговых возможностей предприятия определяют, в каком направлении предприятию следует осуществлять поиск его маркетинговых возможностей в процессе взаимодействия с субъектами среды непосредственного окружения. Поэтому процесс обоснования сущности таких стратегий является актуальной задачей.

Определение стратегий использования маркетинговых возможностей предприятия основывается на общетеоретических аспектах сущности понятия «стратегия», которые включают фундаментальное и прикладное понимания этой категории.

Фундаментальная трактовка предусматривает определение исторической области возникновения термина. В большинстве случаев, толкование стратегии имеет военное значение. Основными её характеристиками является общий план действий, решений, направлений, а также культуры управления деятельностью.

Прикладная трактовка стратегии относится к конкретному объекту – в данном случае предприятию.

Современная теория менеджмента накопила собственный массив к толкованию стратегии: стратегия – это план; стратегия – это принцип поведения или унаследования некоторой модели поведения; стратегия – это позиция, а именно расположение определённых товаров (услуг) на конкретных рынках; стратегия – это перспектива, то есть основной способ действий предприятия; стратегия – проворный приём, особенный «манёвр», который выполняется с целью перехитрить соперника или конкурента.