

- методи, модели / В.С.Лукинський, В.И.Бережной, Е.В.Бережная, И.А.Цвиринько. □ М.: Финансы и статистика, 2000. – 280 с.
7. Марков О.Д. Критерії та показники ефективності автосервісу / Марков О.Д., Марков П.О. // Управління проектами, системний аналіз і логістика. – К. : НТУ, 2013. – Вип. 12. – С.110-116.
8. Рибалко Н.В. Управління якістю послуг на підприємствах автосервісу: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.04 / Н.В.Рибалко; Полтавський університет споживчої кооперації України. – Полтава, 2008. – 21 с.
9. Рибалко Н.В. Маркетинговий аналіз ринку автосервісних послуг / Н.В.Рибалко // Вісник Донецького університету економіки та права. – 2013. – №2. – С.180-183.
10. Мастепан М.А. Аналіз залежності рівня попиту послуг автосервісу від платоспроможності споживачів / М.А.Мастепан, Д.М.Мінаков, Т.В.Волобуєва, О.С.Каверін // Восточно-Европейский журнал передовых технологий. – 2012. – № 3/2(57). – С.25-27.
11. Погорелов М.Г. Формування процесу прогнозування попиту на автосервісні послуги / М.Г.Погорелов, С.М.Мастепан, О.І.Субочев, В.О.Субочева, М.М.Гуляєв // Вісник СевНТУ: збірник наукових праць. Серія: Машиноприладобудування та транспорт. – 2012. – Вип. 135. – С.240-243.
12. Січко О.Є. Розробка модифікованої методики визначення параметрів потоку вимог на послуги з ТО та ремонту автомобілів / О.Є.Січко, Д.М.Мінаков // Вісник СевНТУ: збірник наукових праць. Серія: Машиноприладобудування та транспорт. – 2012. – Вип. 135. – С.214-217.
13. Юськів Б.М. Особливості реалізації логістичної концепції функціонування автосервісного підприємства / Б.М.Юськів, В.М.Юськів // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика. – 2014. – №811. – С.432-437.
14. Назарчук Т.В. Модель розвитку внутрішнього потенціалу та конкурентного статусу підприємства / Т.В. Назарчук // Вісник Хмельницького національного університету. – 2014. – №3, Т.3. – С.121-125.
15. Должанський І.З. Управління потенціалом підприємства / І.З. Должанський, Т.О. Загорна, О.О. Удалих. – К.: ЦУЛ, 2006. – 362 с.
16. Козловський В.О. Теоретико-методологічні підходи до визначення потенціалу підприємства / В.О. Козловський, І.В. Причепя // Вісник Вінницького політехнічного інституту. – 2007. – №3. – С. 28-33.
17. Рзаєва Т.Г. Підходи до оцінки потенціалу підприємства: їх переваги та недоліки / Т.Г.Рзаєва // Вісник Хмельницького національного університету. – 2014. – №3, Т.3. – С.150-155.
18. Финансовый портал «Минфин» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://minfin.com.ua/currency/nbu/usd/> [2015-11-06].

*Рецензент д.е.н., професор ДУ «ІРД ім..М.І.Долішнього» Садова У.Я.
Експерт редакційної колегії к.е.н., доцент УкрДУЗТ Назаренко І.Л.*

УДК 330.05.021

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТНОГО СТАТУСУ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Яценко Б.І., здобувач (УІПА)

У статті удосконалено методичний підхід до оцінювання конкурентного статусу машинобудівних підприємств. Визначено, що впровадження методичного підходу до оцінювання конкурентного статусу машинобудівних підприємств неможливе без здійснення планування та прогнозування загальних показників діяльності машинобудівних підприємств. Результатом

проблем, що виникли в системі планування та прогнозування, є нерациональний розподіл ресурсів між напрямками діяльності машинобудівних підприємств, що в свою чергу призводить до інтенсивнішого їх використання, зменшення обсягу власних оборотних коштів та зниження конкурентного статусу. Зроблено висновок, що завданнями підвищення рівня конкурентного статусу є: визначення способів проведення успішної стратегії та використання фінансових можливостей; визначення перспективних взаємовідносин із суб'єктами господарювання, бюджетом, банками; фінансове забезпечення операційної та інвестиційної діяльності; вивчення економічних та фінансових можливостей ймовірних конкурентів та ін.

Ключові слова: оцінка, методика, управління, конкурентний статус, підхід.

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТНОГО СТАТУСА МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Яценко Б.И., соискатель (УИПА)

В статье усовершенствован методический подход к оценке конкурентного статуса машиностроительных предприятий. Определено, что внедрение методического подхода к оценке конкурентного статуса машиностроительных предприятий невозможно без осуществления планирования и прогнозирования общих показателей деятельности машиностроительных предприятий. Результатом возникших в системе планирования и прогнозирования, является нерациональное распределение ресурсов между направлениями деятельности машиностроительных предприятий, что в свою очередь приводит к более интенсивному их использованию, уменьшению объема собственных оборотных средств и снижению конкурентного статуса. Сделан вывод, что задачами повышения эффективности инновационного управления конкурентным статусом являются: определение способов проведения успешной стратегии и использования финансовых возможностей; определение перспективных взаимоотношений с субъектами хозяйствования, бюджетом, банками; финансовое обеспечение операционной и инвестиционной деятельности; изучение экономических и финансовых возможностей вероятных конкурентов и др.

Ключевые слова: оценка, методика, управление, конкурентный статус, подход.

METHODICAL APPROACH TO THE EVALUATION COMPETITIVE STATUS OF ENGINEERING COMPANIES

Yatsenko B.I., applicant (UIPA)

Article methodical approach to evaluating engineering companies competitive status. Determined that the implementation of methodological approach to the evaluation of management engineering companies competitive status impossible without planning and forecasting overall performance of the machine-building enterprises. The result of problems encountered in the planning and forecasting system is misallocation of resources between the activities of engineering companies, which in turn leads to their intensive use, reduce the amount of working capital and competitive status. The conclusion that the objectives of improving the efficiency of innovation management competitive status are: determine how a successful strategy and using financial capabilities; identifying promising relations with business entities, budget, banks; financial support operating and investment activities; the study of economic and financial feasibility of possible competitors and others.

Keywords: evaluation, methodology, management, competitive status, approach.

Постановка проблеми. На даній економічного простору. Разом із тим, слід момент гостро стоїть питання підвищення зазначити, що існує певна невідповідність конкурентного статусу вітчизняних широко відомих зарубіжних методик оцінки машинобудівних підприємств. Це пов'язано із конкурентного статусу реаліям функціонування включенням України до європейського українських підприємств. Назриває потреба

вивчення світового досвіду розробки фінансових планів і прогнозів, а також поліпшення на цій основі власних механізмів планування. По-друге, на сьогоднішній день національній економіці притаманне наростання кризових явищ. Вони пов'язані зі значною інфляцією, зменшенням доходів населення та загальним спадом економіки. Особливо негативно це позначається на конкурентному статусі підприємств. Для машинобудівних підприємств ця криза має такі наслідки, як значне збільшення операційних витрат, підвищення ціни фінансування, та інше.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Широке коло питань, пов'язаних із дослідженням підходів до оцінки конкурентного статусу підприємств, знайшло відображення в роботах багатьох вчених-економістів. Серед них О. І. Булах [1], А. Войчак [2], О. Воронкова [3], Ю. Герасименко [4], О. Гудзинський [5], М. Данько [6], В. Дикань [7], Н. Кузьминчук [8], О. Мелень [9], Є. Сахно [10] та інші. Але на сьогодні, немає єдиної методики оцінки конкурентного статусу машинобудівних підприємств.

Постановка мети. Метою статті є удосконалення методичного підходу до оцінювання конкурентного статусу машинобудівних підприємств.

Виклад основного матеріалу. Єдиного стандарту організації оцінювання конкурентного статусу на підприємстві не існує. Кількість і склад його етапів у значній мірі залежить від впливу галузевих особливостей, масштабів виробництва і реалізації продукції, організаційної структури та інших факторів. Саме тому, виділимо основні етапи оцінювання конкурентного статусу машинобудівних підприємств (рис. 1):

I етап - Аналіз ситуації. Передбачає аналіз і оцінку показників діяльності машинобудівних підприємств з метою діагностування недоліків та проблем у його роботі, а також безпосередньо виявлення існуючих проблем.

II етап - Розробка загальної стратегії машинобудівного підприємства. Включає в себе також розробку інноваційної політики, а також складання прогнозних документів підприємств на основі визначеної стратегії.

III етап - Аналіз виконання плану в попередніх періодах. Тут здійснюється виявлення відхилень планових показників від фактичних у попередніх періодах, встановлення їх причин, розробка заходів щодо усунення

відхилень.

IV етап - Коригування та узгодження стратегічного плану. Передбачає коригування плану відповідно до досвіду попередніх періодів.

V етап - Складання поточних планів підвищення рівня конкурентного статусу. Тут здійснюється оперативне планування, розробка поточної виробничої, комерційної діяльності підприємства.

VI етап - Аналіз та контроль виконання планів. Здійснюється оцінка відповідності запланованих і фактичних показників, виявлення відхилень і їх причин, коректування планів або впровадження заходів щодо усунення відхилень.

Оцінювання конкурентного статусу машинобудівних підприємств є необхідним етапом управління машинобудівними підприємствами, який дозволяє виявити сильні та слабкі сторони діяльності, визначити невраховані в ній недоліки; сформулювати базу для подальшого управління конкурентним статусом; встановити перелік необхідних заходів для вдосконалення інноваційної діяльності підприємства. Розробка методичного підходу до оцінювання конкурентного статусу машинобудівних підприємств неможлива без здійснення планування та прогнозування загальних показників їх діяльності. Основою проблем, що виникають в системі планування та прогнозування рівня конкурентного статусу, є нераціональний розподіл ресурсів між видами діяльності машинобудівних підприємств, що, в свою чергу, призводить до інтенсивнішого їх використання, зменшення обсягу власних оборотних коштів та зниження конкурентного статусу (рис. 2).

Так, I етап передбачає прогнозування показників конкурентного статусу машинобудівних підприємств.

На етапах 2-3 здійснюється планування показників конкурентного статусу машинобудівних підприємств та формування рекомендацій щодо підвищення конкурентного статусу. Здійснюється побудова графічних моделей динаміки показників для наочного подання отриманої інформації, формування загальних висновків та комплексної оцінки конкурентного статусу машинобудівних підприємств. А також необхідне стратегічне передбачення можливих проблем щодо збереження рівня конкурентного статусу підприємства.

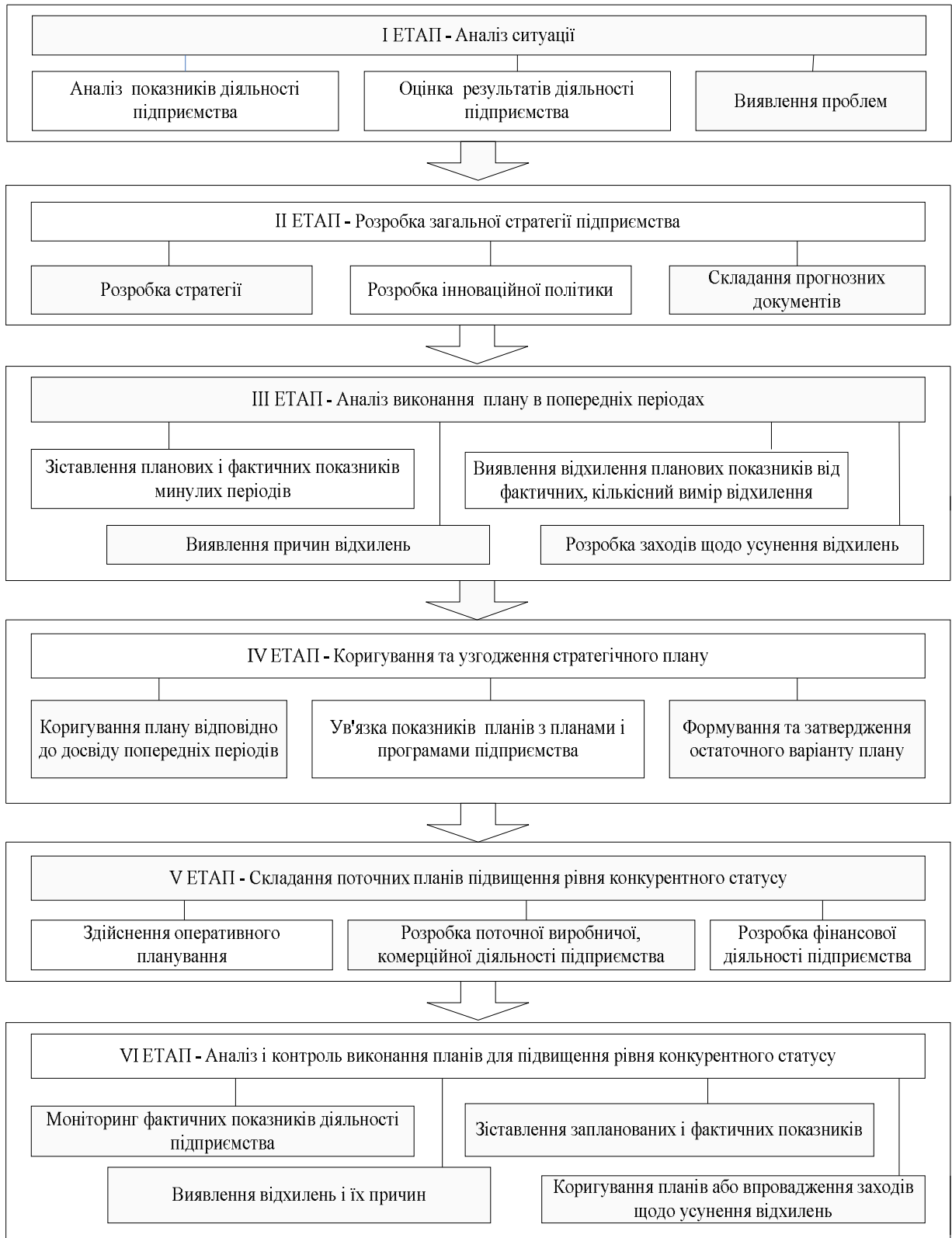


Рис. 1. Методичний підхід до оцінювання конкурентного статусу машинобудівних підприємств

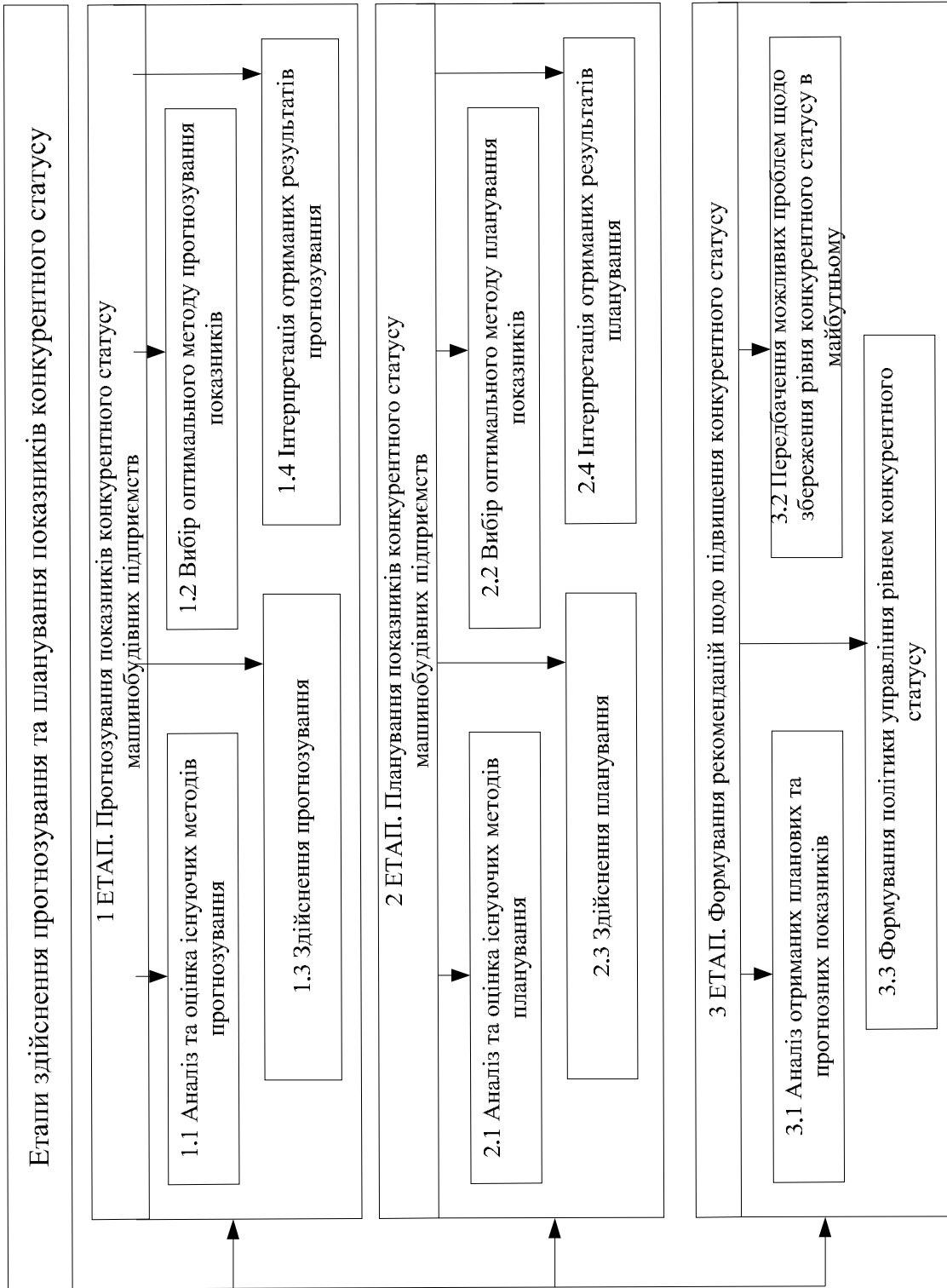


Рис. 2. Етапи здійснення прогнозування та планування показників конкурентного статусу

Варто відзначити, що на сьогодні при оцінці конкурентного статусу підприємства використовується цілий ряд методів. Узагальнюючи існуючі наукові дослідження з цього питання можемо представити класифікацію всієї сукупності методів оцінки рівня конкурентного статусу підприємства. Матричні методи оцінки конкурентного статусу підприємства базуються на використанні матриці – таблиці впорядкованих за рядками та стовпцями елементів.

Вони не дозволяють дати оцінку рівня конкурентного статусу підприємства, однак дозволяють здійснити аналіз окремих аспектів його діяльності, середовище функціонування, ринкову позицію та визначити основні напрями подальшого розвитку.

Значного поширення набуло використання графічних методів оцінки конкурентного статусу підприємства. Дані методи базуються на побудові «багатокутника конкурентного статусу» або «радіальної діаграми конкурентного статусу».

Одним із найбільш вживаних методів даної групи є метод оцінки конкурентного статусу підприємства на основі теорії «життєвого циклу товару». Концепція життєвого циклу – це модель реакції ринку (на дії, уживані підприємством) у часі.

До графічних методів оцінки конкурентного статусу підприємства належить також і метод, що базується на побудові багатокутних профілів. Даний метод запропонований американськими науковцями і базується на виявленні критеріїв конкурентного статусу продукту або підприємства в цілому, установленні ієрархії виявлених критеріїв і побудови багатокутників конкурентного статусу. Дана методика не містить простих і однозначних критеріїв оцінки конкурентного статусу, а базується на застосуванні непрямих узагальнених показників (векторів компетенції).

Серед недоліків вказаного методу науковці називають відсутність прогнозної інформації щодо того, якою мірою й за якими параметрами досліджувані підприємства покращуватимуть свою діяльність. Що ж до переваг методу профілів, то його використання дає можливість порівнювати

діяльність кількох підприємств, виявляти їх сильні та слабкі сторони діяльності.

В цілому, перевагою застосування графічних методів при оцінці конкурентного статусу підприємств є їх відносна простота та наочність, однак використання вказаних методів не позбавлене і недоліків.

Більш комплексними при оцінці конкурентного статусу підприємств є індексні методи. Реалізація індексних методів зазвичай здійснюється за рядом етапів. При цьому, базою для порівняння можуть виступати галузеві показники, показники підприємства-лідера ринку чи ретроспективні показники оцінюваного підприємства [4-7].

Аналітичні або розрахункові методи оцінки конкурентного статусу підприємства базуються на здійсненні розрахунково-аналітичних операцій із вхідними даними. При цьому, в залежності від конкретної методики аналізу, застосування даних методів може передбачати як прості арифметичні операції, так і досить складні розрахунки.

Висновок. Завданнями підвищення ефективності конкурентного статусу є: визначення способів проведення успішної стратегії та використання фінансових можливостей; визначення перспективних взаємовідносин із суб'єктами господарювання, бюджетом, банками; фінансове забезпечення операційної та інвестиційної діяльності; вивчення економічних та фінансових можливостей ймовірних конкурентів, розробка та здійснення заходів щодо забезпечення фінансової стійкості; розробка способів виходу з кризового стану та методів управління за умов кризового стану підприємств.

Впровадження методичного підходу до оцінювання конкурентного статусу машинобудівних підприємств дозволить забезпечити підприємство повною й достовірною інформацією, необхідною для прийняття оптимальних управлінських рішень, тобто удосконалити систему управління, організаційну структуру й взаємовідносини бізнес-одиниць та окремих підрозділів. Найбільш ґрунтовними методами оцінки конкурентного статусу підприємства вітчизняні науковці називають комплексні методи, оскільки вони орієнтовані на аналіз усього спектру найважливіших параметрів

функціонування підприємства. Перевагою таких методів є отримання достовірної і найбільш точної інформації про конкурентний статус підприємства, його «вузькі місця» за найбільш розширеним переліком порівняльних переваг.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Булах І. В. Математична модель оцінки стратегічної конкурентоспроможності підприємства / І. В. Булах // Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. – 2007. – № 3 (39). – С. 24–31.

2. Войчак А. В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація / А. В. Войчак, Р. В. Камишніков // Маркетинг в Україні. – 2005. – №2 (30). – С. 50–53.

3. Воронкова А. Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация : моногр. / А. Э. Воронкова. — Луганск : Восточно-украинский национальный ун-т, 2000. — 315 с.

4. Герасименко Ю. В. Управління конкурентним статусом підприємства [Електронний ресурс] / Ю. В. Герасименко, А. В. Бондаренко. - Режим доступу: http://www.rusnauka.com/31_ONBG_2011/Economics/10_96826.htm.

5. Гудзинський О. Д. Управління формуванням конкурентоспроможного потенціалу підприємств (теоретико-методологічний аспект): монографія / О. Д. Гудзинський, С. М. Судомир, Т. О. Гуренко; Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України. – К.: ППК ДСЗУ, 2010. – 212 с.

6. Данько М. І. Забезпечення конкурентоспроможності промислових

підприємств в умовах міжнародних транспортних коридорів: монографія / М. І. Данько, В. Л. Дикань, Н. В. Якименко. - Х. : УкрДАЗТ, 2008. – 170 с.

7. Дикань В. Л. Забезпечення конкурентостійкості підприємства: моногр. / В. Л. Дикань. – Х. : Основа, 1995. – 195 с.

8. Кузьминчук Н. В. // Конкурентний статус підприємства: теоретичний аспект // Н. В. Кузьминчук, О. Ю. Терованесова // Матер. Міжнар. наук.-практ. конф., 14-15 листопада 2014р. // Нац. гірничий ун-т. У 2-х частинах. – Дніпропетровськ: Видавничий дім «Гельветика», 2014. – Ч. 1. – 188 с.

9. Мельнь О. В. Інноваційний розвиток та конкурентоспроможність машинобудівних підприємств / О. В. Мельнь // Вісник НТУ «ХПІ». – Харків : НТУ «ХПІ», 2013. – № 20 (993). – С. 18-22.

10. Сахно Є. Ю. Системні аспекти управління інноваційно-інвестиційними проектами стратегічного розвитку підприємства : монографія для наукових та промислових організацій і вищих навч. закл. освіти / Є. Ю. Сахно, М. С. Дорош, А. В. Ребенок — Чернігів : Чернігівський держ. ін-т економіки і управління, 2008. — 260 с.

11. Холод В. В. Чотирьохвекторна модель розвитку конкурентного статусу [Електронний ресурс] / В. В. Холод. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/17_AND_2010/Economics/68045.doc.htm.

12. Level P. The role of creative innovation in economic growth : Some international Comparisons / P. Level // Journal of Asian Economics. – 2008. – 19. – P. 334–347.

13. Measuring innovation best practices : Improvement of an innovation index integrating threshold and synergy effects / H.B. Rejeb, L. Morel-Guimaraes, V. Boly, N.D.G. Assie' lou // Technovation. – 2008. – 28 (12). – P. 838–854.

*Рецензент д.е.н., професор УІПА Прохорова В.В.
Експерт редакційної колегії к.е.н., доцент УкрДУЗТ Уткіна Ю.М.*