

УДК 338.45: 621.009.12 Асист. Т.І. Свідрик – НУ "Львівська політехніка"

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ: ЗМІСТОВА ХАРАКТЕРИСТИКА, ЧИННИКИ ВПЛИВУ, МЕТОДИ

Розглянуто методи оцінки конкурентоспроможності машинобудівних підприємств. Проаналізовано чинники внутрішнього та зовнішнього середовища, які впливають на оцінку конкурентоспроможності бізнес-процесів підприємства. Обґрунтовано пропоновані підходи до оцінки конкурентоспроможності машинобудівних підприємств.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, стратегія, оцінка конкурентоспроможності

Assist. T.I. Svidryk – NU "L'vivs'ka Politekhnik"

Valuing of competitiveness of machine-building enterprises: semantic description, factors of influencing, methods

The methods of valuing of competitiveness of machine-building enterprises are considered. We analyzed the factors of internal and external environment, which are influence on the valuing of competitiveness of business processes of enterprise. We are substantiated the offered approach to the valuing of competitiveness of machine-building enterprises.

Keywords: competitiveness of enterprise, strategy, valuing of competitiveness.

Постановка проблеми. Однією із важливих характеристик підприємства в умовах глобалізації визнається показник рівня конкурентоспроможності підприємства. Конкурентоспроможність, як економічна і управлінська категорія, є багатомірним критеріальним, індикативним показником, який використовується при моніторингу диспозиції підприємств, водночас і машинобудівних. Проблема оцінки рівня конкурентоспроможності (інтегральний показник), яка зазвичай виступає спорідненим показником ефективності економічної діяльності, є недостатньо дослідженою, а також неоднозначною в різних підходах і розробках. Розвиток економічних зв'язків породжує вимогу оцінки ефективності функціонування підприємства у глобальному конкурентному ринковому середовищі. Незаперечним є факт, що для успішного функціонування промислових машинобудівних підприємств на ринку, оцінка їх конкурентоспроможності є об'єктивною необхідністю, яка враховує не лише фінансові й економічні показники, а й показники ринкового характеру (ділова репутація підприємства, енергія торгової марки, сформована клієнтура, рівень кооперації тощо).

Досліджуючи зазначену категорію, окрема група вчених схильна до позиції, що конкурентоспроможність підприємства споріднена з конкурентоспроможністю товару (продукції) і розглядають ці категорії у прямій залежності. Очевидно, таке допущення не достатньо точно описує реальні прояви економіки, оскільки конкурентоспроможність підприємства залежить й від низки інших чинників, водночас зовнішнього середовища (рівень конкуренції на окремому сегменті ринку, рівень галузевої рентабельності, ступінь ризику компанії та інші). До найважливіших проблем теорії і практики вирішення питання підвищення конкурентоспроможності машинобудівних підприємств належать: визначення критеріїв конкурентоспроможності й форму-

вання системи показників її вимірювання; розробка нових стратегічних методів оцінки рівня конкурентоспроможності; удосконалення методів формування алгоритмів для підвищення конкуренції [5]. Ці проблемні аспекти достатньо опрацьовані в теоретичному плані і обґрунтовані методичним арсеналом, проте застосування їх на практиці є проблемним, що актуалізує подальші розробки цієї проблематики.

Метою статті є аналіз індикативної складової методики оцінювання конкурентоспроможності підприємств машинобудівного комплексу в сучасних умовах розвитку бізнесу з врахуванням специфічних особливостей галузі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчення спеціальної економічної літератури як зарубіжних, так і вітчизняних авторів показує, що досліджуваному питанню приділяється значна увага, проте його вирішення, надмірно, на наш погляд, зосереджено на формуванні інтегрального показника оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств. У сучасних дослідженнях дедалі виразніше вимальовується той факт, що вірогідний рівень конкурентоспроможності описати неможливо: динамічне непередбачуване глобальне економічне середовище вимагає нових підходів. Група науковців розглядає конкурентоспроможність підприємства як складову розробки бізнес-стратегії підприємства в сучасних умовах господарювання [1, 7, 6]. Інші економісти при оцінці конкурентоспроможності підприємства вказують на важливості вибору методів її оцінки, їх роль та особливості застосування, очевидно тут йдеться про зрівноважування аналітичної і прогнозованої конкурентоспроможності [2, 8]. Питання поєднання обох цих видів конкурентоспроможності та методики її оцінки майже невизначені. Посилюють цю проблематику труднопередбачувані чинники внутрішнього та зовнішнього середовища, вплив яких постійно зростає в реальній економіці [5, 4, 3].

Виклад основного матеріалу. В умовах глобалізації ринкових відносин при дослідженні оцінки та діагностики рівня конкурентоспроможності підприємств машинобудування виникає необхідність пошуку нових критеріїв, враховуючи конкурентоспроможність як складову стратегії. Всі методи аналізу конкурентоспроможності повинні оцінювати не лише статичний стан, а й спрямовуватися на прогнози (динаміка).

У сучасних підходах існують різноманітні методи оцінки конкурентоспроможності: методи, що базуються на теорії рівноваги підприємства та галузі; методи, які побудовані на теорії ефективної конкуренції; матричні методи оцінювання конкурентоспроможності; інтегральні методи; методи визначення позиції в конкуренції з точки зору стратегічного потенціалу підприємства; методи, що базуються на порівнянні з еталоном; графічні методи; методи оцінки за ринковою часткою. Найбільша увага при оцінці конкурентоспроможності підприємства приділяється матричному методу, оскільки він враховує динамічність зовнішнього середовища. Основним недоліком зазначених методів оцінки конкурентоспроможності вважається статичність оцінки, яка може бути актуальною лише в короткостроковому періоді [2, с. 202].

При використанні достовірної інформаційної системи забезпечення конкурентоспроможності, керівництво підприємства може систематично ви-

рішувати завдання ефективності виробничої стратегії, продуктивності використання всіх видів ресурсів (матеріальні, фінансові, трудові та інтелектуально-інформаційні), забезпечуючи у такий спосіб конкурентоспроможність сукупного (як синергетичний ефект) потенціалу підприємства [4, с. 74-75].

Конкурентоспроможність підприємства машинобудівного комплексу також залежить від спроможності спрямовувати частину ресурсів на наукові дослідження і дослідно-конструкторські роботи (НДДКР), використовувати у виробничому процесі сучасну техніку і технології, нові форми організації виробництва та управління, іншими словами впроваджувати у виробничий процес стратегію інновацій.

До основних критеріїв оцінки конкурентоспроможності, які недостатньо враховуються підприємствами, належить, насамперед, зміна значимості (пріоритетності) чинників конкурентоспроможності у реальній економіці. Інформація про критерії оцінки конкурентоспроможності діяльності підприємства, на які слід звернути увагу і будувати стратегію діяльності на ринку, є індикатором визначення рівня конкурентоспроможності. Ідентифікації таких чинників є одним із головних напрямків вироблення тактичних рішень фірмами і реалізації стратегічної позиції підприємства в конкурентному середовищі. Використання на основі моніторингу дієвих механізмів посилення конкурентоспроможної позиції дає змогу підприємству забезпечувати стабільність функціонування у реальній економіці.

Забезпечення конкурентоспроможності потребує прояву гнучкості мислення, постійного пошуку і використання нових, неординарних рішень, тобто непередбачуваних і ефективних дій. Фірмі необхідно систематично оцінювати вплив різноманітних чинників на її рівень і розробляти заходи щодо підвищення значень відповідних показників, оскільки завдяки оцінці конкурентоспроможності визначається стратегія розвитку підприємств. При оцінці конкурентоспроможності виділяють чотири діагностичні компоненти аналізу конкурентоспроможності (цілі, стратегія, допущення, можливості). Розуміння та аналіз зазначених елементів дає змогу передбачити реакцію конкурентів.

У спеціалізованій економічній літературі економісти розглядають ряд підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємства, використовуючи при цьому різноманітні показники. Пошук шляхів підвищення ефективності діяльності підприємства неможливий без аналізу чинників зовнішнього середовища, оскільки вони визначають рівень ризику підприємницької діяльності [5, с. 47]. Тобто, інформаційне забезпечення рівня конкурентоспроможності охоплює як характеристики внутрішнього, так і зовнішнього середовища (рис. 1).

Оцінювання конкурентоспроможності підприємств машинобудування, його окремих бізнес-процесів потребує насамперед розгляду низки внутрішньо-фірмових методичних питань, пов'язаних з оцінкою конкурентоспроможності. Сьогодні на визначення конкурентоспроможності впливають наступні групи чинників: ресурсні, управлінські, організаційні, технічні, ринкові [3, с. 29].

В умовах глобалізації ринкового середовища виникає необхідність об'єктивного виявлення й аналізу зовнішніх чинників, які впливають на оцінку

конкурентоспроможності. Більшість теоретиків і практиків дотримуються думки, що вибірка аналітичних показників, які дають можливість отримати достовірну інформацію про конкурентоспроможність підприємства, затрудняє хід визначення ефективності, але сприяє комплексному аналізу і більш об'єктивному прийняттю рішення щодо розробки та впровадження бізнес-стратегії.

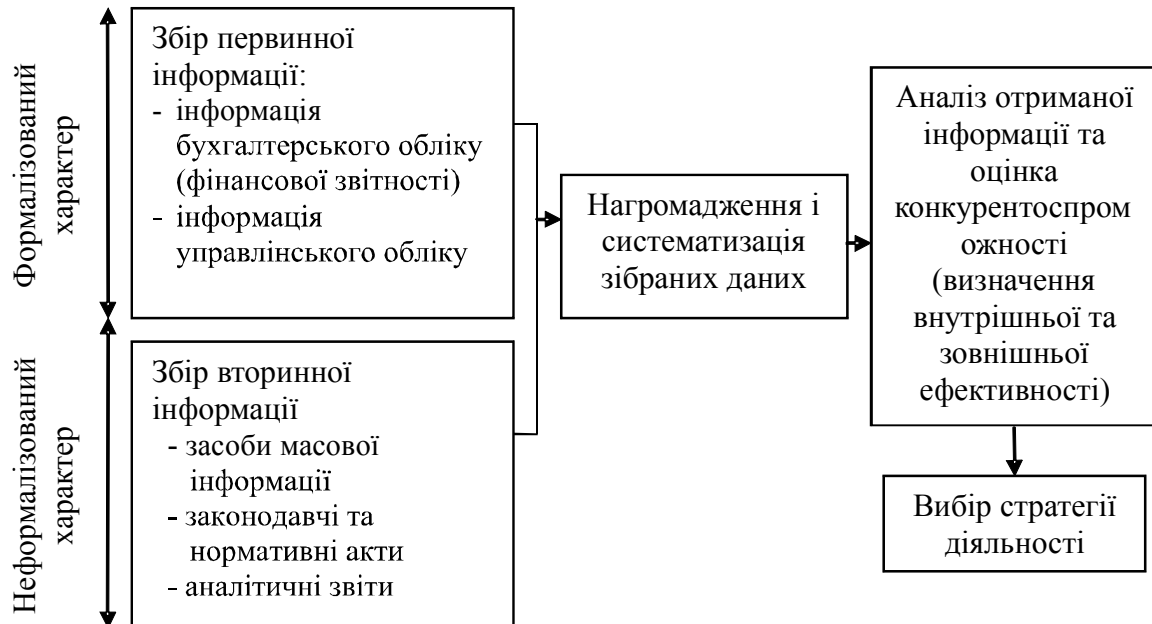


Рис. 1. Процес інформаційного забезпечення оцінки конкурентоспроможності бізнесу для стратегічних цілей

На конкурентоспроможність підприємств машинобудування впливають такі чинники: конкурентоспроможність продукції; специфіка галузі; гнучкість виробничих процесів; організаційна культура, водночас кадрова політика; діюча система управління; можливість проникнення на ринок потенційних конкурентів; рівень автоматизації виробництва на підприємстві; ділова репутація фірми; інформаційно-комунікаційне середовище.

При оцінці конкурентоспроможності важливе значення відіграє організаційна культура, яка формує внутрішню політику бізнесу, і є основою зовнішньої прозорості бізнесу та сприяє утриманню ним своєї позиції в конкурентній боротьбі [2, с. 263]. Завдяки ефективному використанню методів управління підприємством (організаційних, економічних, адміністративних) підвищується рівень конкурентоспроможності підприємства.

Підприємству, при визначенні конкурентоспроможності, слід враховувати динамічність ринкової системи, оцінювати і аналізувати можливості проникнення на ринок нових конкурентів. Серед перелічених чинників впливу на конкурентоспроможність підприємства в умовах ринкової динаміки відіграє важливу роль інформаційно-комунікаційне середовище, оскільки через існування бар'єрів доступу інформаційних ресурсів оцінка конкурентоспроможності підприємств машинобудування є складною, адже підприємству не завжди вдається отримати інформацію про своїх конкурентів.

Конкурентоспроможність підприємства виявляється лише порівняно, а отже, є відносним показником. При оцінці конкурентоспроможності базу

для порівняння для забезпечення достовірності отриманих даних слід обирати в межах галузі.

Більшість методів оцінки конкурентоспроможності бізнесу є кількісними. Кількісний підхід до оцінки конкурентоспроможності дає змогу прогнозувати реальні шанси в конкурентній боротьбі, в конкретній сфері діяльності і приймати на цій основі, найдоцільніше вирішувати як з економічної, так і стратегічної точки зору. Проте в реальній економіці значна увага приділяється якісним методам оцінки конкурентоспроможності підприємства, які мають низький ступінь фінансово-математичної формалізації, їх вирізняє трудомісткість реалізації і дискретність оцінки. Вони не дають можливості використовувати оцінку конкурентоспроможності при аналізі і визначенні напряму посилення конкурентних позицій підприємства. Відсутність ефективних методів оцінки, що дають змогу кількісно описати конкурентне становище підприємства, утруднює процес використання цієї важливої характеристики при ухваленні рішень у процесі управління підприємством [6]. Формалізований вигляд оцінки конкурентоспроможності підприємства наведено за допомогою формули:

$$PV = \frac{CF}{WACC}, \quad (1)$$

де: PV – ринкова вартість бізнесу; CF – очікуваний грошовий потік підприємства, який визначається як дисконтована величина грошових коштів за видами діяльності підприємства (операційною, інвестиційною і фінансовою); $WACC$ – середньозважена ціна капіталу, розрахована як сума відносної доходності власного та залученого з урахуванням їх частин у загальній структурі.

Таким чином, оцінка і управління вартістю підприємства є головним інструментом забезпечення конкурентоспроможності підприємства, оскільки відповідні методики пропонують точні і взаємозв'язані критерії оцінки результатів – вартість компанії, окремих бізнес-одиниць і бізнес-процесів, на основі яких можна створювати діяльність підприємства.

Кількісна оцінка конкурентоспроможності підприємств машинобудування повинна базуватися на наступних положеннях:

- інтегральні та індивідуальні показники повинні формувати систему оцінки конкурентоспроможності;
- при оцінці конкурентоспроможності для забезпечення більшої достовірності отриманих результатів слід враховувати значну множину показників та потенційні можливості підприємства;
- необхідно виконувати принцип безперервності інформації [6].

Створені методи оцінки конкурентоспроможності підприємств машинобудування не відповідають сучасним тенденціям розвитку ринку, проте це можливе лише за умови послідовного вивчення етапів економічних процесів, якими привабливість і буде визначатися. Тому, постає проблема розробити нові методи оцінки конкурентоспроможності. Збалансована система показників є одним із новітніх методів оцінки конкурентоспроможності в багатьох галузях економіки, водночас і машинобудування в основі якої є оцінка нематеріальних активів підприємства, а інтелектуального капіталу. Завдяки роз-

робці і використання збалансованої системи показників як концептуальної основи, підприємства можуть вживати відповідні заходи, що сприятимуть розвитку та утриманню провідних позицій на ринку в атмосфері невизначеності, мінливості економіки. Під час розроблення збалансованої системи показників слід звернути увагу на такі її складові: фінансову, клієнтську, внутрішніх процесів, навчання і розвиток персоналу.

Висновки. Дослідження методики оцінки конкурентоспроможності підприємств машинобудівного комплексу вимагає подальших розробок, оскільки вона є одним із критеріїв визначення ринкової вартості бізнесу. За умови посилення конкуренції, керівництву підприємства необхідно шукати нові (адекватні умовам конкуренції) інструменти управління підприємствами і методи підвищення конкурентоспроможності. Наведені у статті елементи конкурентоспроможності і вибір оптимальних методів оцінки конкурентоспроможності підприємства можуть використовуватись у подальших вітчизняних дослідженнях, пов'язаних з удосконаленням методів оцінки конкурентоспроможності підгалузі.

Література

1. Прахалад К.К., Рамасвами, Вен Кант. Майбутнє конкуренції. Творення унікальної цінності спільно з клієнтами. Пер. з англ. Михайла Ставицького. – К.: Вид-во Олексія Капусты (підрозділ "Агенція "Стандарт""), 2005. – 258 с.
2. Самуляк В.Ю. Оцінювання конкурентоспроможності підприємств// Обліково-аналітичне забезпечення системи менеджменту підприємства: Тези доп. наук.-практ. конф. – Львів: Вид-во НУ "Львівська політехніка", 2007. – С. 201-204.
3. Шляхетно В.В. Кваліментрична оцінка якості культури як чинника зростання конкурентоспроможності поліграфічних підприємств "Наукові записки"// Наук.-техн. зб., Української академії друкарства, 2005 р., № 8. – С. 27-30.
4. Афанас'єва І.І. Роль контролю в системі забезпечення конкурентоспроможності підприємства// Міжнародні тенденції розвитку бухгалтерського обліку та аудиту та перспективи для України: Тези доп. Міжнар. наук.-практ. конф. – К.: КНЕУ, 2006. – С. 74-75.
5. Мадрига Г. Вплив чинників зовнішнього середовища на ефективність діяльності підприємств// Розвиток підприємницької діяльності в Україні: історія та сьогодення: Матер. II Міжнар. наук.-практ. конф., 10-11 червня. – Тернопіль, 2004. – С. 47-48.
6. Ларін О. Аналіз сучасних підходів до оцінки конкурентоспроможності промислового підприємства Журнал "Схід". – 2006, № 5 (77).
7. Кротков А.М., Еленева Ю.Я. Конкурентоспособность предприятия: подходы к обеспечению, критерии, методы оценки// Маркетинг в России и за рубежом. – 2001, № 6. – 25-29.
8. Василенко О.В., Ткаченко Т.І. Виробничий (операційний) менеджмент: Навч. пос. Вид. 2-ге, виправлене і доп./ За ред. В.О. Василенка. – К.: Центр навч. літ-ри, 2005. – 532 с.

УДК 65.014

Аспір. Н.І. Фединець – Львівська КА

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ УПРАВЛІНСЬКИХ СИТУАЦІЙ

Розкрито сутність поняття "ситуаційне управління". Визначено особливості аналізу ситуацій, розглянуто низку методів аналізу ситуацій та їх характерні риси.

Ключові слова: ситуація, ситуаційне управління, ситуаційний аналіз, аналіз ситуацій, методи ситуаційного аналізу.