

прогресом, який вагомо вплинув на потребу створення нових інституцій, що забезпечують регулювання функцій об'єктів інформаційно-комунікаційної інфраструктури; по-третє, глобалізаційними тенденціями розвитку світової економіки, які в сучасних умовах потребують від міжнародних організацій вироблення узгодженої стратегії економічного розвитку національних економік та залучення їх до глобальної виробничої інфраструктури.

Література

1. Балаева О.Н. Сфера услуг в мировой экономике: тенденции развития / О.Н. Балаева, М.Д. Предводителя // МЭ и МО. – 2007. – № 3. – С. 23.
2. Варнавский В.Г. Партнерство государства и частного сектора: формы, проекты, риски / В.Г. Варнавский. – Ин-т мировой экономики и международных отношений. – М. : Изд-во "Наука", 2005. – 315 с.
3. Вступ України до СОТ: новий виклик економічній реформі / за ред. І. Бураковського, Л. Хандріха та Л. Хоффманна. – К. : Вид-во "Альфа-Примакс", 2003. – С. 27-279.
4. Гальчинський А.С. Глобальні трансформації: концептуальні альтернативи. Методологічні аспекти / А.С. Гальчинський. – К. : Вид-во "Либідь", 2006. – 312 с.
5. Гайдай Т.В. Вплив сучасної інституціональної теорії на розвиток економічної науки / Т.В. Гайдай // Економічна теорія. – 2004. – № 2. – С. 92.
6. Заблоцька Р.О. Система інституційного регулювання світової торгівлі послугами : монографія / Р.О. Заблоцька // Р.О. Заблоцька. – К. : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2008. – 368 с.
7. Колосова В.П. Європейський інвестиційний банк в Україні / В.П. Колосова // Фінанси України. – 2008. – № 2. – С. 15-25.
8. Международные стратегии экономического развития : учебн. пособ. / под ред. Ю.В. Макогона. – К. : Вид-во "Знання", 2007. – 461 с.
9. Новицький В. Інституціоналізм у діалектиці сучасного економічного розвитку / В. Новицький // Економіка України. – 2005. – № 7. – С. 49-58.
10. Поляков В.В. Прогнозирование мирового товарного рынка / В.В. Поляков. – М. : Изд-во "Экзамен", 2002. – 288 с.
11. Ровенская Т.Л. Интернационализация и глобализация средств массовой информации / Т.Л. Ровенская // МЭ и МО. – 2007. – № 6. – С. 80-93.
12. Рынок нефти: ОПЕК заговорила, нефть выросла на 3 %. 25 февраля 2009. [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.sia.ru/?section=409&action=show_news&id=95310.
13. Стрелец И.А. Новая экономика и информационные технологии / И.А. Стрелец. – М. : Изд-во "Экзамен", 2003. – 256 с.
14. Філіпенко А.С. Глобальні форми економічного розвитку: історія і сучасність / А.С. Філіпенко. – К. : Вид-во "Знання", 2007. – 670 с.
15. Чухно А. Інституціоналізм: теорія, методологія, значення / А. Чухно // Економіка України. – 2008. – № 6. – С. 4-13.
16. European investment Bank Group. Annual Report. 2006. Volume 1, Activite Report. – Р. 6.

УДК 005.332.4/334.722 *Аспір. О.П. Романко¹ – НУ "Львівська політехніка"*

ІНСТРУМЕНТАРІЙ ПЛАНУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто інструментарій стратегічного планування конкурентоспроможності машинобудівного підприємства та обґрунтовано потребу одночасного використання моделей вибору стратегій з метою формування оптимального пакету стратегій. Охарактеризовано та систематизовано інструментарій тактичного планування конкурен-

¹ Наук. керівник: проф. О.Є. Кузьмин, д-р екон. наук – НУ "Львівська політехніка"

тоспроможності машинобудівного підприємства. Встановлено, що перспективними подальшими дослідженнями є практичне використання методу еталонного підприємства для планування конкурентоспроможності низки українських машинобудівних підприємств, які виготовляють аналогічну продукцію.

Post-graduate O.P. Romanko – NU "L'vivs'ka Politekhnika"

Competitiveness tool of planning of machine-building enterprise

In the article the instruments of strategic planning of the machine-build plant competitiveness are considered and the necessity of simultaneous using of the strategic choice models for optimal strategic packet formation is based. The instruments of tactic planning of the machine-build plant competitiveness are characterized and systematized. It is set that long-range subsequent researches is the practical use of method of standard enterprise for planning of competitiveness rows of the Ukrainian machine-building enterprises, which make analogical products.

Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Цілеспрямоване формування конкурентних переваг на вітчизняних машинобудівних підприємствах є об'єктивною потребою їхнього виживання на ринку та утримання позицій. Це вимагає розроблення планів, програм дій щодо підвищення конкурентоспроможності. На сучасному етапі у теорії і на практиці розроблено доволі різноманітний інструментарій планування діяльності підприємства, що ж стосується безпосередньо планування конкурентоспроможності, то існує потреба у доступних, логічних та обґрунтованих інструментах у цій сфері. З огляду на зазначене виникає нагальність у розгляді наявних інструментів планування конкурентоспроможності, їхньому систематизуванні, виявленні умов, переваг та вад використання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій за проблемою. Аналізування праць [1-15], присвячених теоретичним і прикладним аспектам управління конкурентоспроможністю підприємства, дає змогу стверджувати, що достатньо розкритими у літературі є інструменти стратегічного планування конкурентоспроможності, тобто різноманітні моделі обґрунтованого вибору стратегій. Щодо ж планування на тактичному рівні, то розгляд його є достатньо обмеженим, проте поширеними у літературі є інструменти оцінювання конкурентоспроможності підприємств, зокрема машинобудівної сфери, що можуть у відповідних умовах розглядатись як інструменти планування.

Згідно з "Великим тлумачним словником сучасної української мови" інструмент розглядають як певне знаряддя для роботи, праці [1, с. 400], а інструментарій – набір інструментів, які використовуються в певній сфері, діяльності тощо [1, с. 401]. З огляду на це, під інструментарієм планування конкурентоспроможності машинобудівного підприємства доцільно розглядати сукупність методів, моделей, методик, які дають змогу спланувати конкурентоспроможність підприємства на стратегічному чи тактичному рівнях.

Розглянемо інструменти стратегічного планування конкурентоспроможності машинобудівних підприємств. До них С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабась, О.С. Дуброва, А.В. Вакуленко [2, с. 343-345], Л.А. Швайка [3, с. 45-60], а також О.О. Гетьман та В.М. Шаповал [4, с. 16-43] від-

носять матрицю БКГ, SWOT-аналіз, моделі GE/Mc Kinsey, Shell/DPM, ADL/LS тощо. Варто зауважити, що кожен із наведених вище інструментів характеризується певними умовами використання, містить відмінні критерії вибору різноманітних стратегій (ринкових, інвестиційних, товарних тощо) та не передбачає комплексного підходу до стратегічного планування конкурентоспроможності підприємства. Так, SWOT-аналіз передбачає оцінювання та прогнозування сильних і слабких позицій підприємства, шансів та загроз зовнішнього середовища його функціонування, що дає змогу визначити конкурентні переваги та вади підприємства та обрати стратегію поведінки на ринку. Матриця БКГ спрямована на обґрунтування товарно-інвестиційних стратегій на основі таких критеріїв: швидкість зростання галузі та відносна частка ринку, контрольована підприємством. Модель GE/Mc Kinsey залежно від таких критеріїв, як привабливість стратегічної зони господарювання та конкурентний статус підприємства, дає змогу обґрунтовано обрати інвестиційні стратегії. Модель Shell/DPM на засадах аналогічних критеріїв пропонує обирати стратегії щодо позиції на ринку та капітальних вкладень. За матрицею ADL/LS вибір стратегій здійснюється залежно від фази життєвого циклу товару та конкурентної позиції підприємства тощо [2, с. 343-345; 3, с. 45-60; 4, с. 16-43].

Як зазначалось вище, в основу тактичного планування конкурентоспроможності машинобудівних підприємств доцільно покласти інструменти оцінювання конкурентоспроможності. Так, С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабась, О.С. Дуброва, А.В. Вакуленко [2, с. 346-349] наголошують, що оцінювання поточної конкурентоспроможності підприємства можна здійснювати за допомогою таких методів:

- методу, що базується на оцінюванні конкурентоспроможності продукції підприємства;
- методу, що базується на аналізі порівняльних переваг підприємств-конкурентів;
- методу, заснованого на теорії ефективної конкуренції;
- інтегрального методу;
- методу самооцінювання.

С. Хамініч, В.Д. Немцов, Л.Є. Довгань пропонують оцінювати конкурентоспроможність промислового підприємства таким чином [5, с. 59-60; 6]:

$$Kp = 0,15EO + 0,29\Phi O + 0,23EZ + 0,33KT,$$

де: *EO* – узагальнювальний показник ефективності виробничої діяльності; *ΦO* – узагальнювальний показник, що характеризує фінансове становище організації; *EZ* – узагальнювальний показник, що відображає ефективність організації збуту та просування товару; *KT* – узагальнювальний показник, що демонструє конкурентоспроможність товару.

Зазначена методика базується на врахуванні вагомості певних груп показників під час оцінювання конкурентоспроможності промислового підприємства, а узагальнювальні показники за нею також розраховуються на засадах врахування вагомості окремих показників відповідної групи. На жаль, автори не обґрунтовують характер отримання наведених показників вагомості, не вказують, хто і яким чином їх визначив та встановив, що може зумовити спотворення отриманих результатів.

Оберемчук І.О. пропонує визначати конкурентоспроможність підприємства, не лише враховуючи вагомість груп показників та окремих показників, але й використовуючи середню геометричну [7]:

$$Kp = \sqrt[8]{0,22P_1 \times 0,14P_2 \times 0,10P_3 \times 0,19P_4 \times 0,14P_5 \times 0,07P_6 \times 0,04P_7 \times 0,10P_8},$$

де: P_1 – конкурентоспроможність продукції; P_2 – фінансовий стан підприємства; P_3 – ефективність збуту і просування товарів; P_4 – ефективність виробництва; P_5 – конкурентний потенціал; P_6 – екологічність виробництва; P_7 – соціальна ефективність; P_8 – імідж підприємства.

Автор не вказує, яким чином визначені коефіцієнти вагомості, наскільки вони достовірні, та не обґрунтовує доцільність і умови використання середньої геометричної для визначення інтегрального показника конкурентоспроможності підприємства.

Чубай В.М. для оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства пропонує використовувати факторну модель [8, с. 161]

$$Kp = \frac{Pd_n}{Pd_k} \times \frac{Pv_n}{Pv_k} \times \frac{Po_n}{Po_k},$$

де: Pd – частка чистого доходу від реалізації певних видів продукції високого рівня конкурентоспроможності за винятком величини протермінованої дебіторської заборгованості за цю продукцію у загальній величині чистого доходу від реалізації цих видів продукції; Pv – частка чистого доходу від реалізації певних видів продукції високого рівня конкурентоспроможності у загальній величині чистого доходу від реалізації продукції цих видів усіх рівнів конкурентоспроможності; Po – показник окупності собівартості реалізованої продукції певних видів і відповідної величини непокритих усіх інших витрат за рахунок чистого доходу від реалізації цих видів продукції усіх рівнів конкурентоспроможності; n – індекс, який вказує, що показник має відношення до досліджуваного підприємства, а індекс k – до його певного конкурента.

Наведена В.М. Чубаєм методика для оцінювання конкурентоспроможності підприємства є надзвичайно дискусійною, оскільки базується на співвідношенні лише доходів та собівартості і не враховує інших важливих параметрів функціонування підприємства (трудових, ринкових, фінансової стійкості, ліквідності тощо); базується на врахуванні частки доходів продукції високого рівня конкурентоспроможності і різних типах доходів, але підприємство може реалізовувати продукцію середнього рівня конкурентоспроможності і при цьому успішно функціонувати на ринку (прикладом є неякісна продукція, виготовлена у Китаї, яка заповонила світовий ринок).

І.П. Голофаєва пропонує оцінювати конкурентоспроможність підприємства на засадах такої факторної моделі [9, с. 49]:

$$Kp = f(FS, KSp, P, ZP, B),$$

де: FS – фінансовий стан підприємства; KSp – конкурентоспроможність продукції; P – частка ринку підприємства; ZP – середня заробітна платня на підприємстві; B – показник незайнятого населення в області.

Розрахунок наведеної моделі І.П. Голофаєва [9, с. 49] пропонує здійснювати з допомогою апарату нечітких множин, що значно ускладнює її

практичне використання. На основі аналізування літературних джерел [1-15], присвяченим проблемам управління конкурентоспроможністю підприємства, можна стверджувати, що у стратегічній сфері немає єдиного підходу чи моделі, яка б дала змогу комплексно спланувати конкурентоспроможність підприємства, що потребує використання декількох моделей для формування пакету стратегій. Щодо ж тактичного рівня, то інструменти, які пропонують науковці на цьому рівні в межах оцінювання конкурентоспроможності машинобудівного підприємства на засадах певних показників, зазвичай, є не достатньо обґрунтованими, складними у практичному використанні, теоретичними, хоча їхній перелік є досить великим.

Мета дослідження. З огляду на результати вивчення літературних джерел [1-15] та аналізування практики функціонування машинобудівних підприємств, метою дослідження є систематизація інструментів тактичного планування конкурентоспроможності підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Планування конкурентоспроможності машинобудівного підприємства повинно реалізовуватись у стратегічній та тактичній перспективах. Як свідчать виконані дослідження, на сьогодні існує безліч інструментів вибору різноманітних стратегій (фінансових, інвестиційних, ринкових, товарних, цінових тощо), які доволі ґрунтовно розкриті у літературних джерелах. Практика свідчить, що комплексне стратегічне планування конкурентоспроможності стратегій передбачає розроблення пакету різнопланових стратегій з урахуванням пріоритетності їх досягнення, що вимагає одночасного використання переліку моделей вибору цих стратегій.

На тактичному рівні планування конкурентоспроможності, зазвичай, здійснюють на засадах певних показників, які надалі підлягають попарному порівнянню, інтегруванню, стандартизації тощо.

Конкурентоспроможність підприємства пропонуємо розраховувати у статичі і динаміці. У статичі її визначають із врахуванням ваги окремих товарів і ринків [10, с. 82; 11, с. 218]:

$$Kp = \sum_{j=1}^m \sum_{i=1}^n a_i b_j K_{ij} \rightarrow 1,$$

де: a_j – відносна вага i -го товару підприємства в обсязі продажу за аналізований період; b_j – показник значення j -го ринку, на якому збувається товар (для розвинутих країн значення ринків рекомендується приймати рівним 1,0; для решти країн – 0,7; для внутрішнього ринку – 0,5); K_{ij} – конкурентоспроможність i -го товару на j -му ринку.

Наведений підхід є простим у застосуванні, базується на концепції виняткової залежності конкурентоспроможності підприємства від конкурентоспроможності його продукції, але його не можна вважати комплексним, оскільки він неповно розкриває усі аспекти діяльності підприємства.

Існує підхід, згідно з яким конкурентоспроможність підприємства визначають за формулою [12, с. 162]

$$Kp = R \cdot a \cdot K \cdot b \cdot D \cdot c,$$

де: R – рейтингова оцінка фінансового стану підприємства; a – вагомість рейтингової оцінки фінансового стану підприємства; K – конкурентоспроможність продукції підприємства; b – вагомість конкурентоспроможності продукції підприємства; D – величина частки ринку підприємства; c – вагомість частки ринку підприємства.

Результати аналізування літературних джерел [1-15] та вивчення потреб власників і керівників машинобудівних підприємств Львівської області (ЗАТ "Автоавантажувач", ВАТ "Стрийський завод "Металіст", ВАТ "Прикарпатпромарматура", ВАТ "Завод "Львівсільмаш", ВАТ "Конвеєр", ВАТ "Дрогобицький машинобудівний завод", ВАТ "Автомат", ВАТ "Львівський завод РЕМА", ВАТ "Львівавтозапчастина", ВАТ "Львівський мотозавод", ВАТ "Львівський інструментальний завод", ВАТ "Львівський завод фрезерних верстатів", ТзОВ НВП "ІМВО") засвідчили, що до системи показників планування конкурентоспроможності варто ввести такі: фінансово-економічні (коефіцієнти рентабельності продукції, загальної ліквідності, фінансової напруженості, інкасації дебіторської та кредиторської заборгованостей, співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості), техніко-технологічні (коефіцієнти фондівіддачі, оновлення основних фондів, завантаження основних виробничих фондів), трудові (коефіцієнти продуктивності праці, співвідношення управлінського та основного виробничого персоналу, негативної плинності кадрів), ринкові (коефіцієнти частки ринку, рентабельності реалізації, затоварення готовою продукцією, ефективності маркетингових заходів). Ці показники надалі формують базу для планування конкурентоспроможності машинобудівного підприємства на тактичному рівні. Кожен із показників з урахуванням прогнозованих цілеспрямованих змін у зовнішньому та внутрішньому середовищах функціонування під час поетапної реалізації обраних стратегій підвищення конкурентоспроможності та з урахуванням чинників ризику розраховують за певною методикою та порівнюють із нормативним критерієм чи у динаміці, якщо чіткого нормативу показника встановити неможливо. Варто враховувати, що конкурентоспроможність підприємства є відносним поняттям, тому її планування потрібно здійснювати порівняно із прогнозним розвитком основних підприємств-конкурентів, що можна зробити на засадах використання значного переліку інструментів, а саме: визначення та порівняння інтегральних показників, використання методу еталонного підприємства, методу суми місць тощо.

Інтегральний комплексний показник конкурентоспроможності (Kp) можна обчислювати за формулою [5, с. 59]:

$$Kp = \sum_{j=1}^N (A_j P_j) = \sum_{j=1}^N (A_j \left[\sum_{i=1}^{n_j} a_{ji} p_{ji} \right]),$$

де: N – число груп показників, що характеризують конкурентоспроможність підприємства; A_j – параметр ваги j -ї групи показників конкурентоспроможності машинобудівного підприємства; P_j – чисельне значення j -ї групи показників конкурентоспроможності машинобудівного підприємства; n_j – число показників конкурентоспроможності підприємства в j -й групі; j – кількість

груп показників; i – кількість показників у кожній окремій групі; a_{ji} – коефіцієнт ваги i -ої підгрупи показників j -ї групи показників конкурентоспроможності машинобудівного підприємства; p_{ji} – чисельне значення i -ої підгрупи показників j -ї групи показників конкурентоспроможності машинобудівного підприємства.

Варто зауважити, що вагові коефіцієнти, зазвичай, встановлюють з допомогою використання експертних методів. Експертне оцінювання є результатом здійснення експертизи, оброблення і використання цього результату в обґрунтуванні значення ймовірності. Формування експертної оцінки – це комплекс логічних і математико-статистичних методів та процедур, пов'язаних з діяльністю експерта щодо оброблення інформації, потрібної для аналізу та прийняття рішення [13, с. 120]. Зі врахуванням думок експертів, важливо оцінити рівень їхньої узгодженості за допомогою коефіцієнта конкордації (лат. *concorda* – узгоджувати) [13, с. 123-124; 14, с. 98]:

$$W = \frac{12 \cdot \sum_{i=1}^n (X_i - X_{ci})^2}{m^2 \cdot (n^3 - n)},$$

де: X_i – сума рангів за усіма чинниками, що впливають на конкретний бюджетний показник; X_{ci} – середня сума рангів за усіма чинниками, що впливають на конкретний бюджетний показник; m – кількість експертів, чол.; n – кількість чинників, од.

Значення коефіцієнта конкордації перебуває в межах від 0 до 1. За цілкової узгодженості думок експертів $W = 1$, повної неузгодженості $W = 0$, зміна коефіцієнта від 0 до 1 свідчить про зростання узгодженості між думками експертів. Оцінювання значущості коефіцієнта конкордації, тобто рівня випадковості узгодження думок експертів, здійснюють за критерієм Пірсона (χ^2) [13, с. 125; 14]

$$\chi^2 = m \cdot (n-1) \cdot W.$$

Якщо розрахункова величина χ^2 перевищує нормативне табличне значення [3, с. 192], то можна стверджувати, що узгодженість в думках експертів є не випадковою.

Уразі застосування методу суми місць з метою прогнозування конкурентної позиції машинобудівного підприємства кожному показнику надають місце залежно від його значення (наприклад, якщо в плануванні беруть участь 3 підприємства, то перше місце встановлюють найкращому значенню конкретного показника, друге – гіршому значенню і третє – найгіршому значенню; якщо показники ідентичні, то і місця у них також будуть ідентичні). Надалі підсумовують місця за кожним підприємством: найбільшою конкурентоспроможністю володітиме те машинобудівне підприємство, яке набере мінімальну суму місць [15, с. 16].

Використання методу еталонного підприємства дає змогу знівелювати вади у визначенні інтегрального показника з урахуванням вагових коефіцієнтів. Цей метод передбачає розрахунок запропонованих показників для декількох підприємств та вибір найкращого значення кожного показника зок-

рема і прийняття його за еталонне. На підставі цього визначають розрахунковий показник (R) для кожного підприємства (j), який характеризує ступінь відповідності фактичних значень показників кожного підприємства показникам еталонного підприємства та порівнюють із іншими показниками (чим нижче значення показника (R), тим краща позиція підприємства, тим вищий рівень його конкурентоспроможності) [15, с. 14-16]:

$$R_j = \sqrt{\sum_{i=1}^n \left(1 - \frac{K_i^f}{K_i^e} \right)^2},$$

де: K_i^f – фактичний рівень i -го показника, що використовується для оцінювання конкурентоспроможності підприємства; K_i^e – еталонне значення i -го показника; n – кількість планових показників.

Для цього методу характерні високий рівень об'єктивності, достовірність розрахунків та простота обчислення і він найпридатніший для практичного використання на засадах застосування переліку запропонованих та обґрунтованих нами показників планування конкурентоспроможності продукції.

Висновки і перспективи подальших досліджень за проблемою. Обґрунтоване стратегічне та тактичне планування конкурентоспроможності машинобудівного підприємства потребує використання адекватного інструментарію у цій сфері. З метою розроблення пакету оптимальних стратегій підвищення конкурентоспроможності підприємства пропонується використовувати широкий спектр наявних моделей, матриць вибору ринкових, інвестиційних, товарних та ін. стратегій на засадах певних критеріїв. Стосовно тактичного рівня планування, то тут запропоновано систему планових показників, які найбільш ґрунтовно та змістовно характеризують найважливіші сфери функціонування машинобудівних підприємств, а також розглянуто і систематизовано підходи до їх узагальнення, порівняння тощо.

Перспективами подальших досліджень є практичне використання методу еталонного підприємства для планування конкурентоспроможності низки українських машинобудівних підприємств, які виготовляють аналогічну продукцію.

Література

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел. – К.-Ірпінь : ВТФ "Перун", 2002. – 1440 с.
2. Управління конкурентоспроможністю підприємства / С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабась, О.С. Дуброва, А.В. Вакуленко. – К. : Вид-во КНЕУ, 2008. – 520 с.
3. Швайка Л.А. Планування діяльності підприємства : навч. посібн. / Л.А. Швайка. – 2-ге вид. [стереот.]. – Львів : "Магнолія 2006", 2007. – 268 с.
4. Гетьман О.О. Економічна діагностика : навч. посібн. [для ВУЗів] / О.О. Гетьман, В.М. Шаповал. – К. : Вид-во "Центр навч. літ-ри", 2007. – 307 с.
5. Хамініч С. Методика інтегральної оцінки рівня конкурентоспроможності промислового підприємства / Світлана Хамініч // Економіст. – 2006. – № 10. – С. 59-61.
6. Немцов В.Д. Стратегічний менеджмент : навч. посібн. / В.Д. Немцов, Л.Є. Довгань. – К. : Вид-во "Експрес-Поліграф", 2002. – 562 с.
7. Оберемчук В.Ф. Стратегія підприємства / В.Ф. Оберемчук. – К. : Вид-во МАУП, 2000. – 128 с.

8. Чубай В.М. Факторна модель оцінювання конкурентоспроможності машинобудівних підприємств / В.М. Чубай // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 6(96). – С. 156-163.
9. Голофаєва І.П. Методика расчета конкурентоспособности предприятия с помощью аппарата нечетких множеств с учетом социальных факторов / И.П. Голофаева // Механізм регулювання економіки. – 2004. – С. 48-51.
10. Кузьмін О.Є. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства : підручник / О.Є. Кузьмін, Н.І. Горбаль. – Львів : Вид-во "Компакт-ЛВ", 2005. – 304 с.
11. Горбаль Н.І. Оцінювання конкурентоспроможності на мікро-, мезо- та макрорівнях / Н.І. Горбаль, П.Г. Ільчук // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Серія: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – Львів : Вид-во НУ "Львівська політехніка", 2006. – № 599. – С. 213-222.
12. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства : монографія / за заг. ред. Ю.Б. Іванова, О.М. Тищенко. – Харків : Вид-во ІНЖЕК, 2006. – 384 с.
13. Балабанов І.Т. Финансовый анализ и планирование хозяйствующего субъекта / И.Т. Балабанов. – 2-е изд. [доп.]. – М. : Изд-во "Финансы и статистика", 2001. – 208 с.
14. Саркисян С.А. Прогнозирование развития больших систем / С.А. Саркисян, Л.В. Голованов. – М. : Изд-во "Статистика", 1975. – 193 с.
15. Економічна діагностика : практикум / Т.Д. Костенко, А.А. Герасимов, В.С. Рижи-ков, О.К. Добикіна, С.В. Касьянюк. – К. : Вид-во "Центр навч. літ-ри", 2007. – 186 с.

**УДК 338:35 Проф. Л.І. Сопільник, д-р техн. наук – Львівський університет
бізнесу і права; студ. А.В. Колодійчук – НУ "Львівська політехніка"**

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

На теперішньому етапі розвитку економіки України особливої важливості набуває вирішення проблеми управління конкурентоспроможністю машинобудівних підприємств і їхньої продукції. Підвищення конкурентоспроможності машинобудівних підприємств дасть змогу підвищити конкурентоспроможність усієї машинобудівної галузі, створить попит на продукцію суміжних галузей і стане місцем впровадження наукових досягнень. Усе це має дати імпульс розвитку економіки України загалом і створити умови для удосконалення її структури в напрямку підвищення частки високотехнологічних і наукомістких галузей. Розкрито сутність та основні функції, пов'язані з управлінням конкурентоспроможністю машинобудівних підприємств.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, конкурентоспроможність продукції, виробництво, реалізація, рентабельність, прибуток.

***Prof. L.I. Sopil'nyk – Lviv university of business and law;
stud. A.V. Kolodiychuk – NU "L'vivs'ka Politekhnik"***

A management of machine-building enterprises a competitiveness is on the modern stage of development of Ukraine economy

On the modern stage of development of economy of Ukraine of the special importance acquires the decision of problem of management of machine-building enterprises and products a competitiveness, that produced by them. The increase of competitiveness of machine-building enterprises will allow to promote the competitiveness of all machine-building industry, will create demand on the products of contiguous industries and will become the mestome of introduction of scientific achievements. All of it must give the impulse of development of economy of Ukraine, on the whole, and to create terms for the improvement of its structure in direction of increase of part of highly technological industries. Essence and basic functions, related to the management of machine-building enterprises a competitiveness is exposed in the article.