

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. Рижигов, 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.

Keywords: competitiveness of enterprise, competitiveness of products, production, realization, profitability, income.

Машинобудування є однією з базових галузей економіки України, однак її поточний стан можна охарактеризувати як неоднозначний: останніми роками спостерігається спад виробництва. Намітилися негативні тенденції до втрати вітчизняними підприємствами позицій на внутрішньому ринку, а також до зменшення частки машинобудівної продукції у структурі експорту. Це свідчить про те, що українські машинобудівні підприємства програють конкурентну боротьбу зарубіжним виробникам. Тому однією з нагальних проблем для них є підвищення конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність підприємства й конкурентоспроможність продукції дуже важливі з погляду управління промисловим підприємством. Під конкурентоспроможністю продукції розуміють сукупність цінкових характеристик, якісних властивостей, а також особливостей продажу й обслуговування продукції, що вигідно відрізняють її від конкуруючої аналогічної продукції і які дають змогу знаходити збут на ринку і задовольняти потреби покупців. А конкурентоспроможність підприємства – це здатність вести господарську діяльність таким чином, що дає змогу протягом тривалого часу підтримувати присутність на ринку в такому обсязі, щоб прибуток від реалізації продукції забезпечував не тільки підтримку існування підприємства, але і задоволення потреб покупців у сполученні з постійним підвищенням якості продукції й удосконалюванням виробничого процесу.

У процесі своєї господарської діяльності будь-яке підприємство реалізує дві мети, які пояснюються суспільним характером виробництва і приватним характером присвоєння його результатів. По-перше, підприємство за допомогою виробленої продукції і наданих послуг задовольняє суспільні потреби. По-друге, підприємство отримує прибуток, джерелом якого є різниця між собівартістю продукції й послуг і ціною їх реалізації. У випадку машинобудівного підприємства на перший план виходить саме продукція, а надання послуг, переважно, обмежується монтажем і обслуговуванням реалізованого устаткування.

Існує два основних підходи до формалізації діяльності підприємств – функціональний і процесний [3-5]. Господарську діяльність машинобудівних підприємств, які виробляють і реалізують матеріальну продукцію, з погляду процесного підходу можна розглядати як сукупність трьох основних і декількох допоміжних процесів.

До основних належать процеси розроблення, виробництва й реалізації продукції. До допоміжних: контроль якості, забезпечення сировиною та матеріалами, технологічне забезпечення виробничого процесу. Принципова різниця між основними й допоміжними процесами полягає в тому, що основні процеси безпосередньо забезпечують досягнення цілей підприємства (задоволення потреб клієнтів і одержання прибутку), а інші становлять для підприємства цінність тільки тому, що вони забезпечують і підвищують ефективність основних процесів. Без основних процесів існування на виробничому підприємстві допоміжних процесів не мало б ніякого змісту, адже саме основні процеси формують результати господарської діяльності підприємства.

Допоміжні процеси, такі як логістика, фінанси, контроль якості та інші, відіграють важливу роль у діяльності підприємства. Проте цілі управління допоміжними процесами зводяться до зведення їх до оптимального стану, у якому вони будуть відповідати потребам основних процесів.

Основну роль у системі управління конкурентоспроможністю підприємства відіграє управління конкурентоспроможністю продукції, яка формується на етапах розроблення, виробництва й реалізації продукції. Категорії конкурентоспроможності продукції та підприємства мають високий ступінь взаємозалежності. Водночас конкурентоспроможність продукції є окремою та незалежною категорією, оскільки вона більше пов'язана із успіхом продукції на ринках збуту, ніж із особливостями функціонування підприємства.

Взаємозв'язок конкурентоспроможності продукції й конкурентоспроможності промислового підприємства опосередковується ринком через реалізацію виробленої продукції. Спочатку підприємство за рахунок наявних у нього фінансових і інших ресурсів, які, зокрема, були у минулому внесені засновниками, розробляє продукцію і здійснює підготовку до її виробництва. При цьому в процесі виготовлення продукції у неї закладають якісні характеристики, які визначають її споживчі властивості. Організація системи реалізації продукції зумовлює характеристики її продажу й обслуговування, що визначають ступінь привабливості цих чинників для потенційних споживачів. До характеристик продажу й обслуговування можна також віднести і репутацію продукції. Ці дві групи характеристик, поряд із ціною продукції, зумовлюють успішність її реалізації на ринку. На ціну продукції, своєю чергою, впливає собівартість продукції, наявний на ринку рівень цін на аналогічну продукцію, а також стратегії підприємства, що визначають баланс між прагненням до прибутку і прагненням до нарощування обсягів реалізації і частки ринку. Таким чином, обсяг реалізації, собівартість і ціна продукції визначають розмір прибутку підприємства, який залишається після розподілу доходів від реалізації продукції між власниками, персоналом і державою. Прибуток після розподілу поповнює, зокрема, чисті активи підприємства. Наявність активів визначає можливості підприємства з розроблення нової продукції, організації виробничого процесу й удосконалювання каналів збуту. Відбувається неперервний колообіг ресурсів підприємства, який і визначає взаємозв'язок конкурентоспроможності продукції й конкурентоспроможності підприємства.

З погляду спрямованості причинно-наслідкового зв'язку, можна виділити дві головні категорії величин, пов'язаних із конкурентоспроможністю підприємства: внутрішні чинники і зовнішні прояви конкурентоспроможності. Внутрішні чинники конкурентоспроможності підприємства – це характеристики різних внутрішніх аспектів діяльності підприємства, що прямо або опосередковано впливають на зовнішні прояви конкурентоспроможності підприємства. Зовнішні прояви конкурентоспроможності підприємства – це основні показники фінансово-господарської діяльності підприємства, зіставлення значень яких із значеннями аналогічних показників інших підприємств дає змогу оцінити ступінь конкурентоспроможності певного підприємства.

Об'єктивну оцінку конкурентоспроможності продукції можна дати тільки шляхом аналізу наслідків реалізації продукції на ринку, а показники

конкурентоспроможності підприємства доцільно розраховувати саме на основі значень зовнішніх проявів конкурентоспроможності.

Основними рушійними силами динаміки конкурентоспроможності підприємства є чинники конкурентоспроможності продукції, а також внутрішні чинники конкурентоспроможності підприємства. Вони взаємодіють у процесі господарської діяльності підприємства, на основі результатів якої виявляється можливим у числовому вигляді виміряти показники конкурентоспроможності продукції й підприємства. Таким чином, сутність управління конкурентоспроможністю підприємства зводиться до коригування значень чинників з метою досягнення цілей власників підприємства, а також підвищення конкурентоспроможності продукції й підприємства.

Вирішальну роль у підвищенні конкурентоспроможності підприємства має відігравати управління конкурентоспроможністю його продукції. У сучасній теорії і практиці домінує ідея розглядати управління як взаємозалежний процес планування, організації, мотивації і контролю, потрібний для досягнення цілей організації [6; 7, с. 437]. Управління конкурентоспроможністю можна також розглядати як сукупність зазначених елементів. Елементи управління конкурентоспроможністю підприємства такі:

- планування: розробляння продукції; виробництва; збуту;
- організація: оптимізація організаційної структури; забезпечення ресурсами; НДДКР; стимулювання збуту;
- мотивація: робітників підприємства; контрагентів;
- контроль: якості управлінських рішень; якості продукції; якості ресурсів; реалізації управлінських рішень; відстеження рівня конкурентоспроможності.

Можливості машинобудівного підприємства з управління конкурентоспроможністю продукції, обмежені наявними в його розпорядженні фінансовими, трудовими ресурсами, часом, а також виробничими потужностями й технологіями.

Елементи системи управління конкурентоспроможністю продукції:

- планування: випуску продукції; заходів із регулювання конкурентоспроможності продукції; виходу на нові ринки збуту; виходу на ринок нової продукції;
- організація: зміна значень чинників конкурентоспроможності; перерозподіл існуючих ресурсів; введення нових ресурсів;
- мотивація: системи збуту; робітників підприємства; споживачів;
- контроль: якості продукції; якості ресурсів; реалізації управлінських рішень.

Вирішальну роль у здійсненні управління конкурентоспроможністю підприємства через управління конкурентоспроможністю продукції відіграють пріоритети управління, під якими розуміють цільові значення параметрів виробничо-економічної діяльності підприємства.

До основних пріоритетів управління можна віднести: рентабельність виробництва, розмір прибутку, частку окремих видів продукції на конкретних ринках збуту, мінімальний обсяг реалізації продукції по видах на конкретних ринках у натуральному вираженні. Перелік пріоритетів управління може бути досить широким, він залежить від ситуації на підприємстві, цілей і стратегій керівництва, волі власників капіталу підприємства.

Основні функції, пов'язані з управлінням конкурентоспроможністю машинобудівних підприємств у межах основних процесів промислових підприємств:

1. **Розроблення продукції**: організація процесу розроблення продукції; розроблення конструкторської та технологічної документації; виготовлення зразків продукції; вивчення доступних на ринку технологій та вузлів.
2. **Виробництво продукції**: організація виробничого процесу; установка, обслуговування і ремонт виробничого устаткування; контроль якості.
3. **Реалізація продукції**: організація процесу реалізації; збір ринкової інформації (про характеристики конкуруючої продукції, ціни, обсягів реалізації); організація збутової системи; організація заходів щодо стимулювання збуту.

Управлінські впливи, здійснювані в межах управління конкурентоспроможністю машинобудівного підприємства, мають бути спрямовані, насамперед, на варіювання чинниками конкурентоспроможності продукції, а також на оптимізацію внутрішніх чинників конкурентоспроможності підприємства. Варто наголосити на недоцільності управління конкурентоспроможністю окремого виду продукції у відриві від процесу виробництва продукції загалом. Потрібно здійснювати управління конкурентоспроможністю товарної маси, яку виробляє і реалізує підприємство на ринках збуту. Доцільність виділення окремих ринків збуту пояснюється тим, що для кожного виду продукції на окремих ринках існують різні умови, зокрема, ціновий рівень, обсяг ринку, присутність конкуруючих виробів тощо. З огляду на це, варто здійснювати планування окремих аспектів збутової політики для кожного ринку окремо, щоб максимально ефективно використовувати наявні на ринках можливості і відповідати вимогам, які висувають споживачі.

Можна зробити висновок, що розвитку машинобудівної галузі України перешкоджає безліч системних економічних проблем, низька ефективність виробництва, відсутність досвіду конкурентної ринкової поведінки, нестача нових технологій, а також труднощі з виходом на ринки високоякісної продукції. Вирішенню цих проблем має сприяти активна державна політика, підвищення стандартів управління усередині самих підприємств, а також співпраця з іноземними партнерами.

Підвищення конкурентоспроможності продукції, яку випускають вітчизняні машинобудівні підприємства, дасть змогу:

- поліпшити показники фінансово-господарської діяльності підприємств, що призведе до збільшення сплати податків й інших обов'язкових платежів, зростанню зарплат, поліпшенню соціальної й економічної інфраструктури прилеглих до підприємств територій;
- збільшити частку української машинобудівної продукції на внутрішньому ринку;
- зміцнити позиції як на традиційних, так і на нових експортних ринках збуту.

Література

1. **Макогон Ю.В.** Управление международной конкурентоспособностью предприятий (организаций) : учебн. пособ. / Ю.В. Макогон Ю.В., Ю.А. Гохберг, О.Б. Чернега. – Донецк : ДонНУ, 2003. – 278 с.
2. **Кваснюк Б.** Структурна перебудова економіки та її ресурси / Б. Кваснюк // Економіка України. – 2003. – № 11. – С. 18-28.
3. **Процесний підхід** в стандартах ІСО серії 9000 и на практике. – М. : НТК "ТРЕК", 2006. – 168 с.

4. **Putti J.M.** Management: a Functional Approach. – New York : McGraw-Hill Education, 1988. – 420 p.
 5. **Porth S.J.** Strategic Management: A Cross-Functional Approach. – Denver: Prentice Hall, 2002. – 266 p.
 6. **Тьетар Р.А.** Менеджмент / Р.А. Тьетар : пер. с франц. – С.-Пб. : Изд. Дом "Нева", 2003. – 96 с.
 7. **Gampton D.R.** Modern Management: Issues and Ideas. – Encino, California, USA: Dickenson Pub. Co., 1969. – 493 p.
 8. **Немцев А.Д.** Стратегия формирования конкурентоспособности машиностроительной продукции / А.Д. Немцев. – Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 2001. – 96 с.
 9. **Котлер Ф.** Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М. : Изд-во "Вильямс", 2005. – 1200 с.
-

УДК 330.567.28:330.322(477)

*Проф. І.О. Тивончук, д-р екон. наук;
аспір. В.Я. Карковська – НУ "Львівська політехніка"*

ПОТЕНЦІАЛ ЗАОЩАДЖЕНЬ ЯК ОСНОВНЕ ДЖЕРЕЛО ТРАНСФОРМАЦІЇ ЗАОЩАДЖЕНЬ В ІНВЕСТИЦІЇ

Визначено сутність потенціалу заощаджень. Виокремлено етапи оцінювання потенціалу заощаджень та здійснено його аналіз. Запропоновано певні заходи для формування потенціалу заощаджень як основних джерел інвестицій національної економіки України. Встановлено, що для захисту інтересів власників заощаджень потрібно вжити певних заходів щодо: розвитку інфраструктури фінансового ринку, які акумулюють і розміщують заощадження, способи вкладення заощаджень і умов їх привабливості; виробничої орієнтації інвестування заощаджень із гарантією отримання соціальної та економічної вигоди; реального сектору, у якому повинен існувати істотний попит на додаткові фінансові ресурси.

Ключові слова: заощадження, інвестиції, потенціал заощаджень, складові потенціалу заощаджень.

*Prof. I.O. Tyvonchuk; post-graduate V.Ya. Karkovska –
NU "L'vivs'ka Politekhnik"*

Saving potential as basic transformation source of saving in investment

In the article certainly essence potential of saving. The stages of evaluation of potential of economies are selected and his analysis is carried out. Certain measures are offered for forming of potential of economies as basic sources of investments of national economy of Ukraine. It is set that for defence of interests of proprietors of economies it is needed to accept certain measures in relation to: to development infrastructures of financial market, which accumulates and places economies, methods of investment of economies and terms of their attractiveness; production orientation of investing of economies with the guarantee of receipt of social and economic benefit; real a sector in which substantial demand must be on additional financial resources.

Keywords: saving, investments, potential of saving, constituents of potential of saving.

Постановка проблеми. Стабільний розвиток національної економіки України розглядається у зв'язку із зростанням інвестицій та пошуком інвестиційних ресурсів. Важливим чинником у зростанні інвестицій є визначення наявної кількості заощаджень, які можна ефективно надалі трансформувати в інвестиції. Тому постає завдання сформулювати та оцінити потенціал заощаджень національної економіки. Пріоритетність розроблення цієї проблеми зумовлена, насамперед, її багатогранністю та комплексним характером.