

ЕТАПИ ТЕХНОЛОГІЇ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Управління конкурентоспроможністю машинобудівного підприємства потребує оцінювання та цілеспрямованого формування конкурентних переваг, планування, яке доцільно розглянути у стратегічному та тактичному аспектах. Стратегічне планування конкурентоспроможності передбачає розроблення пакету стратегій розвитку підприємства, які дають змогу забезпечувати очікувані результати в усіх сферах та посісти стійкі позиції на ринку.

Ключові слова: планування конкурентоспроможністю, стратегічне планування, машинобудівне підприємство.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Конкурентоспроможність підприємства на сьогодні оцінюється не лише конкурентними перевагами його продукції, але й значним переліком інших характеристик його функціонування. Теоретики і практики спільно наголошують на потребі та важливості оцінювання конкурентоспроможності підприємств, але водночас не акцентується належної уваги на свідомому формуванні конкурентних переваг шляхом цілеспрямованого планування конкурентоспроможності та шляхів її досягнення. Навіть, якщо керівники і власники підприємства зацікавлені у плануванні його конкурентоспроможності, то, зазвичай, фахівцям не вистачає знань і досвіду щодо послідовності, технології, базових положень, методики планування у цій сфері.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Як свідчать праці С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабася, О.С. Дубрової, А.В. Вакуленко [1], І.З. Должанського, Т.О. Загорної [2; 3], О.Є. Кузьміна, Н.І. Горбаль [4], Л.І. Піддубної [5], О.О. Гетьман, В.М. Шаповал [6] та ін. з проблематики конкурентоспроможності підприємства, усі науковці без винятків акцентують увагу на оцінюванні конкурентоспроможності підприємства, але практично не розкривають процес планування у цій сфері. Лише у праці [1] розглянуто розроблення та реалізацію програм підвищення конкурентоспроможності, але запропоновані рекомендації не доведені до рівня методичних положень та мають описовий характер. Окрім цього, науковці не розглядають базові початкові положення щодо планування конкурентоспроможності підприємства, не виокремлено ключові принципи такого планування.

Цілі дослідження. Формуванні базових засад – вихідних принципів та розробленні технології планування конкурентоспроможності машинобудівного підприємства та надання характеристики кожному із етапів.

Основний матеріал дослідження. У традиційному розумінні під принципом розглядають основне вихідне положення певної наукової системи, теорії, ідеологічного напрямку [7, с. 941]. Принципи формують базові засади щодо здійснення і реалізації планування конкурентоспроможності на машинобудівних підприємствах. Узагальнивши літературні джерела, присвячені методології планування діяльності підприємства загалом та управлінню

конкурентоспроможністю, ми виокремили ключові **принципи планування** конкурентоспроможності машинобудівного підприємства, до складу яких віднесено такі:

Принцип цілеспрямованості. Передбачає побудову процесу планування конкурентоспроможності підприємства згідно зі встановленими цілями у цій сфері. Мова йде про основну мету, яку підприємство ставить під час планування своєї конкурентоспроможності.

Принцип наукової обґрунтованості. Планування конкурентоспроможності підприємства повинно базуватись на обґрунтованих методах, методиках, показниках, інформаційній базі, що сприятиме отриманню достовірних та реалістичних планів.

Принцип об'єктивності. Плани конкурентоспроможності підприємства повинні відповідати його реальному стану та потенційним можливостям.

Принцип системності. Під час планування повинні враховуватись усі значимі елементи, задіяні у цей процес, їхні взаємозв'язки та взаємодія.

Принцип оптимальності. На засадах аналізування багатоваріантних альтернатив потенційного розвитку підприємства та формування його конкурентних переваг повинен бути обраний найраціональніший, доцільний, прийнятний варіант, який забезпечить підприємству утримання його конкурентної позиції.

Принцип дієвості. Передбачає, що розроблений план формування та забезпечення конкурентних переваг підприємства повинен перетворитись у дієвий метод менеджменту, який підлягає виконанню

Принцип обґрунтованості індикаторного забезпечення. Базується на залученні до системи показників, які дають змогу у перспективі оцінити конкурентоспроможність підприємства, показників у обмеженій кількості, доступних щодо інформаційного забезпечення їх розрахунку, а також тих, які можна оцінити об'єктивно.

Принцип економічної ефективності. Полягає у тому, що витрати на планування конкурентоспроможності підприємства та збір інформації для цих потреб повинні бути обґрунтовані та доцільні і не перевищувати вигоди, отримані внаслідок виконання сформованих планів.

Під **технологією** класично розуміють перелік та послідовність здійснення певних дій, операцій, робіт, етапів, кроків. У більш ширшому розумінні технологія є способом перетворення вхідних ресурсів у вихідний результат (товар, робота, послуга). З огляду на зазначене, під технологією планування конкурентоспроможності машинобудівного підприємства доцільно розуміти сукупність послідовних та взаємозалежних етапів із розроблення плану досягнення порівняльних переваг підприємства у різних сферах (економічній, технологічній, кадровій, товарній, ринковій тощо), поєднання яких сформує для нього більш стійкі позиції на певному ринку у відповідний період порівняно з визначеними конкурентами та з урахуванням змін середовища функціонування. При цьому технологія планування відрізняється від процесу планування тим, що ключова увага акцентується у ній на ресурсному забезпеченні

виконання кожного з етапів. При цьому варто зауважити, що кожен із етапів технології деталізується надалі у перелік операцій.

Оскільки класично планування поділяють на стратегічне та тактичне, то під час розроблення технології планування конкурентоспроможності потрібно враховувати цей часовий аспект (горизонт планування). На основі літературного аналізу та вивчення практики функціонування машинобудівних підприємств запропоновано універсальну технологію планування конкурентоспроможності підприємства з урахуванням стратегічного та тактичного рівнів (рис.).

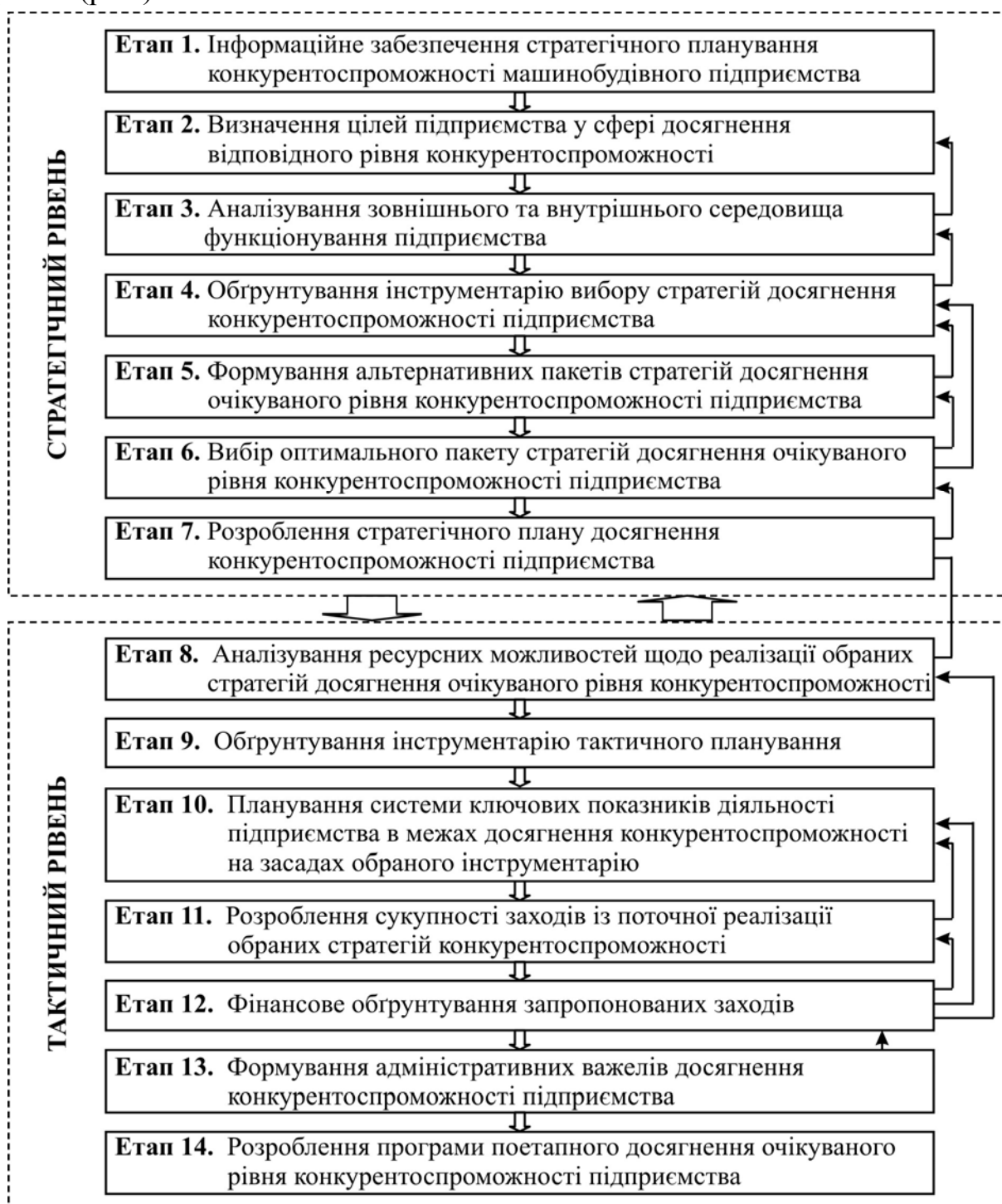


Рис. Технологія планування конкурентоспроможності підприємства з урахуванням часового аспекту

При цьому, якщо на підприємстві не розробляють стратегічних планів досягнення чи підвищення конкурентоспроможності, то воно може керуватись технологією планування тактичного рівня.

Технологію планування конкурентоспроможності машинобудівного підприємства на стратегічному рівні запропоновано реалізовувати у такій послідовності:

1) інформаційне забезпечення стратегічного планування конкурентоспроможності машинобудівного підприємства. Передбачає формування бази даних про внутрішнє середовище підприємства на засадах аналізування фінансової, статистичної звітності, даних управлінського, фінансового, податкового, бухгалтерського, операційного обліку, штатного розпису, розподілу функцій, повноважень та відповідальності серед працівників підприємства, системи менеджменту, маркетингу, логістики тощо;

2) визначення цілей підприємства у сфері досягнення відповідного рівня конкурентоспроможності. Підприємство, залежно від встановлених пріоритетів діяльності, ринкових позицій, характеру ринку, перспектив, можливостей та загроз розвитку, може мати різноманітні цілі під час планування його конкурентоспроможності;

3) аналізування зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування підприємства. Цей етап є підготовчим для подальшого вибору стратегій досягнення бажаного для машинобудівного підприємства рівня конкурентоспроможності. Аналізування існуючої інформації про зовнішнє та внутрішнє середовища, зазвичай, здійснюється одночасно із використанням широкого спектра аналітичних методів, а саме: порівняльного, нормативного, динамічного, структурного, індексного, індикаторного аналізів; експертного методу; кореляційно-регресійного моделювання; оптимізаційно-варіантного методу; динаміко-статистичного методу;

4) обґрунтування інструментарію вибору стратегій досягнення конкурентоспроможності підприємства. На сьогодні використовується достатньо широкий арсенал інструментів та моделей для вибору стратегій діяльності підприємства у різних сферах, які так чи інакше надалі впливатимуть на його конкурентоспроможність. Найпоширенішими інструментами у цій сфері є SWOT-аналіз, матриця І. Ансоффа, матриця БКГ, матриця Мак-Кінсі, модель комплексного ділового аналізу PIMS, модель конкурентного аналізу М. Портера та ін. Існують умови та застереження щодо застосування кожного із вище перелічених інструментів, тому, залежно від пріоритетних напрямів розвитку та формування конкурентних позицій, потрібно обґрунтовано обирати моделі, які надалі нададуть змогу визначати оптимальні конкурентні стратегії;

5) формування альтернативних пакетів стратегій досягнення очікуваного рівня конкурентоспроможності підприємства. Стратегія – це напрям розвитку організації. Мова йде про те, що на машинобудівних підприємствах одночасно формуються фінансові, виробничі, технологічні, майнові, кадрові, технічні, маркетингові, продуктові, цінові, інвестиційні та ін. стратегії, які повинні надалі забезпечити досягнення певного рівня конкурентоспроможності. Під час визначення альтернативних пакетів стратегій досягнення очікуваного рівня конкурентоспроможності варто враховувати різні сценарії

розвитку подій, ділової активності, здійснювати песимістичний, оптимістичний та усереднений прогнози;

6) вибір оптимального пакету стратегій досягнення очікуваного рівня. Передбачає обґрунтування вибору найприйнятнішого у відповідних просторово-часових умовах функціонування набору стратегій, що стосуються різних сфер функціонування підприємства та сприяє досягненню встановлених цілей у сфері конкурентоспроможності. При цьому основну роль відіграють кваліфікація, досвід, знання фахівців, задіяних у цьому процесі;

7) розроблення стратегічного плану досягнення конкурентоспроможності підприємства. Комплексний стратегічний план досягнення конкурентоспроможності машинобудівного підприємства є підсумком усіх попередніх дій. Він містить перелік, характеристику та обґрунтування обраних стратегій оптимального пакету, а також визначає їх пріоритетність та черговість реалізації, відображаючи існуючі взаємозв'язки. Стратегічний план у сфері конкурентоспроможності формує концепцію розвитку підприємства, визначаючи, у яких пріоритетних напрямках потрібно здійснювати певні конкретні цілеспрямовані дії. Цей план є орієнтиром для здійснення довготермінового розвитку та досягнення саме довготермінових цілей, він не може бути фіксованим, а щороку повинен переглядатись та уточнюватись, або коректуватись залежно від змін середовища функціонування.

Висновки. Управління конкурентоспроможністю машинобудівного підприємства потребує не лише її оцінювання, а й цілеспрямованого формування конкурентних переваг, планування, яке доцільно розглядати у стратегічному та тактичному аспектах. Стратегічне планування конкурентоспроможності передбачає розроблення пакету стратегій розвитку підприємства, які дадуть змогу забезпечувати очікувані результати в усіх сферах та посісти стійкі позиції на ринку. З огляду на це запропоновано універсальну технологію планування конкурентоспроможності машинобудівного підприємства з урахуванням часового аспекту.

Література

1. **Управління конкурентоспроможністю підприємства** : навч. посібн. / С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабась, А.В. Вакуленко. – К. : Вид-во КНЕУ, 2008. – 520 с.
2. **Должанський І.З.** Конкурентоспроможність підприємства : навч. посібн. / І.З. Должанський, Т.О. Загорна. – К. : Центр навч. літ-ри, 2006. – 384 с.
3. **Загорна Т.О.** Економічна діагностика : навч. посібн. / Т.О. Загорна. – К. : Центр навч. літ-ри, 2007. – 400 с.
4. **Кузімін О.Є.** Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства : підручник / О.Є. Кузімін, Н.І. Горбаль. – Львів : Вид-во "Компакт – ЛВ", 2005. – 304 с.
5. **Піддубна Л.І.** Конкурентоспроможність економічних систем: теорія, механізм регулювання та управління : монографія / Л.І. Піддубна. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2007. – 368 с.
6. **Гетьман О.О.** Економічна діагностика : навч. посібн. [для студ. ВНЗ] / О.О. Гетьман, В.М. Шаповал. – К. : Центр навч. літ-ри, 2007. – 307 с.
7. **Великий** тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел. – К.-Ірпінь : ВТФ "Перун", 2002. – 1440 с.

Романко О.П. Этапы технологии стратегического планирования конкурентоспособностью машиностроительных предприятий

Управление конкурентоспособностью машиностроительного предприятия нуждается в оценивании и целеустремленном формировании конкурентных преимуществ

ществ, планировании, которое целесообразно рассмотреть в стратегическом и тактическом аспектах. Стратегическое планирование конкурентоспособности предусматривает разработку пакета стратегий развития предприятия, которые дают возможность обеспечивать ожидаемые результаты во всех сферах и занять стойкие позиции на рынке.

Ключевые слова: планирование конкурентоспособностью, стратегическое планирование, машиностроительное предприятие.

Romanko O.P. Strages technology strategic planning of the machine building

The competitiveness management of the machine- building enterprise requires assessment, goal – oriented formation of the competitive advantages, and planning that should be viewed in strategic and tactic aspects. The strategic planning of the competitiveness provides a set of strategies of the enterprise's development that allow to secure expected results in all spheres and to take fixed positions at the market.

Keywords: planning of competitiveness; machine- building enterprises; planning.

УДК 332.72:33+318.42

Аспір. О.Я. Савчин – Львівська КА

ЗЕМЕЛЬНА РЕНТА ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ: РЕТРОСПЕКТИВА І СУЧАСНІ ПОГЛЯДИ

Досліджено еволюцію поглядів представників різних економічних шкіл на земельну ренту як економічну категорію, що дало змогу уточнити її сутність. Перспективним напрямом подальших наукових розвідок у цьому напрямі є дослідження методики оцінювання землі, що дасть змогу визначати ціну землі, яка необхідна для здійснення її купівлі-продажу, оренди, обміну чи іпотеки.

Ключові слова: ринок землі, земельна рента, школи економічної теорії.

Вступ. Поширення ринкових відносин в українській економіці зумовило проведення земельної реформи. У сучасних умовах господарювання земля стає предметом купівлі-продажу, тобто товаром на ринку земельних ресурсів. Внаслідок реалізації власності на землю формується особливий вид доходу, який називають земельною рентою.

Вагомий внесок у розвиток теорії земельної ренти зробили такі відомі економісти, як А. Сміт, Д. Рікардо, К. Маркс, В. Лаунхардт, М. Туган-Барановський, А. Маршал, В. Петі, А. Тюрго та ін. Наприкінці ХХ – початку ХХІ ст. економічна наука приділяє значну увагу дослідженню ринку землі і, зокрема, земельної ренти у перехідних економіках. З-поміж вітчизняних вчених цю проблему досліджували А. Даниленко, С. Добряк, І. Колесник, Є. Майовець, В. Месель-Веселяк, В. Новаковський, І. Михасюк, Л. Паламарчук, П. Саблук, В. Трегобчук, А. Третяк, М. Федоров, М. Юрчишин та інші економісти. Проте, досі серед науковців триває дискусія з приводу сутності земельної ренти.

Мета дослідження полягає в розкритті сутності поняття "земельна рента" у сучасних умовах розвитку національної економіки з урахуванням загальновідомих означень цієї категорії представників різних шкіл економічної теорії.

Виклад основного матеріалу. Рента (нім. *Rente*, фр. *Rente*, від лат. *redo* – повертаю, сплачую) – особливий вид стабільного доходу, отриманого від капіталу, землі, майна, цінних паперів тощо, не пов'язаного з під-