

Тесленок І.М., к.е.н., доцент
доцент кафедри менеджменту Запорізького національного технічного
університету

Широколобов Є. В.
магістрант ФЕУЗ-514

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЇЇ МІСЦЕ В СТРАТЕГІЧНОМУ УПРАВЛІННІ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Сучасний рівень розвитку ринкових відносин в Україні характеризується динамічністю зовнішнього середовища, що, в свою чергу, потребує застосування нових підходів до управління ефективністю виробництва, виробничо-комерційною діяльністю підприємства для забезпечення відповідного рівня конкурентоспроможності як в цілому підприємства, так і його продукції на вітчизняному і на зарубіжних ринках. Актуальність цієї проблеми не зменшується і для машинобудівної галузі, яка є однією з провідних в економіці України, а її розвиток визначає рівень матеріально-технічної бази країни. Ефективність функціонування даної галузі забезпечує для економіки України співпрацю з економічно-розвиненими країнами, створення нових робочих місць для висококваліфікованих кадрів, зменшуючи, таким чином, їх відтік з країни, а також значні надходження до бюджету. Тому одним із важливих напрямків в рамках стратегічного управління машинобудівним підприємством є підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства і її оцінки для кращого розуміння позиції фірми на ринку та забезпечення його подальшого успішного функціонування. Усе вищезначене обумовлює актуальність теми дослідження.

Об'єктом дослідження є питання оцінки конкурентоспроможності машинобудівного підприємства як важливої частини стратегічного управління.

Предметом дослідження є особливості, підходи та чинники щодо оцінки конкурентоспроможності машинобудівного підприємства.

Метою роботи є визначення місця оцінки конкурентоспроможності машинобудівного підприємства в стратегічному управлінні.

Стратегічне управління – це управління підприємством, яке спирається на людський потенціал, налаштовує виробничу діяльність відповідно запитам споживачів, здійснює гнучке регулювання і своєчасні зміни, які відповідають виклику з боку оточення і дозволяють досягти конкурентних переваг, що в результаті забезпечує стабільне функціонування і розвиток підприємства, досягнення його цілей в довгостроковій перспективі [1, с.54].

Стратегічне управління базується на стратегічному аналізі, який виконує такі задачі: збір та оброблення інформації для прийняття управлінських рішень із стратегічних питань; аналіз діючих стратегій, їх оцінювання та можливість адаптації до змін у зовнішньому середовищі; оцінка перспектив та

конкурентних можливостей підприємства; аналіз стратегічних альтернатив для прийняття рішень з інвестування і фінансування розвитку виробництва, організації маркетингу та збуту; оперативний аналіз виконання стратегій та їх коригування; забезпечення вищого керівництва надійною стратегічною інформацією [2].

Як ми бачимо, оцінка перспектив та конкурентних можливостей підприємства посідає важливе місце в стратегічному управлінні, адже забезпечує розробку підприємством конкурентних переваг, допомагає передбачати ситуацію, що може скластися на ринку та правильно оцінювати свої позиції на ньому.

Дослідження питання конкурентоспроможності підприємства та проблеми ефективного управління конкурентоспроможністю в ринкових умовах розглядали вітчизняні та зарубіжні вчені: М. Портер [3], Л.В. Балабанова [4], С.І. Савчук [5], Р.А. Фатхутдинов [6] та ін. Загалом, на основі їх робіт можна зробити висновок, що конкурентоспроможність визначається як здатність підприємства до реалізації конкурентних переваг, які дають йому змогу ефективно розвиватися порівняно з іншими підприємствами на внутрішньому та зовнішньому ринках. Конкурентоспроможність підприємства – інтегральна числова характеристика, за допомогою якої оцінюються досягнуті підприємством кінцеві результати його діяльності протягом певного періоду. Підвищення конкурентоспроможності є головною метою для стратегічного управління підприємством, що гарантує йому зміцнення власних позицій серед конкурентів.

На думку вчених Тищенко А.Н. та Райніна І.Л., оцінка конкурентоспроможності виступає однією із задач стратегічного аналізу підприємства, а також одним з необхідних етапів процесу формування конкурентної стратегії підприємства [7]. Піддубна Л.І. вважає, що, оцінка виступає передумовою розробки оптимальних конкурентних стратегій та мінімізації ризиків у подальшій ринковій діяльності підприємства [8].

На конкурентоспроможність підприємств машинобудівного комплексу впливають такі чинники як конкурентоспроможність продукції, галузева специфіка, гнучкість процесів виробництва, організаційна культура та кадрова політика, система управління, можливість проникнення на ринок потенційних конкурентів, рівень автоматизації виробничих процесів на підприємстві, ділова репутація фірми, інформаційно-комунікаційне середовище [9, с.254].

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 може виявлятися порівняно, тобто бути 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. Формалізований вигляд оцінки конкурентоспроможності підприємства наведено за допомогою формули:

$$PV = CF/WACC, \quad (1)$$

де:

PV (present value) – ринкова вартість бізнесу;

CF (cash-flow) – очікуваний грошовий потік підприємства, який визначається як арифметична сума грошових коштів за видами діяльності підприємства (операційною, інвестиційною і фінансовою);

WACC (weight average cost of capital) – середньозважена ціна капіталу, розрахована як сума відносної доходності власного та залученого з урахуванням їх частин у загальній структурі [9, с.255].

Конкурентоспроможність підприємства в умовах ринкової економіки є узагальнюючою характеристикою діяльності господарюючого суб'єкта. Відповідно до цього найбільш конкурентоспроможними є ті підприємства, де найкращим чином організована робота всіх підрозділів і служб. На ефективність діяльності кожної зі служб впливає безліч факторів – ресурсів фірми. Оцінка ефективності роботи кожного з підрозділів передбачає оцінку ефективності використання ним цих ресурсів. В основі лежить оцінка чотирьох групових показників або критеріїв конкурентоспроможності: ефективність виробничої діяльності підприємства; фінансове становище підприємства; ефективність організації збуту і просування товару; конкурентоспроможність товару [10, с.63]. Кожний критерій, в свою чергу, складається з окремих показників. Для ефективності виробничої діяльності підприємства це витрати на виробництво одиниці продукції, фондівіддача, рентабельність товару та продуктивність праці. Фінансовий стан підприємства визначається коефіцієнтами автономії, платоспроможності, абсолютної ліквідності та оборотності оборотних коштів. Ефективність організації збуту та просування товарів складається з рентабельності продажу, коефіцієнтів затовареності готовою продукцією, завантаження виробничих потужностей та ефективності реклами і засобів стимулювання збуту. Конкурентоспроможність товару визначається якістю товару та його ціною. За допомогою цього способу оцінки конкурентоспроможності підприємства можна охопити всі найбільш важливі аспекти господарської діяльності підприємства, а також дозволяє швидко і об'єктивно отримати картину положення підприємства на галузевому ринку.

У свою чергу, однією з важливих умов, що може значно вплинути на оцінку конкурентоспроможності машинобудівного підприємства є спрямування частини ресурсів підприємства на наукові дослідження і дослідно-

конструкторські роботи, використання у виробничому процесі сучасної техніки і технології, запровадження нових форм організації виробництва та управління. Таким чином, у машинобудівній галузі є дуже важливим використання новітніх технологій та впровадження у виробничий процес інновацій.

В ході дослідження було визначено місце оцінки конкурентоспроможності машинобудівного підприємства в стратегічному управлінні. Вона має першорядне значення, оскільки при постійному загостренні конкурентної боротьби машинобудівним підприємствам, які бажають успішно здійснювати свою господарську діяльність, необхідно вміти передбачати ситуацію, що може скластися на ринку, правильно оцінювати свої позиції на ньому для забезпечення фірмою конкурентних переваг та використання останніх для подальшого стратегічного управління.

Отже, можна зробити висновок, що для успішного функціонування машинобудівних підприємств на ринку, оцінка їх конкурентоспроможності є об'єктивною необхідністю. Ця оцінка є базою для аналізу при реалізації тактичного та стратегічного планування, що дозволяє оперативно редагувати сформовані плани на основі врахування змін у середовищі функціонування. Оцінювання рівня конкурентоспроможності машинобудівного підприємства в наш час набуває важливого як теоретичного, так і практичного значення, адже це дасть змогу не тільки з'ясувати конкурентне місце, а й розробити науково обґрунтовану стратегію менеджменту та правильний механізм підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Література:

1. Сапельникова Н.Л. Сутність стратегічного управління / Н.Л. Сапельникова, Я.С. Вознюк // Менеджер. – 2016. – №3. – С.52–58.
2. Жукевич С.М. Стратегічний аналіз діяльності підприємств споживчої кооперації: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.04 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит» / С.М. Жукевич. – Тернопіль, 2006. – 24 с.
3. Портер М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / Майкл Портер: пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес, 2008. – 715 с.
4. Балабанова Л. В. Управління конкурентоспроможністю підприємств на основі маркетингу: монографія / Л. В. Балабанова, А. В. Кривенко. – Донецьк: ДонНУЕТ ім. Туган-Барановського, 2004. – 147 с.
5. Савчук С. И. Методы оценки конкурентоспособности: логика построения и анализ возможностей / С. И. Савчук // Вісник Тернопільської академії народного господарства. Економіко-математичне моделювання. – 2003. – № 14 – С. 54–65.
6. . Фатхудинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации. Эксклюзивные технологии формирования стратегии повышения конкурентоспособности организации: теория, методика, практика / Р. А. Фатхудинов. – М.: ЭКСМО, 2004 – 541 с.

7. Тищенко А. Н. Комплексный подход к оценке конкурентоспособности и позиционирования предприятий: Монографія / А.Н. Тищенко, И.Л. Райнин. – Х.: ВД „ІНЖЕК”, 2006. – С. 135–156.

8. Піддубна Л. І. Конкурентоспроможність економічних систем: теорія, механізм регулювання та управління: Монографія. – Х.: ВД „ІНЖЕК”, 2007. – 368 с.

9. Свідрик Т.І. Оцінка конкурентоспроможності машинобудівних підприємств: змістова характеристика, чинники впливу, методи / Т.І. Свідрик // Науковий вісник НУ "Львівська політехніка". – 2007. – №17.7. – С. 251–256.

10. Кобелєв В. М. Оцінка конкурентоспроможності підприємства та фактори її підвищення / В.М. Кобелєв, В. І. Болтенко // Вісник НТУ «ХПІ». – 2015. – № 60 (1169). – С. 60–64.