

Стасенко Е. Н.

Харьковский национальный аграрный университет имени В. В. Докучаева

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИНОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В МАРКЕТИНГОВОЙ СИСТЕМЕ КОММУНИКАЦИЙ

Резюме

Статья посвящена изучению инновационных технологий и методов управления, используемых в системе маркетинговых коммуникаций. Рассмотрены рекламные методы воздействия на потребителя. Выделена необходимость использования инновационных технологий для модернизации продаж. Целью статьи являются исследование и практическое применение инновационных технологий и методов управления в сфере маркетинговых коммуникаций.

Ключевые слова: инновационные технологии, инновационный менеджмент, маркетинг, коммуникации, реклама, Интернет.

Stasenko O. M.

Kharkov National Agrarian University named after V. V. Dokuchaeva

INNOVATIVE TECHNOLOGY AND INNOVATION MANAGEMENT IN MARKETING COMMUNICATIONS SYSTEM

Summary

This article is devoted to the study of innovative technologies and management techniques used in the system of marketing communications. Considered advertising methods impact on consumers. Are pointed out the need to use innovative technology to streamline sales. The article aims to research and practical application of innovative technologies and management techniques in marketing communications.

Key words: innovative technology, innovation management, marketing, communications, advertising, Internet.

УДК 658.012.23:330.34

Стрільчук Р. М.

Рівненський державний гуманітарний університет

ДІАГНОСТИКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ІННОВАЦІЙНО АКТИВНИХ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Досліджено методичні та практичні питання діагностики конкурентоспроможності потенціалу підприємств. Реалізовано модифікований підхід до оцінки конкурентоспроможності стратегічного потенціалу інноваційно активних машинобудівних підприємств. Виявлено стратегічні проблеми у формуванні потенціалу інноваційно активних машинобудівних підприємств та забезпеченні їх конкурентоспроможності. Запропоновано шляхи запобігання та ліквідації виявлених стратегічних проблем.

Ключові слова: діагностика, конкурентоспроможність, стратегічний потенціал, інноваційно активне підприємство.

Постановка проблеми. Сучасна економічна наука, зважаючи на динамічні зміни, які відбуваються в таких складних і багатofункціональних системах як підприємства, повинна постійно самовдосконалюватися, висуваючи нові та життєздатні теорії та методології дослідження процесів управління їхньою діяльністю. Для ефективного функціонування підприємства суттєвим моментом є створення умов для нарощування його потенціалу, підвищення конкурентоспроможності, що особливо важливо задля підтримання стратегічної перспективи його розвитку.

Розробка та прийняття високоефективних управлінських рішень на підприємствах, здатних забезпечити виконання поставлених довгострокових завдань, неможливе поза виконання діагностичних процедур, які додають необхідної обґрунтованості та раціональності управлінським процесам. Такі рішення є основою розробки ефективної стратегії, здатної об'єднати ресурси, можливості, компетенції та резерви для вирішення такого актуального завдання як підвищення кон-

курентоспроможності стратегічного потенціалу підприємства.

Слід підкреслити, що особливого значення ці питання набувають для сектору інноваційно активних підприємств машинобудування України, адже останні є найбільш конкурентоспроможними, забезпечуючи експортну орієнтованість економіки країни, потенційно високо прибутковими, займаючи переважне становище у виробництві тої чи іншої продукції та, як наслідок, забезпечують суттєве поповнення державного бюджету.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особлива наукова цікавість до поняття та змісту стратегічного потенціалу підприємства виникла ще на початку ХХІ сторіччя. З того часу поняття стратегічного потенціалу уточнювалося та інтерпретувалося [1, с. 112; 2, с. 75]. Частина вчених доводить, що стратегічний потенціал підприємства залежить від ступеня опрацьованості стратегії й ефективності процесу стратегічного планування. Вважається, що стратегія організації повинна

мати перспективні погляди на її розвиток і конкретний план для досягнення стратегічних цілей [3]. Стратегічна концепція повинна враховувати як зовнішні фактори, що з'являються, так і внутрішні резерви підприємства. В сучасній світовій економіці спостерігається тенденція глобалізації, а отже, ефективність стратегії буде вимірюватися тим, наскільки повно вона задовольняє двом, іноді суперечливими, вимогам: необхідності досягнення ефекту масштабу і в той же час потреби виявлення відмінностей вираховування відмінності регіональних ринків.

Конкурентоспроможність являє собою комплексну категорію, яка визначає ступінь відповідності ефективності використання підприємством наявних ресурсів і можливостей запитам чи потребам зовнішнього середовища.

Як зазначає Воронкова А.Е., конкурентоспроможний потенціал – це сукупність виробничо-фінансових, інтелектуальних і трудових можливостей підприємства, що забезпечують йому стійкі конкурентні позиції на ринку [4, с. 157].

На думку Краснокутської Н.С., «конкурентоспроможність потенціалу підприємства можна визначити як комплексну порівняльну характеристику потенціалу, яка відбиває ступінь переваги сукупності індикаторів якості використання ресурсів та організації взаємозв'язків між ними, що визначають ефективність потенціалу на певному ринку в певний проміжок часу, щодо сукупності індикаторів підприємств-аналогів» [5, с. 42]. Аналогічної точки зору притримуються автори навчального посібника «Потенціал підприємства: формування та оцінка» Федонін О.С., Рєпіна І.М., Олексюк О.І. [6, с. 53].

Діагностика конкурентоспроможності підприємства здійснюється із використанням інтегральних і матричних методів, методів, заснованих на розрахунку одиничних показників, експертних методів, які детально розкриті в працях Дідченка О.І. [7], Должанського І.З. і Загорної Т.О. [8], Касьянкової Н.В. [9], Щепакіна М.Б. [10], Фатхутдінова Р.А. [11]. Серед останніх досліджень слід виділити науковий матеріал, підготовлений Чуриловим С.В. і Романчук Н.М. [12], які зауважують, що «враховуючи особливості діяльності кожного підприємства, доцільно розробити власну методику для оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства для кожного підприємства окремо. Така методика може складатися із поєднання кількох методів, які, взаємодіючи один з одним, будуть відображати повноту дослідження та сприятимуть отриманню найефективніших результатів та прийняттю управлінських рішень щодо подальшої діяльності підприємства».

Діагностика конкурентоспроможності стратегічного потенціалу знайшла своє відображення в працях Т. Загорної [13, с. 191-201] і Федоніна О.С., Рєпіна І.М., Олексюка О.І. [6, с. 60-67]. Ними пропонується використовувати матрицю конкурентоспроможності, побудовану експертним методом, де виділено 7 рівнів конкурентоспроможності стратегічного потенціалу підприємства (світове лідерство, світовий стандарт, національне лідерство, національний стандарт, галузеве лідерство, галузевий стандарт, граничний рівень). В подальшому, на основі результатів побудованої матриці, складається матриця резервів і витрат в діагностиці конкурентоспроможності потенціалу підприємства та подальший вибір стратегії. Проте такий підхід зазвичай не позбавлений суб'єктивізму, для більшості українських промислових підприємств

його застосування є обмеженим через їх низьку конкурентоспроможність.

Самойлик Ю. В. зауважує, що для оцінки стратегічного потенціалу конкурентоспроможності підприємства доцільно використовувати збалансовану систему показників, а також необхідно визначити внутрішні та зовнішні резерви його формування та розрахувати стратегічний запас міцності потенціалу підприємства [14, с. 35]. В якості складових збалансованої системи показників він пропонує використовувати такі складові стратегічного потенціалу як інноваційна, інвестиційно-фінансова, виробничо-технологічна, організаційно-економічна, ресурсна та імідж підприємства [14, с. 33]. Але ряд показників, пропонованих автором, можуть мати кількісну, а ряд якісну форму вираження, що ускладнює загальну оцінку конкурентоспроможності. Також мають місце показники, за якими неможливо отримати статистичну інформацію.

Результати аналізу представлених методів зведено нами у таблиці 1.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. На основі результатів аналізу існуючих підходів до оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства слід зробити ряд висновків: наявні підходи можуть бути застосовані по відношенню до вузько використовуваних умов і специфічних груп підприємств, вони можуть застосовуватись лише з певною мірою достовірності, кожен підхід до того ж має свої обмеження за групами факторів, розглянуті підходи не охоплюють усі ключові галузеві фактори конкурентоспроможності підприємств. Проте окремі з них мають значний ступінь раціональності та можуть застосовуватися, але вже у зміненому, тобто модифікованому виді.

З огляду на необхідність їхньої модифікації, а також застосування відносно інноваційно активних машинобудівних підприємств, які складають основу конкурентоспроможної економіки, доцільним є розробити та реалізувати підхід до оцінки конкурентоспроможності стратегічного потенціалу інноваційно активних машинобудівних підприємств.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є дослідження методичних та практичних питань діагностики конкурентоспроможності потенціалу інноваційно активних машинобудівних підприємств задля розробки заходів запобігання та ліквідації виявлених у ході діагностики стратегічних проблем.

Виклад основного матеріалу. Загальну сутність стратегічного потенціалу можна визначити як сукупність резервів організації, її структури, можливості. Він розглядається як стратегічний баланс на певний момент плюс збільшення потенціалу (ефективна господарська діяльність, отримання додаткових можливостей, придбання додаткових стратегічних важливих зв'язків) мінус зменшення потенціалу (інвестиції, НДДКР, посилення маркетингової діяльності, неприбуткова господарська діяльність, навчальний етап корпоративної реструктуризації, послаблення системи управління). Стратегічний потенціал промислового підприємства розглядається як перспективне об'єднання організованих ресурсів і можливостей, що характеризуються цільовою спрямованістю [15, с. 24].

З позицій управління стратегічними можливостями підприємства діагностика конкурентоспроможності стратегічного потенціалу інноваційно активних машинобудівних підприємств повинна виявити наявні, потенційні або унікальні можли-

Таблиця 1

**Аналіз сучасних методів діагностики
конкурентоспроможності потенціалу підприємства (здійснено автором)**

Автор	Метод розрахунку	Характеристика підходу	Ключові розрахункові показники	Недоліки
Краснокутська Н.С. [5, с. 53-54]	на основі матричного методу балів	розрахунок рівня конкурентоспроможності як узагальненої бальної її оцінки та ранжування підприємств	- показники маркетингового потенціалу; - показники виробничого потенціалу; - показники фінансового потенціалу; - показники кадрового потенціалу	відсутність обґрунтованості ступеня впливу окремих складових потенціалу на рівень конкурентоспроможності; врахування виключно факторів внутрішнього середовища
Федонін О.С., Репіна І.М., Олексюк О.І. [6, с. 60-64]	індикаторний метод за економічними й соціальними стандартами	розрахунок рівня конкурентоспроможності як співвідношення суми індикаторів обраного рівня конкурентоспроможності до суми показників індикаторів на рівні підприємства	- індикатор використання ресурсів; - індикатор використання праці; - індикатор місткості ринку; - індикатор дохідності; - індикатор використання часового ресурсу	суб'єктивізм в оцінці факторів; відсутність відомостей про окремі показники; складність порівняння підприємств за окремими рівнями конкурентоспроможності
Дідченко О.І., Мороз М.А. [7, с. 26-27]	на основі системно-комплексного підходу	розрахунок рівня конкурентоспроможності залежно від характеру поведінки організаційних формувань у конкурентному середовищі	відсутні, залежать від використовуваних методів і підходів	некоректна оцінка конкурентоспроможності; відсутність конкретних показників оцінки; суб'єктивізм суджень
Должанський І.З., Загорна Т.О. [8]	на основі сукупності підходів	розрахунок рівня конкурентоспроможності за окремими складовими потенціалу	- показники інвестиційного потенціалу; - показники виробничого потенціалу; - показники маркетингового потенціалу; - показники інноваційного потенціалу	відсутність єдиного підходу до оцінки конкурентоспроможності; звуження області оцінки факторів; суб'єктивізм експертної оцінки
Щепакин М.Б., Кривошеева Е.В., Третьяков Р.М. [10, с. 14-15]	на основі інтегрального показника	розрахунок рівня конкурентоспроможності як інтегрованої сукупності згрупованих в підсистеми показників	- показники кінцевих результатів; - показники менеджменту; - показники інвестиційно-інноваційних факторів; - регіональні показники	відсутність кількісного показника та критеріїв оцінки конкурентоспроможності; суб'єктивізм суджень
Фатхутдинов Р.А. [11, с. 181-182]	на основі інтегрального показника	розрахунок рівня конкурентоспроможності як середньозваженої до показників конкурентоспроможності певних товарів на ринку	- питома вага товару в обсязі продаж підприємства; - показник значимості ринка, де представлено товар; - конкурентоспроможність товару на ринку	не враховано фактори впливу на конкурентоспроможність; недостатня обґрунтованість розрахункових показників; відсутність корегуючих коефіцієнтів
Самойлик Ю.В. [14, с. 33-34]	на основі інтегрального показника	розрахунок рівня конкурентоспроможності як суми елементів стратегічного потенціалу та додаткового позитивного ефекту їх взаємодії	- показники ефективності використання ресурсів підприємства; - показники інноваційного потенціалу; - показники інвестиційно-фінансового потенціалу; - показники управлінського потенціалу; - показники виробничо-технологічного потенціалу; - показники організаційно-економічного механізму підприємства; - показники іміджу підприємства	неможливість розрахунку окремих показників для українських підприємств; певний суб'єктивізм визначення синергетичного ефекту, який може мати як позитивний, так і негативний прояв
Романовська Ю.А. [15, с. 20-21]	на основі системно-комплексного підходу	визначення конкурентоспроможності як сукупності можливостей підприємства, що забезпечують йому стійкі конкурентні позиції на ринку	- показники виробничо-фінансових можливостей; - показники інтелектуальних можливостей; - показники трудових можливостей	відсутня обґрунтованість вибору показників оцінки конкурентоспроможності; відсутня апробація пропонованого підходу
Максимова І. [16, с. 51-56]	на основі інтегрального показника	розрахунок рівня конкурентоспроможності як комплексного показника на основі середньо-арифметичної зваженої з використанням 4 груп показників	- показники ефективності управління виробничими процесами; - показники ефективності управління оборотними засобами; - показники ефективності управління збутом товарів; - показники конкурентоспроможності продукції	врахування переважно факторів внутрішнього середовища; відсутність розрахунків значень критеріїв представлених груп показників; односторонність оцінки конкурентоспроможності підприємства

вості, що забезпечують йому стійкі конкурентні позиції на ринку та які безпосередньо впливають на ефективність впроваджуваних стратегій та прийняття стратегічних рішень менеджерами досліджуваних підприємств.

Слід відмітити, що в умовах ринкових відносин значну роль відіграє здатність підприємства протидіяти факторам внутрішнього та зовнішнього середовища, використовуючи їх на свою користь та, водночас, мінімізувати їхній негативний вплив на кінцеві результати господарювання.

Це означає, що при формуванні методичного підходу стосовно діагностики конкурентоспроможності потенціалу підприємства слід враховувати фактори, які раніше не розглядалися для визначення рівня конкурентоспроможності або вплив яких визнавався як несуттєвий для певної групи досліджуваних підприємств.

Тому вважаємо за доцільне виділити внутрішні та зовнішні фактори, що визначають конкурентоспроможність інноваційно активних машинобудівних підприємств. Внутрішні фактори – сукупність параметрів, які мають вплив на діяльність підприємств даної групи. Зовнішні фактори – сукупність параметрів, вплинути на які підприємство практично не в змозі та яка вимагає системної адаптації до них з боку господарюючих суб'єктів.

Для оцінки конкурентоспроможності стратегічного потенціалу досліджуваних підприємств скористаємося методом, заснованим на теорії ефективної конкуренції [16, с. 51-56]. За основу оцінки у ньому прийняте використання показників, що характеризують ефективність управління виробничим процесом, ефективність управління оборотними коштами, ефективність управління збутом і просуванням товару, показники конкурентоспроможності товару. Перевагами методу є охоплення найбільш важливих оцінок господарської діяльності промислового підприємства, виключення дублювання окремих показників, швидкість і об'єктивність отримання інформації про стан підприємства на ринку галузі. Недолік методу полягає у складності розрахунків, збору необхідної інформації.

Проте управління стратегічними можливостями підприємства вимагає дослідження не лише виробничої, маркетингової, фінансової складових чи оцінки конкурентоспроможності товару, але й визначення інноваційних, організаційних і можливостей персоналу підприємства. Тому надалі пропонуємо застосовувати модифікований підхід до оцінки конкурентоспроможності стратегічного потенціалу машинобудівних підприємств, заснований на теорії ефективної конкуренції та такий, що буде враховувати вплив зовнішніх факторів.

У зв'язку з тим, що кожний з цих показників має різний ступінь важливості для розрахунку коефіцієнта конкурентоспроможності стратегічного потенціалу машинобудівного підприємства ($K_{\text{КСП}}$), експертним шляхом були розроблені коефіцієнти вагомості критеріїв.

Коефіцієнт конкурентоспроможності стратегічного потенціалу підприємства ($K_{\text{КСП}}$) пропонуємо розраховувати за формулою:

$$K_{\text{КСП}} = K_{\text{КСП}}^{\text{вн}} \times K_{\text{КСП}}^{\text{зовн}}, \quad (1)$$

де $K_{\text{КСП}}^{\text{вн}}$ – коефіцієнт, що враховує вплив внутрішніх факторів на формування конкурентоспроможності стратегічного потенціалу підприємства; $K_{\text{КСП}}^{\text{зовн}}$ – коефіцієнт, що враховує вплив зовнішніх факторів на формування конкурентоспроможності стратегічного потенціалу підприємства.

Коефіцієнт, що враховує вплив внутрішніх факторів на формування конкурентоспроможності стратегічного потенціалу підприємства, розраховується наступним чином:

$$K_{\text{КСП}}^{\text{вн}} = 0,18E_B + 0,27E_{\Phi} + 0,22E_M + 0,33E_{\text{ІО}}, \quad (2)$$

де E_B – значення критерію ефективності виробничого потенціалу підприємства; E_{Φ} – значення критерію фінансового потенціалу підприємства; E_M – значення критерію ефективності маркетингового потенціалу; $E_{\text{ІО}}$ – значення критерію ефективності інноваційно-організаційного потенціалу; 0,18; 0,27; 0,22; 0,33 – коефіцієнти вагомості критеріїв.

Критерій ефективності виробничого потенціалу (E_B) розраховується так:

$$E_B = 0,31B + 0,19\Phi + 0,40P_{\text{П}} + 0,10\Pi, \quad (3)$$

де B – відносний показник витрат виробництва на одиницю продукції; Φ – відносний показник фондівіддачі; $P_{\text{П}}$ – відносний показник рентабельності продукції; Π – відносний показник продуктивності праці; 0,31; 0,19; 0,40; 0,10 – коефіцієнти вагомості показників.

Критерій ефективності фінансового потенціалу (E_{Φ}) розраховується за формулою:

$$E_{\Phi} = 0,29K_A + 0,20K_{\text{П}} + 0,36K_{\text{Л}} + 0,15K_{\text{Об}}, \quad (4)$$

де K_A – відносний показник автономії підприємства; $K_{\text{П}}$ – відносний показник фінансової стабільності підприємства; $K_{\text{Л}}$ – відносний показник абсолютної ліквідності підприємства; $K_{\text{Об}}$ – відносний показник оборотності оборотних коштів; 0,29; 0,20; 0,36; 0,15 – коефіцієнти вагомості показників.

Критерій ефективності маркетингового потенціалу підприємства (E_M) розраховується за формулою:

$$E_M = 0,34P_{\text{П}} + 0,18K_{\text{ЗАТ}} + 0,28L_c + 0,20K_p, \quad (5)$$

де $P_{\text{П}}$ – відносний показник рентабельності продажів; $K_{\text{ЗАТ}}$ – відносний показник затовареності готовою продукцією; L_c – відносний показник ефективності логістичного сервісу на підприємстві; K_p – відносний показник ефективності маркетингових досліджень; 0,34; 0,18; 0,28; 0,20 – коефіцієнти вагомості показників.

Критерій ефективності інноваційно-організаційного потенціалу підприємства ($E_{\text{ІО}}$) розраховується за формулою:

$$E_{\text{ІО}} = 0,29B_p + 0,13B_{\text{нм}} + 0,25P_k + 0,33Y_n, \quad (6)$$

де B_p – відносний показник росту виручки від реалізації інноваційної продукції; $B_{\text{нм}}$ – відносний показник віддачі нематеріальних активів; P_k – відносний показник рентабельності капіталу підприємства; Y_n – відносний показник віддачі управлінського персоналу; 0,29; 0,13; 0,25; 0,33 – коефіцієнти вагомості показників.

Коефіцієнт, що враховує вплив зовнішніх факторів на формування конкурентоспроможності стратегічного потенціалу підприємства розраховується наступним чином:

$$K_{\text{КСП}}^{\text{зовн}} = 0,25P_k + 0,15C_k + 0,333ED_k + 0,27I_k, \quad (7)$$

де P_k – значення критерію ринкової конкурентоспроможності підприємства (розраховується як співвідношення виручки від реалізації продукції підприємства та реалізації продукції в секторі машинобудування країни); C_k – значення критерію соціальної конкурентоспроможності підприємства (співвідношення середньомісячної заробітної плати на підприємстві та в секторі інноваційно активних машинобудівних підприємств); $3ED_k$ – значення критерію зовнішньоекономічної конкурентоспроможності підприємства (співвідношення частки експорту в загальному обсязі реалізації продукції підприємства та частки експорту продукції даного сектору в загальному обсязі реалізованої інноваційної продукції за межі країни);

I_k – значення критерію інвестиційної конкурентоспроможності підприємства (співвідношення обсягів інвестування інноваційної активності підприємства та обсягів інвестування в секторі інноваційно активних машинобудівних підприємств); 0,25; 0,15; 0,33; 0,27 – коефіцієнти вагомості критеріїв.

У загальному вигляді алгоритм розрахунку коефіцієнта конкурентоспроможності стратегічного потенціалу машинобудівного підприємства передбачає три послідовні етапи:

1. Розрахунок одиничних показників конкурентоспроможності підприємства і переклад отриманих показників у відносні величини (бали). Для перекладу показників у відносні величини проводиться їх порівняння з базовими показниками. Як базові показники приймаються середньогалузеві показники для групи досліджуваних інноваційно активних підприємств машинобудування.

В цілях перекладу показників у відносні величини використовується 15-бальна шкала. При цьому у 5 балів оцінюється показник, що має значення гірше, ніж базовий; у 10 балів – на рівні базового (допускається відхилення до 10% від базового як у кращу, так і гіршу сторону); у 15 балів – краще, ніж базовий.

2. Розрахунок критеріїв конкурентоспроможності стратегічного потенціалу підприємства по представлених вище формулах.

3. Розрахунок коефіцієнта конкурентоспроможності стратегічного потенціалу інноваційних активних машинобудівних підприємств.

Рівень показника повинен визначатися за наступною шкалою: 0-75 – національний рівень, 76-150 – міжнародний рівень, 151-225 – світовий рівень.

Для подальшого здійснення діагностики конкурентоспроможності стратегічного потенціалу серед усієї сукупності інноваційно-активних машинобудівних підприємств (426 одиниць) нами відібрані галузі за КВЕД (розділи), які пов'язані з безпосереднім машинобудуванням (26 – виробництво комп'ютерів, електронної та оптичної продукції, 27 – виробництво електричного устаткування, 28 – виробництво машин і устаткування, 29 – виробництво автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів, 30 – виробництво інших транспортних засобів, 33 – ремонт і монтаж машин і устаткування; та інші).

Критеріями подальшого вибору виступили: масштаби діяльності (фактичні обсяги виробництва та реалізації продукції понад 100 млн грн) та чисельність персоналу, географічна репрезентативність, доступність інформації.

В результаті було обрано 31 інноваційно активне машинобудівне підприємство, серед яких значна частина входить до 50 найкращих високотехнологічних машинобудівних підприємств за критеріями: впровадження сучасних підходів до управління маркетингом, діяльність з управління ланцюгами постачання, присутність та успішність збуту на висококонкурентних зарубіжних ринках, ефективна політика науково-технічного розвитку виробництва, привабливість для інвестування.

Проаналізуємо загальну конкурентоспроможність стратегічного потенціалу таких підприємств, оцінивши їх виробничий, фінансовий, маркетинговий, інноваційно-організаційний потенціал, а також вплив зовнішніх факторів на формування конкурентоспроможного потенціалу. Вихідні дані для розрахунку показників конкурентоспро-

можності стратегічного потенціалу інноваційно активних машинобудівних підприємств за 2009-2013 рр. взято із загальнодоступних інформаційних мереж – сайтів Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку України «Stock Market» та «Smida», а також «Ескрін» [17-19].

Загальні результати оцінки представлено у таблиці 2.

Лише одне підприємство – ПАТ «Мотор Січ» – за рівнем конкурентоспроможності відповідає світовому рівню, ще 13 підприємств – міжнародному рівню, а всі інші – національному. Для жодного підприємства не характерне нарощування конкурентоспроможності впродовж усього досліджуваного періоду (5 років), у післякризовий період та період стагнації економіки (4 роки) лише для ПАТ «Дніпропетровський агрегатний завод» (3,2%) характерне зростання конкурентоспроможності стратегічного потенціалу, для 11 підприємств (35,5%) наявна тенденція до зростання конкурентоспроможності впродовж останніх трьох років (2011-2013 рр.), для 19 підприємств (61,3%) ця тенденція зберігається впродовж останніх двох років. В цілому це свідчить про поступове нарощування конкурентоспроможності вітчизняних інноваційно активних машинобудівних підприємств, незважаючи на погіршення економічної ситуації в країні.

Отримані результати також дозволяють оцінити ефективність реалізовуваних у післякризовий період стратегій: якщо в період 2010-2013 рр. спостерігається позитивна динаміка показника конкурентоспроможності стратегічного потенціалу підприємства – ефективність стратегій висока, негативна – низька, якщо ж динаміка показника має різні тенденції – це свідчить про неможливість визначення ефективності застосовуваних машинобудівними підприємствами стратегій. Отже, близько 36% інноваційно активних машинобудівних підприємств розробляють та реалізують ефективні стратегії розвитку (якщо приймати до уваги період щонайменше 3 роки). Проте це означає, що управління стратегічними можливостями підприємств здійснюється не достатньо ефективно та вимагає розробки комплексу заходів, спрямованих на його підвищення.

Наступний крок дозволить встановити, які з досліджуваних інноваційно активних машинобудівних підприємств мають наявні, а які – потенційні можливості, а для яких характерні унікальні стратегічні можливості.

Для машинобудівних підприємств, що мають високий рівень ефективності впроваджуваних стратегій та високу конкурентоспроможність стратегічного потенціалу, характерні унікальні стратегічні можливості. До цієї групи машинобудівних підприємств слід віднести лише ПАТ «Мотор Січ».

Потенційними стратегічними можливостями володіють інноваційно активні машинобудівні підприємства, які характеризує міжнародний рівень конкурентоспроможності стратегічного потенціалу та високий або достатній рівень ефективності впроваджуваних стратегій, орієнтація на забезпечення досяжності тактичних і поточних планів діяльності. До кола таких підприємств в першу чергу слід віднести АТ «СКФ Україна», ПАТ «Автокраз», ПАТ «Суднобудівний завод «Залів», ПАТ «Дніпропетровський агрегатний завод», ПАТ «Завод «Фіолент», ПАТ «Хорольський механічний завод». Наближаються до такого стану ПАТ «Гідросила» і ПАТ «ФЕД».

Таблиця 2

Динаміка конкурентоспроможності стратегічного потенціалу інноваційно активних машинобудівних підприємств (розраховано автором)

Назва підприємства	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	Рівень конкурентоспроможності (станом на 2013 р.)
ПАТ «Азовзагальмаш»	66,23	122,85	138,71	98,28	88,26	міжнародний
ПАТ «Мотор Січ»	180,04	151,26	142,42	177,78	184,00	світовий
ПАТ «Дніпровагонмаш»	74,19	164,14	148,75	148,93	94,96	міжнародний
ПАТ «Луганськтепловоз»	63,24	51,58	63,18	104,06	100,52	міжнародний
ПАТ «Кременчуцький сталеливарний завод»	78,12	94,60	70,36	73,12	53,61	національний
ПАТ «Турбоатом»	144,09	114,78	108,33	90,74	118,44	міжнародний
ПАТ «Дизельний завод»	37,13	37,63	76,22	32,68	35,48	національний
ПАТ «Сумський завод насосного та енергетичного машинобудування «Насосенергомаш»	118,50	92,42	95,36	62,82	132,94	міжнародний
ПАТ «Норд»	65,62	69,83	34,52	36,16	42,25	національний
ПАТ «Харківський підшипниковий завод»	101,75	58,83	60,69	53,37	52,40	національний
АТ «СКФ Україна»	92,64	129,94	90,88	121,16	125,15	міжнародний
ПАТ «Автокраз»	60,31	82,21	54,21	74,75	87,16	міжнародний
ПАТ «Дніпропетровський стрілочний завод»	53,76	70,38	58,15	67,27	46,43	національний
ПАТ «ФЕД»	109,43	77,21	80,05	69,98	70,83	національний
ПАТ «Сумське машинобудівне науково-виробниче об'єднання ім. М.В. Фрунзе»	184,5	97,30	103,78	104,75	95,44	міжнародний
ПАТ «Суднобудівний завод «Залів»	74,67	45,37	42,04	50,16	88,79	міжнародний
ПАТ «Гідросила»	67,29	55,64	46,94	62,32	67,25	національний
ПАТ «Дніпропетровський агрегатний завод»	84,69	79,43	87,47	109,00	134,00	міжнародний
ДП «Автоскладальний завод № 1» ПАТ «Автомобільна компанія «Богдан Моторс»	40,29	42,54	28,66	35,93	35,29	національний
ПАТ «Карлівський машинобудівний завод»	33,87	42,19	37,07	47,87	50,52	національний
ПАТ «Завод «Фіолент»	80,21	59,32	39,02	55,71	107,18	міжнародний
ПАТ «Дніпропетровський завод прокатних валків»	76,25	94,23	93,52	83,65	49,19	національний
ПАТ «Вовчанський агрегатний завод»	94,46	53,85	58,73	52,67	63,76	національний
ПАТ «Верхньодніпровський машинобудівний завод»	35,37	40,60	63,10	59,86	55,19	національний
ПАТ «Елміз»	55,02	51,04	52,14	50,68	64,67	національний
ПАТ «Маяк»	47,72	51,19	37,63	44,58	47,36	національний
ПАТ «Чернігівський завод радіоприладів «Чезара»	42,41	50,55	39,20	36,67	38,33	національний
ПАТ «Науково-виробниче акціонерне товариство «Вндікомпресормаш»	52,19	43,76	77,40	66,08	65,57	національний
ПАТ «Феодосійська суднобудівна компанія «Море»	44,92	35,91	82,21	43,65	102,66	міжнародний
ПАТ «Хорольський механічний завод»	79,08	70,18	69,31	73,29	79,67	міжнародний
ПАТ «Рівненський науково-дослідний інститут технології машинобудування»	44,74	40,02	32,57	39,01	37,31	національний

Усі інші підприємства характеризують наявні стратегічні можливості.

Висновки і пропозиції. Сучасна економіка України перебуває у стані стагнації, а тому для виявлення рівня конкурентоспроможності потенціалу її підприємств слід використовувати сучасні інструменти, які допомагають у прийнятті управлінських рішень. Одним із найбільш дієвих таких інструментів виступає діагностика.

В сучасних умовах найбільш прогресивним є розвиток інноваційно активних підприємств, більша частина яких функціонує у секторі машинобудування, показники якого визначають внутрішні можливості та експортний потенціал економіки, що й вимагає поглибленого дослідження їхньої конкурентоспроможності. Лише орієнтація на довгострокові цілі та завдання допомагає підпри-

ємствам ефективно просувати свою продукцію на внутрішніх і зовнішніх ринках, тому дослідженню підлягає стратегічний потенціал інноваційно активних машинобудівних підприємств.

Діагностика конкурентоспроможності стратегічного потенціалу інноваційно активних машинобудівних підприємств дозволила встановити, що серед досліджуваних підприємств лише одне характеризує світовий рівень, 13 – міжнародний рівень, а 17 – національний рівень конкурентоспроможності.

Разом з тим діагностика виявила ряд стратегічних проблем у формуванні конкурентоспроможного потенціалу: невміння ефективно розробляти та реалізовувати стратегії; обмеженість унікальних і недостатність потенційних стратегічних можливостей для розвитку. Це пояснюється тиском кри-

зових явищ, повільним застосуванням технологій світового рівня, значною конкуренцією на міжнародних ринках.

Тому пропонуємо для запобігання та ліквідації виявлених стратегічних проблем застосовувати наступні заходи: здійснення комплексної економічної діагностики діяльності підприємств, результати якої стануть основою для розробки та реалізації стратегій їх розвитку; постійно впроваджувати найсучасніші вітчизняні та передові

світові технології; здійснювати моніторинг і прогнозування кризового стану економіки та самих підприємств.

В сукупності реалізація зазначених заходів дозволить перетворити наявні стратегічні можливості вітчизняних машинобудівних підприємств на потенційні, а потенційні на унікальні, що й дозволить суттєво підвищити конкурентоспроможність вітчизняних інноваційно активних підприємств машинобудування.

Список літератури:

1. Бузько І.Р. Стратегическое управление инвестициями и инновационной деятельностью предприятия [Текст] : монография / И.Р. Бузько, Е.В. Вартанова, А.А. Голубенко. – Луганск : Изд-во ВНУ им. В. Даля, 2002. – 176 с.
2. Иванов И.В. Высокотехнологическое предприятие в эпоху глобализации [Текст] / Под ред. И.В. Иванова, В.В. Баранова, Г.И. Лысака. – М. : Альпина Паблишер, 2003. – 416 с.
3. Пономаренко В.С. Методологічні аспекти стратегічного управління інвестиційними процесами [Текст] / В.С. Пономаренко // Фінанси України. – 2002. – № 10. – С. 3-8.
4. Воронкова А.Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация [Текст] : монография. – Луганск : Издательство ВНУ им. В. Даля, 2000. – 315 с.
5. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка [Текст] : навчальний посібник / Н.С. Краснокутська – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 352 с.
6. Федонін О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка [Текст]: Навчальний посібник / О.С. Федонін, І.М. Рєпіна, О.І. Олексюк. – Вид. 2-ге, без змін. – К. : КНЕУ, 2006. – 316 с.
7. Дідченко О.І. Конкурентоспроможність потенціалу підприємства в сучасних ринкових умовах [Текст] / О.І. Дідченко, М.А. Мороз // Економічний вісник ЗДІА. – Випуск 6. – 2014. – С. 22-27.
8. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства [Текст] : навчальний посібник / І.З. Должанський, Т.О. Загорна. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
9. Касьянова Н.В. Потенціал підприємства: формування та використання [Текст] : підручник / Н.В. Касьянова, Д.В. Солоха, В.В. Морева та ін. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 248 с.
10. Щепакін М.Б. К разработке методического подхода к оценке конкурентоспособности предприятий в условиях их маркетинговой ориентации / М.Б. Щепакін, Е.В. Кривошеева, Р.М. Третьяков // Научный журнал КубГАУ. – 2012. – № 81(07) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ej.kubagro.ru/2012/07/pdf/73.pdf>.
11. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент [Текст] : учебник / Р.А. Фатхутдинов. – 8-е изд., испр. и доп. – М. : Дело, 2007. – 448 с.
12. Чурилов С.В. Класифікація методів оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства [Текст] / С.В. Чурилов, Н.М. Романчук // Экономика и управление. – 2014. – № 1. – С. 143-150.
13. Загорна Т.О. Економічна діагностика [Текст] : навч. посіб. / Т.О. Загорна. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 400 с.
14. Самойлик Ю.В. Механізм структуризації стратегічного потенціалу конкурентоспроможності підприємства [Текст] / Ю.В. Самойлик // Технологический аудит и резервы производства. – 2011. – Выпуск № 2(2). Том 2. – С. 32-35.
15. Романовська Ю.А. Формування організаційно-економічного механізму створення стратегічного потенціалу підприємств легкої промисловості [Текст] : дис. ... на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.06.01 – економіка, організація і управління підприємствами / Романовська Юлія Анатоліївна; Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля. – Луганськ, 2005. – 224 с.
16. Максимова И. Оценка конкурентоспособности промышленного предприятия [Текст] / И. Максимова // Маркетинг. – 1996. – № 3. – С. 51-56.
17. Загальнодоступна інформаційна база даних Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку про ринок цінних паперів. Державна установа «Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.stockmarket.gov.ua>.
18. Загальнодоступна інформаційна база даних Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку про ринок цінних паперів. Державна установа «Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.smida.gov.ua>.
19. Загальнодоступна інформаційна база даних Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку про ринок цінних паперів. Електронна система комплексного розкриття інформації «Ескрін» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://escrin.nssmc.gov.ua/>.

Стрильчук Р. Н.

Ровенский государственный гуманитарный университет

ДИАГНОСТИКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ИННОВАЦИОННО АКТИВНЫХ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Резюме

Исследованы методические и практические вопросы диагностики конкурентоспособности потенциала предприятий. Реализован модифицированный подход к оценке конкурентоспособности стратегического потенциала инновационно активных машиностроительных предприятий. Выявлены стратегические проблемы формирования потенциала инновационно активных машиностроительных предприятий и обеспечения их конкурентоспособности. Предложены пути предотвращения и ликвидации выявленных стратегических проблем.

Ключевые слова: диагностика, конкурентоспособность, стратегический потенциал, инновационно активное предприятие.

Strilchuk R. M.

Rivne State Humanitarian University

DIAGNOSTICS OF COMPETITIVENESS OF STRATEGIC POTENTIAL OF INNOVATION-ACTIVE ENGINEERING ENTERPRISES**Summary**

Methodological and practical issues of diagnostics of competitiveness of enterprises' potential are researched. The modified approach to assessing the competitiveness of strategic potential of innovation-active engineering enterprises is implemented. Strategic problems in forming the potential of innovation-active engineering enterprises and ensuring their competitiveness are revealed. The ways of prevention and liquidation of identified strategic problems are suggested.

Key words: diagnostics, competitiveness, strategic potential, innovation-active enterprise.

УДК 338.242:65.012

Сумець О. М.

Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

СИСТЕМА ОЦІННИХ ПОКАЗНИКІВ ЕФЕКТИВНОСТІ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Стаття присвячена проблематиці оцінки ефективності логістичної діяльності виробничих підприємств. Наведено визначення категорії «ефективність логістичної діяльності». Запропонована система показників для оцінки ефективності логістичної діяльності виробничих підприємств. Система включає в себе часткові, узагальнюючі й загальний показники оцінки ефективності логістичної діяльності підприємства.

Ключові слова: підприємство, логістична діяльність, ефективність, оцінка, показники.

Постановка проблеми. Дослідження категорії «ефективність логістичної діяльності» дозволило дійти остаточного висновку, що змістовно вона визначається як співвідношення між досягнутим результатом (ефектом від використання логістики) і використаними ресурсами (логістичними витратами) [11, с. 292]. У відповідності до цього, загальним положенням формування методики оцінки ефективності логістичної діяльності (ЕЛД) повинно бути те, що остання вимірює відношення отриманого результату від здійснення ЛД до обсягу витрат підприємства для її здійснення. Отже, при визначенні ЕЛД слід використовувати перелік відомих і широко застосовуваних фінансових оцінних показників та коефіцієнтів, які слід пристосувати для вирішення зазначеного часткового завдання – оцінки ЕЛД. До такого переліку повинні бути включені часткові й узагальнюючий оцінні показники функціонування ЛС підприємства, а також загальний показник оцінки ЕЛД.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання оцінки ЕЛД підприємств розглянуто в роботах багатьох вітчизняних і зарубіжних учених: В.А. Гудкова [4], Д. Кочубей [1], М. Кристофера [2], Л.Б. Міротіна і И.Е. Ташбаєва [5], С.М. Осипенко [3], О.В. Посилкіної [6], Г.Р. Руденко [7], Р.В. Сагайдак-Нікітюк [8], А.І. Семененка і В.І. Сергєєва [9], Н.В. Чернописької [12] й ін. Із аналізу зазначених публікацій слідує, що дослідники при розробці рекомендацій і методик оцінки ЕЛД не дотримуються вимоги щодо формування ієрархії оцінних показників. А тому при їх поділі на часткові, узагальнюючі й загальні виникають певні труднощі, що у подальшому веде до некоректного оцінювання ЕЛД підприємства.

Безумовно, багато кількісних показників оцінки ЕЛД, що пропонують до використання вітчиз-

няні й зарубіжні вчені [1-9; 12], мають право на «життя», але встановлювати їх треба не інтуїтивно і не еклектично, а з додержанням вимоги раціональної достатності оцінної інформації і за певними правилами.

Зазначене доводить, що системи показників, які пропонуються дослідниками для оцінки ЕЛД підприємств, потребують подальшого вивчення і удосконалення.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. На сьогоднішній день ще не обґрунтована доцільна кількість показників, які дозволять оперативно виконувати належні оцінки ЕЛД і отримувати достатню кількість інформації для подальшого коригування функціонування логістичної системи (ЛС) підприємства. Надмірність кількості показників при виконанні оцінки логістичної діяльності недопустима, оскільки це перевантажить інформаційну базу підприємства і заважатиме своєчасності виконання оцінок, продовжить тривалість прийняття правильних логістичних рішень і призведе до додаткових витрат на функціонування ЛС підприємства.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є формалізація системи оцінних показників ефективності логістичної діяльності підприємства, що включає в себе часткові, узагальнюючий і загальний оцінні показники.

Виклад основного матеріалу дослідження. Критичний аналіз підходів вітчизняних і закордонних фахівців до оцінювання ефективності ЛД виробничих підприємств дозволив встановити, що дослідники більш за все віддають перевагу використанню показників оцінки функціонування ЛС підприємства, які відображають її майновий стан та структуру капіталу, рентабельність та ділову активність. Тобто переважна кількість науковців і фахівців-практиків схиляється до думки,