

to its methodology / K. Krippendorff. – Sage Publications, Incorporated, 2003. **18.** LinkedIn.com. Supply Chain Management Group. What is the #1 key metric or KPI for Supply Chain Management? // [Електронний ресурс] Режим доступу: http://www.linkedin.com/groupItem?view=&gid=58800&type=member&item=45883300&trk=group_search_item_list-0-b-ttl&goback=gna_58800
19. Statistics about Supply Chain Management Group // [Електронний ресурс] Режим доступу: http://www.linkedin.com/groups?groupDashboard=&gid=58800&trk=group_item_detail-an-rr-0&goba ck=%2Egna_58800
20. Caplice C. A review and evaluation of logistics performance measurement systems / C. Caplice, Y. Sheffi // International Journal of Logistics Management, The. – 1995. – Vol. 6, No. 1. – P. 61–74.

Надійшла до редакції 20.03.2013

УДК 658:658.8

Система показників ефективності маркетингової логістики підприємства / Зубкова А. Б., Ковшик В. І. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – №7 (981). – С. 36–45. – Бібліогр.: 20 назв.

В статье рассматриваются основные направления оценки эффективности цепей поставок, и освещаются основные проблемы, возникающие в процессе оценки маркетинговой логистики предприятия. По результатам исследования с использованием методов контент-анализа приводится разработанная система показателей эффективности маркетинговой логистики, которая может быть использована в практической деятельности предприятий.

Ключевые слова: маркетинговая логистика, маркетинг, логистика, управление цепочками поставок, эффективность, система показателей.

The article outlines the main areas of supply chain performance evaluation and highlights the main problems that arise in the process of marketing logistics performance measurement at an enterprise. The result of the study using methods of content analysis is a designed system of key performance indicators for marketing logistics that can be used in practical activity of enterprises.

Keywords: marketing logistics, marketing, logistics, supply chain management, efficiency, key performance indicators.

УДК 338.001.36

О. М. КОНДРАЩЕНКО, аспірант, НТУ «ХПІ»

ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ-ВИРОБНИКІВ СВІЛОТЕХНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

У статті розглянуто методи оцінки конкурентоспроможності машинобудівного підприємства та проведено оцінку конкурентоспроможності обраних підприємств в галузі машинобудування. Визначено найбільш конкурентоспроможного виробника засобів освітлення в Україні.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємств, виробники світильників, машинобудування.

Вступ. Головним фактором успіху в умовах ринкових відносин є конкурентоспроможність. Проте, Україна має значні природні запаси, науково-технічний і

кадровий потенціал, але на сучасному етапі розвитку зафіксовані невисокі показники якості життя, ефективності використання ресурсів, якості товарів, конкурентоспроможності. Розв'язок проблем, пов'язаних з дослідженням і підвищенням конкурентоспроможності, є особливо актуальним у зв'язку із приєднанням України до СОТ. Тому сьогодні головною ідеєю української економіки є підвищення її конкурентоспроможності і особливо це стосується машинобудування – основи основ економіки.

Аналіз останніх досліджень та літератури. Теоретичні і методологічні аспекти визначення конкурентоспроможності знайшли відображення у наукових роботах Г. Л. Азоева, І. Ансоффа, Е. В. Ареф'євої, О. С. Віханського, П. С. Зав'ялова, Ю. Б. Іванова, Ф. Котлера, Т. І. Лепейко, М. Мескона, М. Портера, Р. А. Фатхутдінова, А. Ю. Юданова та інших вітчизняних і зарубіжних економістів. Проблеми конкурентоспроможності машинобудування розглядали у своїх роботах такі науковці, як Г. Л. Азоев, А. В. Крахмальова, С. Г. Светуньков, Н. С. Слепцова, Х. А. Фасх'єв та інші. Але теоретичні основи дослідження конкурентоспроможності підприємств, методи її оцінки та науково-практичні рекомендації щодо її організаційного забезпечення вимагають більш комплексного аналізу і обґрунтування.

Мета і задачі дослідження. Необхідність розробки основних засад формування організаційно-методичного забезпечення досліджень конкурентоспроможності підприємств машинобудування.

Практичне значення одержаних результатів. Удосконалені теоретичні засади та методичні рекомендації щодо формування організаційно-методичного забезпечення досліджень конкурентоспроможності підприємств машинобудування можуть бути реалізовані на підприємствах машинобудування при реалізації конкретних заходів, спрямованих на утримання і поліпшення конкурентних позицій машинобудівних підприємств.

Об'єктом нашого дослідження виступають машинобудівні підприємства по виготовленню промислового освітлення, а саме світильників внутрішнього та зовнішнього монтажу.

Основними заводами виробниками промислового освітлення в Україні є:

- ТОВ «ОСП Корпорація ВАТРА» (м. Тернопіль), корпорація «ВАТРА» охоплює широку номенклатуру розробки й виготовлення світлотехніки з засто-

суванням сучасних енергоекономних джерел світла (світлодіоди, компактні люмінесцентні лампи, металогалогенні лампи, індукційні лампи та інші), яка включає майже всі сфери застосування, а саме: вибухозахищені освітлювальні прилади (ОП) для освітлення вибухонебезпечних об'єктів, наприклад у нафтогазовій та хімічній промисловості, а також у вугільних шахтах та рудниках; загальнопромислові ОП для освітлення виробничих приміщень практично всіх галузей промисловості, з різними видами джерел світла, для експлуатації в приміщеннях з нормальними й агресивними умовами навколишнього середовища; прожекторне освітлення.

- Броварський світлотехнічний завод «Люмен», що входить до складу «Групи компаній Елотек» і виробляє люмінесцентні світильники офісні та світильники для торгових центрів, а також світильники промислові вологозахищені, світильники модульні, аварійні світильники, світильники бактерицидні (опромінювач бактерицидний).

Світильники люмінесцентні, які виробляє підприємство, проходять контроль якості, відповідають державним стандартам України, сертифіковані й рекомендовані до застосування на державних підприємствах, школах, дитячих та оздоровчих закладах. Це дозволяє їм забезпечувати конкурентну участь в тендерах на освітлення об'єктів, де застосовується бюджетне фінансування.

Клієнти, яким постачаються люмінесцентні світильники «БСЗ Люмен», в процесі експлуатації, обслуговування та ремонту або модернізації світильників можуть закуповувати: окремі деталі, комплектацію, лампи до поставленої продукції, пускові елементи (ПРА).

- ТОВ «ПВФ Електросвіт» (м. Тернопіль), виробник світильників для промислових підприємств, громадських будівель, зовнішнього освітлення міст і населених пунктів, а також для застосування в області світокультури рослин. Підприємство також здійснює модернізацію та реконструкцію існуючих освітлювальних систем, розробку проектної документації, розробку щитів освітлення і пультів управління, монтаж освітлювального обладнання;

- ТОВ «Неон» (м. Трускавець), виробництво вуличного освітлення, та мережових освітлювальних систем;

- ТДВ «Євросвітло» (м. Донецьк) виробник світильників для промислових підприємств, громадських будівель, зовнішнього освітлення міст і населених пунктів;

- Завод «Євролайт» (м. Стрий Львівської обл.), який здійснює виробництво та обслуговування світильників промислового напрямку;
- ЗАТ «Люмінет» (м. Дніпропетровськ), виробник світильників для промислових підприємств, громадських будівель, зовнішнього освітлення міст і населених пунктів;

Дослідження досвіду управління і організації виробництва на даних підприємствах показало, що на більшості підприємств дослідження конкурентоспроможності практично не проводяться у зв'язку із відсутністю відповідних підрозділів, фахівців, а іноді і організаційно-методичного забезпечення проведення таких досліджень; крім цього, фактично відсутні роботи щодо поліпшення якості і попередження випуску бракованої продукції; всі заходи з управління якістю практично зосереджені на технічному контролі відповідності проведених монтажних робіт вимогам нормативно-технічної документації (табл. 1).

Таким чином, головними проблемами сучасних заводів з виробництва світильників є: обмеженість функцій, які реалізуються маркетинговою службою підприємств – відсутні структурні підрозділи, що здійснюють дослідницьку і аналітичну роботу щодо дослідження конкурентоспроможності підприємств машинобудування.

Таблиця 1 – Результати дослідження наявності інформаційного і організаційно-методичного забезпечення досліджень конкурентоспроможності підприємств

Ознаки	Назви підприємств						
	ТОВ «ОСП Корпорація ВАТРА»	Завод «Елотек»	ТОВ «ПВФ Електросвіт»	ТОВ «Неон»	ТОВ «Євросвітло»	ТОВ «Євролайт»	ЗАТ «Люмінет»
Наявність аналітичного відділу у складі служби маркетингу	-	-	+	-	-	-	-
Наявність підсистеми ТП виробництва	-	-	-	-	-	-	-
Наявність підсистеми управління МТЗ	-	+	-	-	-	-	-
Наявність підсистеми управління маркетингом	-	-	-	-	-	-	-
Наявність підсистеми управління збутом	-	-	+	-	-	-	-
Наявність підсистеми управління фінансами	+	+	+	-	-	-	-
Наявність підсистеми планування	-	-	-	-	-	-	-
Наявність підсистеми бухгалтерського обліку	+	+	+	+	+	+	+

Наявність підсистеми моніторингу зовнішньої інформації	-	-	+	-	-	-	-
Проведення моніторингу складових конкурентоспроможності підприємства	-	-	-	-	-	-	-
Наявність взаємозв'язаних АРМ відділів підприємства	-	-	-	-	-	-	-
Наявність АРМ постачальників	-	-	-	-	-	-	-
Наявність АРМ споживачів	-	-	-	-	-	-	-
Проведення досліджень постачальників	-	-	-	-	-	-	-
Проведення досліджень споживачів	-	-	-	-	-	-	-
Наявність методики розрахунку конкуренто-спроможності підприємства і продукції	-	-	-	-	-	-	-
Наявність сертифікованих систем якості	+	+	-	-	-	-	+
Наявність відділів технічного контролю продукції	+	+	+	+	+	+	+
Наявність структурних підрозділів, що проводять заходи щодо поліпшення якості продукції	+	+	-	+	-	-	+

Розв'язок виявлених проблем дозволить даним заводам суттєво підвищити свою конкурентоспроможність не лише на внутрішньому ринку, але і відкриє вихід на міжнародний ринок.

Оцінка конкурентоспроможності підприємства є невід'ємним елементом стратегічного менеджменту будь-якого промислового підприємства [1]. Необхідність проведення такої оцінки обумовлена цілим рядом обставин. Серед головних можна назвати необхідність розробки заходів щодо підвищення конкурентоспроможності, вибір підприємства-партнера для організації сумісного випуску продукції, залучення засобів інвестора в перспективне виробництво, складання програми виходу підприємства на нові ринки збуту та інші. У будь-якому випадку здійснення оцінки переслідує мету – визначити становище підприємства на галузевому ринку. Абсолютно очевидно, що досягнення цієї мети можливе лише за наявності оперативної і об'єктивної методики оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Як зазначалось раніше, у даний час відсутня загальноприйнята методика оцінки конкурентоспроможності об'єктів. Ризик помилок діагностики оцінюється як сума величини збитку, заподіяного помилковим рішенням, і величини витрат на його розробку. Ризик помилок на етапі діагностики можна знизити шляхом одночасного застосування різних методик.

Універсальна технологія діагностики підприємства включає проведення наступних процедур: формування інформаційної бази для діагностики, що містить динаміку зіставних показників, які характеризують результати діяльності підприємства, що діагностується, відповідні дані про роботу аналогічних підприємств, а також різні норми і нормативи; визначення (уточнення) контрольних цифр, що характеризують діючі стратегічні цілі, бачення і місію розвитку підприємства або

норм, еталонних значень, з якими належить порівнювати показники фактичного стану підприємства; аналіз фінансового стану підприємства на фіксовану дату з метою визначення результативності і оцінки вдалого розміщення капіталу; аналіз техніко-економічного стану підприємства для оцінки технічного рівня ресурсів підприємства і ефективності їх використання; виявлення чинників, що зумовили досягнутий стан підприємства; прогнозування очікуваних тенденцій розвитку підприємства в умовах, що склалися [2, 3].

Різні автори залежно від області маркетингових досліджень і виходячи із своїх наукових поглядів обґрунтовують різні групи чинників, які необхідно включати у інтегральний показник. Крім того, пропонуються різні способи здійснення експертних оцінок, а часто просто вказується, що «вагові коефіцієнти визначаються експертно» [5].

Результати таких досліджень викликають багато питань. Перш за все, неясно, що ж виражає в змістовному значенні число, одержане шляхом підсумовування окремих чинників. Чи є у нього який-небудь прототип в реальній ринковій практиці підприємства або це абстрактні числа, що не мають аналогів у економіці?

Нарешті, не зрозуміло, чому інтегральний показник є саме сумою чинників, а не їх добутком, наприклад. А можливо, окремі чинники повинні зводитися в груповий показник, що характеризує товар або підприємство, за ще складнішою формулою нелінійного характеру? Відповісти на ці питання складно, оскільки немає способу перевірки даних гіпотез. Адже в основі розрахунку інтегральних показників лежить експертна оцінка вагомості окремих чинників, що носить суб'єктивний характер.

Як зазначалось раніше, розрахунок проводимо на базі роботи Х. А. Фасхієва і А. В. Крахмальової [1], яка була адаптована Н. С. Слепцовою для ринкових умов, де пропонується для оцінки конкурентоспроможності машинобудівного підприємства використовувати інтегральний коефіцієнт конкурентоспроможності:

$$K = \frac{\left(\frac{Y_1}{2} + Y_2 + Y_3 + \dots + Y_{n-1} + \frac{Y_n}{2}\right)}{(n-1)},$$

де n – кількість показників;

$Y_1, Y_2, \dots, Y_{n-1}, Y_n$ – значення показників конкурентоспроможності, що розраховуються по наступних формулах (прямий показник, зі збільшенням значень якого кінцевий результат поліпшується):

$$Y_i = \frac{P_i}{P_{i \max}},$$

де P_i – значення i -го показника,

$P_{i \max}$ – максимальне значення i -го показника серед порівнюваних об'єктів, або прийнятий нормативний показник для підприємств машинобудування.

Для обернених показників, зі збільшенням яких кінцевий результат погіршується, застосовується наступна формула:

$$Y_i = \frac{P_{i \max} - P_i}{P_{i \max}}.$$

Формула інтегрального показника конкурентоспроможності машинобудівного підприємства була одержана в результаті вдосконалення методу «профілів», розробленого для оцінки якості виробів. Профілем називається графічне зображення вибраних техніко-економічних показників (ТЕП) за наступними правилами:

1. оцінне поле ділиться на рівні $(n-1)$ частини, де n – кількість ТЕП;
2. ширина поля (Н) вибирається довільно;
3. кожний ТЕП об'єкту відкладається на ділильній шкалі, причому чим значення показника якісно краще, тим правіше воно розташовується на ділильній шкалі.

При оцінці конкурентоспроможності підприємств спочатку доцільно визначити номенклатуру показників, потім визначають їх значення, а лише потім по формулі обчислюють коефіцієнти конкурентоспроможності, ранжируючи порівнювані об'єкти. Запропоновані показники і методика об'єднання їх в один інтегральний показник дозволяють об'єктивно визначити конкурентоспроможність підприємства машинобудування. Зауважимо, що при розрахунку інтегральних показників одного і того ж підприємства в різні періоди, правильніше застосувати термін «конкурентний потенціал», а при порівнянні різних підприємств – «конкурентоспроможність».

Для оцінки конкурентоспроможності промислового підприємства вводимо номенклатуру показників конкурентоспроможності (табл. 2).

Показники конкурентоспроможності вимірюються кількісно по обліково-звітній документації підприємства. Достовірність оцінки конкурентоспроможності в істотному ступені залежить від точності прийнятих показників.

При розрахунку показників дотримуємось принципів правдивості, одноманітності, зіставності. Показники за різні періоди розраховуємо по одній і тій же методиці. Вартісні показники в кожному періоді наводимо з урахуванням темпів інфляції.

Динамічні показники розраховуємо щодо базового періоду, а показники базового періоду визначаємо щодо попереднього року. При дотриманні цих умов забезпечується достовірність інтегральних показників конкурентоспроможності.

Порівняльна оцінка конкурентоспроможності підприємств вимагає наявності великого обсягу інформації, частина з якої є конфіденційною. За відсутності даних окремі показники, включені в пропоновану номенклатуру, можуть бути виключені із списку. Проте при цьому достовірність оцінки дещо знижується.

Таблиця 2 – Показники конкурентоспроможності досліджуваних підприємств

Групи показників	Корп. «Багра» ⁸		БЗС «Елотек» ⁹		ТОВ «Електросвіт» ¹⁰		ТОВ «Неон» ¹¹		БАТ «Льюїнг» ¹²		ТОВ «Євроосвітло» ¹³	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
1 Показники фінансово-господарської діяльності	0,399	0,511	0,471	0,520	0,447	0,498	0,453	0,497	0,405	0,412	0,232	0,226
2 Виробничі показники	0,505	0,492	0,523	0,611	0,499	0,506	0,432	0,541	0,503	0,515	0,397	0,412
3 Показники якості	0,552	0,375	0,544	0,552	0,551	0,563	0,487	0,584	0,523	0,557	0,493	0,455
4 Показники розвитку	0,222	0,255	0,311	0,336	0,278	0,295	0,298	0,349	0,266	0,287	0,197	0,201
5 Показники по персоналу та соціальному розвитку	0,406	0,473	0,642	0,450	0,558	0,562	0,518	0,587	0,425	0,481	0,363	0,342
6 Показники рівня управління	0,439	0,377	0,311	0,491	0,322	0,337	0,495	0,543	0,458	0,446	0,357	0,349
Інтегральний показник конкурентоспроможності	0,421	0,408	0,482	0,491	0,454	0,469	0,442	0,516	0,430	0,454	0,349	0,340
											0,317	0,317
											0,371	0,371
											0,325	0,325
											0,388	0,388
											0,156	0,156
											0,378	0,378
											0,361	0,361
											0,297	0,297

Аналіз конкурентного потенціалу підприємства ТОВ «ОСП корпорація Ватра», проведений за допомогою даної методики, показує його зростання з 0,310 у 2008 р. до 0,408 в 2012 р., тобто в 1,3 рази. Особливо високі темпи зростання по розділу «фінансово-господарська діяльність»: рівень конкурентоздатного потенціалу збільшився в 5,8 рази. Це обумовлено, перш за все, зростанням обсягу продажів, приблизно у 2,5 рази і значним зменшенням збитків. Відновлюється активність підприємства в експортній діяльності, стійко розвивається дилерсько-сервісна мережа. По розділу «Виробничі показники» коефіцієнт конкурентоспроможності ТОВ «ОСП корпорація Ватра» збільшився з 0,399 у 2008 р. до 0,492 пунктів в 2012 р. Проте у 2012 р. відбулося зниження інтегрального показника в порівнянні з 2011 р. Показники, пов'язані з обсягом виробництва, такі як ритмічність виробництва, продуктивність праці, коефіцієнт змінності устаткування, завантаження потужностей, критичний обсяг випуску за даний період покращали. Особливе хвилювання викликає низький рівень завантаження потужностей – всього 55%. Ця обставина позначається негативно на всіх аспектах діяльності підприємства. Залишається гострою проблема стану і оновлення основних фондів, особливо їх активній частині. Так, у 2012 р. зношення машин і устаткування становило 37%, а середній вік устаткування – 29 років. Виробництво конкурентоздатної продукції на такому устаткуванні в майбутньому буде ускладнено.

Особливе занепокоєння викликає стан якості продукції підприємства. У 2008-2012 рр. коефіцієнт конкурентоспроможності за якістю підвищився з 0,320 до 0,375 пунктів, тобто дуже незначно. Щоправда, з 2008 р. спостерігається поступове зростання цього коефіцієнта до 0,552 в 2011 р., потім ці показники знижуються. Зменшуються витрати на гарантійний ремонт. У 2012 р. витрати на забезпечення якості зросли у 2,8 рази щодо попереднього року. Найбільший потенціал підвищення конкурентоспроможності підприємства і продукції повинен бути укладений саме в розділі «Показники якості».

Коефіцієнт по розділу «Показники розвитку» останніми роками росте, перш за все, за рахунок творчої активності працівників (збільшилась кількість заявок на винаходи і рацпропозиції). На підприємстві украї низька частка витрат на НДДКР. У 2012 р. вона становила 0,68% від обсягу продажів, тоді як потенційні конкуренти – зарубіжні виробники – витрачають на НДДКР 8-10% засобів, одержаних з продажів. Українськими є темпи упровадження у виробництво нових технологій

– приблизно 4% в рік. Коефіцієнт оновлення устаткування складає менше 2% в рік. Для нормальної діяльності підприємства цей коефіцієнт повинен бути на рівні 5-6%.

Показники діяльності ТОВ «ОСП корпорація Ватра» по розділу «Персонал і соціальна сфера» цілком благополучні – коефіцієнт конкурентоспроможності плавно зростає. У 2008-2012 рр. спостерігалось підвищення кваліфікації працівників, середньої заробітної плати, творчої активності. Продуктивність праці зростає з випередженням темпів зростання заробітної плати. Є і негативні моменти: збільшується середній вік працівників, високі втрати робочого часу, питомі витрати на соціальну сферу за досліджуваний період скоротилися в 2,5 рази.

Приведений розрахунок показує реальність управління конкурентним потенціалом підприємства. Для цього необхідно періодично проводити розрахунки інтегрального показника конкурентоспроможності за попередні періоди, планувати його значення на майбутній період. Інтегральний показник конкурентоспроможності доцільно ввести в стратегічний і в поточний бізнес-плани підприємства, пов'язати його динаміку з винагородою вищого керівництва підприємства за підсумками року.

Як було відзначено вище, по даній методиці можна порівнювати конкурентоспроможність різних підприємств. Для цього необхідно мати достатній обсяг інформації про підприємство-конкурента. Інформація повинна бути достовірною і зіставною.

На досліджуваному ринку основними конкурентами є завод «Елотек», ТОВ «Експрес», ТОВ «Неон», ТОВ «Євролайт», ТОВ «Євросвітло». В таблиці 2.17 наведені результати розрахунків інтегральних показників конкурентоспроможності підприємств, що досліджуються, за 2011-2012 рр. і дана графічна інтерпретація одержаних показників у вигляді радарів конкурентоспроможності (рис.).

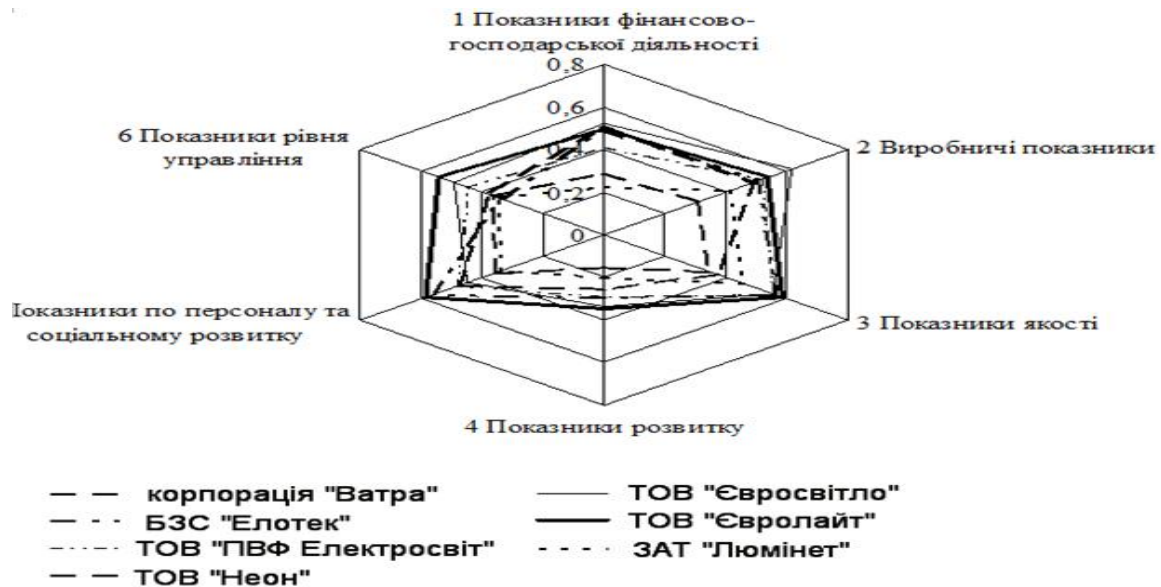


Рис. – Радар конкурентоспроможності підприємств

Аналізуючи дані таблиці 2. можна зазначити, що підприємства-конкуренти ТОВ «ОСП корпорація Ватра» поступово нарощують свій конкурентний потенціал, а корпорація «Ватра», на жаль, мають тенденцію до погіршення свого конкурентного статусу (причини цього з'ясовано вище). Підприємство ТОВ «ОСП корпорація Ватра» має достатньо високий показник фінансово-господарської діяльності – 0,511 (у найближчого найбільш потужного конкурента він становить 0,520), а також показники по персоналу та соціальному розвитку – 0,473 (у найближчого найбільш потужного конкурента він становить 0,587). По всім іншим показникам «ОСП корпорація Ватра» має нижчі значення, ніж у інших підприємств.

Таким чином, всі досліджувані підприємства можна умовно поділити на дві групи залежно від конкурентного потенціалу. Першу групу будуть становити корп. «Ватра», БЗС «Елотек», ТОВ «Неон» та ТОВ «Євролайт». Ці підприємства характеризуються стійкою тенденцією до підвищення свого конкурентного потенціалу. Другу групу становлять ТОВ «Електросвіт», ЗАТ «Люмінет», які на поточний період мають нестійкі конкурентні позиції та тенденцію до погіршення свого конкурентного потенціалу.

Зокрема найбільшому виробнику освітлення в Україні керівництву ТОВ «Ватра», необхідно вжити ефективних заходів щодо поліпшення управління, ро-

звітку, виробничої діяльності, особливо щодо менеджменту якості для підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Подальше вдосконалення технології діагностики стану конкурентоспроможності підприємства пов'язано з розвитком інформаційно-обчислювальних технологій у сфері економічних відносин. Програмні засоби дозволяють проводити якісну діагностику стану підприємства без участі кваліфікованих фахівців, з меншими витратами часу і засобів.

Висновки. Проведене дослідження містить розрахунок інтегрального показника конкурентоспроможності для обраних об'єктів дослідження в галузі виробництва світлотехніки з використанням удосконаленого методу «профілів» і висновки щодо динаміки конкурентного потенціалу досліджуваних підприємств, а також конкурентоспроможності цих підприємств. Проведений розрахунок показує реальність управління конкурентним потенціалом підприємства.

Для збереження свого місця на ринку, машинобудівні підприємства повинні спочатку підняти якість виготовлення і знизити вартість витрат на ремонт через невисоку надійність.

Список літератури: 1. Гурков И. Б. Тенденции изменения конкурентоспособности отечественной продукции / И. Б. Гурков, Н. Л. Титова // Маркетинг. – 2008. – № 1. – С. 20-31. 2. Кривенко Г. В. Управління конкурентоспроможністю підприємств в умовах маркетингової орієнтації : автореф. дис. канд. екон. наук : спец. 08.06.01/ Г. В. Кривенко; Донецький державний університет економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк, 2003. – 21 с. 3. Лена Н. Н. Управление конкурентными преимуществами предприятия / Н. Н. Лена; НАН Украины, Ин-т экономики пром-сти. – Донецк : ООО «Юго-Восток Лтд», 2003. – 296 с. 4. Скудар Г. М. Організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю підприємства : автореф. дис. док. екон. наук : спец. 08.02.03/ Г. М. Скудар ; Інститут економіки промисловості. – Донецьк, 2000. – 32 с. 5. Ярошенко Ю. Ф. Формування організаційно-економічного механізму підвищення конкурентоспроможності підприємства : автореф. дис.... канд. екон. наук : спец. 08.06.01 / Ю. Ф. Ярошенко ; Харківський державний економічний університет. – Харків, 2001. – 21 с.

Надійшла до редакції 28.03.2013

УДК 338.001.36

Дослідження конкурентоспроможності українських підприємств-виробників світлотехнічної продукції / Кондращенко О. М. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 7(981). – С. 46–58. – Бібліогр.: 5 назв.

В статье рассмотрены методы оценки конкурентоспособности машиностроительного предприятия и проведена оценка конкурентоспособности выбранных предприятий в области машиностроения. Определены наиболее конкурентоспособного производителя средств освещения в Украине.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятий, производители светильников, машиностроение.

The article deals with methods for assessing the competitiveness of enterprise engineering and evaluated the competitiveness of enterprises selected in engineering. Definitely the most competitive manufacturer of lighting in Ukraine.

Key words: competitiveness of enterprises, manufacturers of fixtures, machinery.

УДК 658.155

С. О. КУЗНЕЦОВА, канд. екон. наук, доц., Харківський торговельно-економічний інститут КНТЕУ

ІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ОБЛІКОВО-ІНФОРМАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

У статті проаналізовано інтеграційні процеси формування облікової інформації з метою прийняття управлінських рішень в сфері діяльності торговельних підприємств. Доведена необхідність поєднання всіх функцій управлінського обліку для підвищення ефективності прийняття управлінських рішень.

Ключові слова: облікова інформація, торговельні підприємства, управлінський облік, контроль, економічний аналіз.

Вступ. Розвиток економічних процесів обумовлює необхідність перегляду підходів до облікового забезпечення системи управління підприємствами торгівлі з метою підвищення ефективності використання даних для вирішення сучасних завдань. Глобалізаційні процеси в економіці розширюють сферу облікової діяльності, що вимагає поєднання традиційного бухгалтерського обліку зі всіма елементами системи управління: планування, прогнозування, аналізу, контролю, регулювання. З метою забезпечення не лише виживання, а й ефективного функціонування в умовах конкуренції підприємствам торгівлі необхідно удосконалювати інформаційну систему управління.

Аналіз останніх досліджень та літератури. На сьогодні існують наукові публікації вітчизняних й закордонних учених-економістів щодо розгляду питання розвитку інформаційної системи управління підприємством. Цю проблему досліджували вчені країн Західної Європи та США: Е. Аренс, Дж. Лоббек, Ф. Дефлиз, Г. Дженик, В. О. Рейли, М. Хірш, Д. Кармайкл [1, 2, 3] та ін. Значний внесок у вирішення проблеми зробили українські науковці – Я. Гончарук, В. Рудницький [4], Н. Дорош [5], Т. Каменська [6], Є. Мних [7], Л. Нападовська [8], О. Петрик [9], В. Савченко [10], Б. Усач [11]; російські науковці й практики, а саме: С. Бичкова [12], О. Сонін [13], М. Баканов, О. Шеремет [14, 15] та ін.