

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ

Завдання управління конкурентоспроможністю відноситься до основних завдань маркетингу на підприємстві та інформаційного забезпечення управлінських рішень. Через те прийняття управлінського рішення щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства є по суті маркетинговим рішенням щодо подальшого визначення стратегії розвитку малого підприємства.

Ключові слова: конкурентоспроможність, етапи, стадії, методологічні підходи.

O. V. SOLOYID

Khmelnytsky National University

METHODOLOGICAL APPROACHES TO FORMATION MECHANISM OF IMPROVING THE COMPETITIVENESS OF SMALL ENTERPRISES

Task management competitiveness refers to the fundamental problems of marketing in business and information support management decisions. Because management decision to increase the competitiveness of enterprises is essentially a marketing decision to further define strategies for small business. Application in information provision of methodological approaches for assessment, analysis and forecasting of competitiveness of the small enterprise will allow to create a mechanism for improving it, quickly receive qualitatively new information that characterizes the actual position of the company among its competitors and generate the necessary strategic management decisions on its sustainability and competitiveness.

Keywords: competitiveness, stages, stage, methodological approaches.

Постановка проблеми. В ринкових умовах господарювання малим підприємствам для організації ефективного управління і підвищення конкурентоспроможності недостатньо лише досвіду керівника, необхідне масштабне застосування маркетингових та інформаційних технологій, моделювання і комп'ютеризація процесів управління конкурентними перевагами. Завдання управління конкурентоспроможністю мають стимулювати малі підприємства, економію всіх видів ресурсів на основі їх ефективного використання для забезпечення постійно зростаючих потреб споживачів товарів легкої промисловості. Через те, пошук і розробка методологічних підходів до формування механізму підвищення конкурентоспроможності малих підприємств є надзвичайно важливим за сучасних конкурентних умов господарювання.

Аналіз останніх досліджень. Серед сучасних підходів щодо оцінки конкурентоспроможності промислових підприємств слід виділити наукові праці Г.Л. Азоева, А.П. Градова, В.І. Гринчуцького, П.С. Зав'ялова, М. Портера, Б.А. Райзберга, І.А. Спірідонова, Р.А. Фатхутдінова, А.Ю. Юданова та багато інших. Конкуренція як явище досліджувалася багатьма вченими, починаючи з робіт А. Сміта, Д. Рікардо, Дж.С. Мілля, Ф. Еджоурта, К. Вікселя, Дж. Робінсона, Дж. Кейнса, Й. Шумпетера, А. Лернера та закінчуючи працями сучасних вчених та практиків [1].

Виклад основного матеріалу. Будь-яке дослідження розпочинається з набору і визначення необхідної інформації, яка проходить наступні стадії: формування цілей підвищення конкурентоспроможності, встановлення пріоритетних завдань, отримання інформації про об'єкт дослідження, переробка інформації і прийняття рішення, визначення управлінських переваг і формування рішень, контроль виконання, оцінка діяльності малого підприємства, корегування параметрів. Розробка системи інформаційного забезпечення механізму управління конкурентоспроможністю підприємства включає три етапи: розробку методології збирання необхідної інформації про стан конкурентних переваг малого підприємства, створення необхідного масиву інформації, перетворення наявних даних у відповідність до програми дослідження. Інформаційна система для прийняття управлінських рішень щодо підвищення конкурентоспроможності малого підприємства має включати інформацію про облік і первинну звітність, інженерно-технічні рішення, виробничо-технологічні та якісно-технічні характеристики продукції, збутові та організаційні заходи підвищення конкурентних переваг малого підприємства у порівнянні з конкурентами на ринку. Важливою є інформація про стан економіки; політичні, міжнародні аспекти; науково-технічний розвиток галузі; проблеми функціонування в рамках СОТ. Середовище, яке безпосередньо впливає на управлінські рішення, включає споживачів, конкурентів, профспілки, постачальників, державні організації (податкові, антимонопольні, комісії з розв'язання конфліктів) [2].

Процес прийняття управлінського рішення щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства має включати певні стадії й етапи (рис. 1).

Проектування та розробка механізму управління конкурентоспроможністю малого підприємства має здійснюватися на основі його загальних принципів проектування інформаційної системи, яка

ґрунтується на моделі бізнесу, що має певні функції і структуру бізнес-процесів на підприємстві, визначає допустимі і недопустимі послідовності дій виконавців, що працюють з інформаційною системою, фіксує логічні взаємозв'язки даних, у відповідності з якими проводяться певні зміни.



Рис. 1. Процес прийняття управлінського рішення щодо підвищення конкурентоспроможності малого підприємства

Визначення інформаційних характеристик для керівника малого підприємства про його конкурентоспроможність має ґрунтуватися на основі вивчення зовнішнього та внутрішнього маркетингового середовища і процесів використання всіх видів ресурсів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності [3].

Процеси проектування і розробки механізму управління конкурентоспроможністю підприємства слід здійснювати поетапно. Перший етап передбачає дослідження процесів накопичення первинних даних, визначення можливостей автоматизації процесів реєстрації, збору та передачі даних про конкурентоспроможність малого підприємства.

На другому етапі проектування алгоритми вирішення завдань оцінки і прогнозування конкурентоспроможності підприємства, оптимального розподілу засобів, які спрямовані на її підвищення, формуються бази даних про конкурентів.

На третьому етапі розглядаються методи, за допомогою яких проводиться оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства, прогнозуються її рівні для утримання конкурентних переваг, оптимізується розподіл ресурсів, визначається комплекс організаційно-економічних заходів і підготовки управлінських рішень спрямованих на підвищення конкурентоспроможності малого підприємства.

Методологія формування механізму підвищення конкурентоспроможності малого підприємства включає інформаційну базу підприємства, яка формується з підсистеми технічної підготовки, конструкторського моделювання, планування, маркетингу, фінансового забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Схема формування інформаційного забезпечення для прийняття управлінських рішень щодо підвищення конкурентоспроможності малого підприємства має включати етапи, зображені на рис. 2.

Всі вищеперераховані етапи здійснюються відповідними службами малого підприємства і дозволяють обрати керівнику необхідну стратегію підвищення рівня конкурентоспроможності та забезпечення конкурентних переваг і стійкості як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. В

механізмі управління конкурентоспроможністю малого підприємства має здійснюватися постійний і безперервний моніторинг всієї інформації, при якому вона аналізується, узагальнюється і оцінюється на різних етапах її проходження.

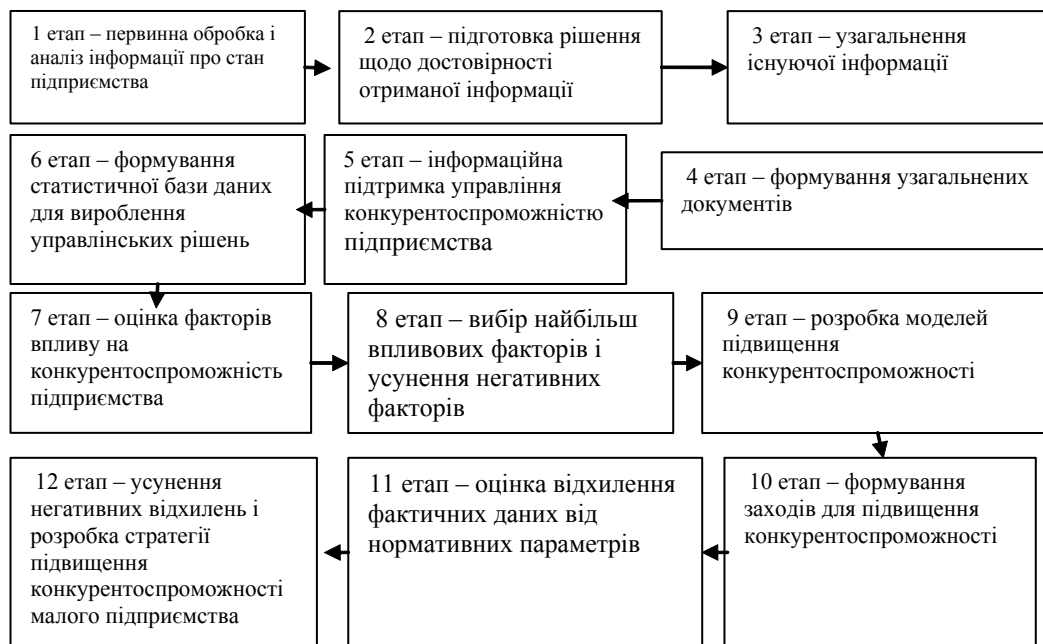


Рис. 2. Схема формування інформаційного забезпечення процесами управління конкурентоспроможністю малого підприємства

Для ефективної роботи керівника малого підприємства і прийняття ним вірних управлінських рішень щодо підвищення рівня конкурентоспроможності інформаційне забезпечення має дозволяти йому вводити і корегувати вхідну інформацію, здійснювати оцінку її якості, приймати рішення про отримання додаткової інформації про конкурентів на ринку товарів, отримувати результати оцінки рівня конкурентоспроможності як продукції, так і підприємства в цілому, прогнозувати тенденції підвищення конкурентоспроможності, робити конкретні висновки щодо прийняття управлінських рішень для підвищення конкурентоспроможності малого підприємства.

Основними етапами проектування інформаційного забезпечення механізму управління конкурентоспроможністю малого підприємства є: створення концепції управління конкурентними перевагами, формування інформаційної бази даних, формування потоків інформації. В межах створення концептуальної моделі управління конкурентоспроможністю визначаються всі об'єкти, атрибути та взаємозв'язки між ними. Створення моделі управління має базуватися на ієрархічній системі її побудови окремих таблиць, в яких подається інформація про стан рівня конкурентоспроможності малого підприємства. На заключному етапі визначаються параметри-характеристики, до яких прагне система управління конкурентоспроможністю малого підприємства.

Висновки

Застосування в інформаційному забезпеченні методологічних підходів в оцінці, аналізі та прогнозуванні конкурентоспроможністю малого підприємства дозволить сформувати механізм її підвищення, оперативно отримувати якісно нову інформацію, яка характеризує реальне положення підприємства серед його конкурентів та формувати необхідні стратегічні управлінські рішення на забезпечення його стійкості і підвищення конкурентоспроможності.

Література

1. Варналій З.С. Мале підприємство: основи теорії і практики / Варналій З.С. – К. : "Знання", КОО, 2001. – 277 с.
2. Деніга О.З. Малий бізнес: проблеми та їх вирішення / О.З. Деніга // 36. наук. праць Українського держ. морського техн. ун-ту. – Миколаїв, 2002. – № 1 (379). – С. 130–134.
3. Ігнатенко О.І. Сутність, роль та соціально – економічні функції малих підприємств / О.І. Ігнатенко // Вісник КНЕУ. 2000. – № 6. – С. 48–55.
4. Зозульов О. Про посилення конкурентних переваг підприємства / О. Зозульов // Економіка України. – 2003. – № 8. – С. 33–38.
5. Пивоваров М.Г. Удосконалення методики розрахунку конкурентоспроможності малих підприємств / М.Г. Пивоваров – Економіст. – 2011. – № 5. – С. 28–31.

References

1. Varnalij Z.S. Male pidprijemstvo: osnovy teorii' i praktyky. – K: "Znannja", KOO, 2001. - 277 s.[in Ukrainian]
2. Denega O.Z. Malyj biznes: problemy ta i'h vyrishennja. Zb. nauk.prac' Ukrai'ns'kogo derzh.mors'kogo tehn.univ. – Mykolai'v. – 2002, - №1(379). – S.130-134. [in Ukrainian]
3. Ignatenko O.I. Sutnist', rol' ta social'no – ekonomichni funkcii' malyh pidprijemstv // Visnyk KNEU. 2000. - №6. – s.48-55. [in Ukrainian]
4. Zozul'ov O. Pro posylennja konkurentnyh perevag pidprijemstva / O. Zozul'ov // Ekonomika Ukrai'ny. – 2003. – № 8. – s. 33–38. [in Ukrainian]
5. Pyvovarov M.G. Udoskonalennja metodyky rozrahunku konkurentospromozhnosti malyh pidprijemstv : / M. G. Pyvovarov – Ekonomist № 5 - 2011 s. 28-31. [in Ukrainian]

Надійшла 19.04.2013; рецензент: д. е. н. Нижник В. М.

УДК 336.761

М. В. СОРОКІВСЬКА, О. С. ПАПКА

Львівська комерційна академія

С. А. ДРАЖНИЦЯ

Хмельницький інститут соціальних технологій Університету «Україна»

ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ ТА ЇХ РОЛЬ В АКТИВІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Розкрито роль страхових компаній в інвестиційних процесах національного господарства. Охарактеризовано особливості та основні джерела формування їх фінансових ресурсів в сучасних умовах. Визначено ключові чинники впливу на їх обсяг з врахуванням специфіки діяльності страхових компаній, які включають обсяг зібраних страхових премій, частку перестраховування у валових страхових преміях та рівень страхових виплат. Запропоновано напрями мобілізації фінансових ресурсів страхових компаній як важливого джерела фінансування інвестицій у розвиток вітчизняної економіки в сучасних умовах, серед яких зростання обсягів основної діяльності страхових компаній шляхом дослідження попиту, розробки нових затребуваних страхових продуктів; підвищення кваліфікації персоналу страховиків; інтеграція страхових і банківських установ; розробка політики використання перестраховування, спрямованої на зниження його частки в обсягах валових страхових премій.

Ключові слова: страхова компанія, фінансові ресурси, інвестиційні процеси.

M. V. SOROKIVSKA, O. S. PAPKA

Lviv Academy of Commerce

S. A. DRAZHNYTSYA

Khmelnytsky Institute of Social Technology University "Ukraine"

FINANCIAL RESOURCES OF THE INSURANCE COMPANIES AND THEIR ROLE IN THE INVESTMENT PROCESSES ACTIVATION

The role of the insurance companies in investment processes of a national economy is opened. Features and the basic sources of forming of their financial resources in modern conditions are characterized. Key factors of influence on their volume taking into account specificity of the insurance companies' activity which include volume of the insurance premiums, a reinsurance share in total insurance premiums and level of insurance payments are specified. Directions of the insurance companies financial resources mobilization as important source of investment financing in development of domestic economy in modern conditions are suggested, among which there are: growth of volumes of primary activity of the insurance companies by research of demand, development of the new requested insurance products; improvement of professional skill of the insurers personnel; insurance and bank companies integration; development of a policy of the reinsurance use, its share directed on decrease in volumes of total insurance premiums.

Keywords: insurance company, financial resources, investment processes.

Постановка проблеми. В світовій практиці розвинених країн страхові компанії та банки є найбільш впливовими інституційними інвесторами, а інвестовані ними кошти – важливим джерелом фінансування економічного розвитку. Вітчизняні страхові компанії беруть менш активну участь в інвестиційних процесах, а вкладені ними кошти не задовольняють потреб інвестиційного ринку в повному обсязі. Більше того, активність інвестиційної діяльності страхових компаній знизилася під впливом фінансової кризи, що зумовлено як значними інвестиційними ризиками, так і недостатніми обсягами їх фінансових ресурсів. Враховуючи важливість вкладення тимчасово вільних коштів страховиків у розвиток реального та фінансового секторів економіки, через придбання цінних паперів підприємств та фінансових установ, а також формування бюджетних надходжень шляхом купівлі державних цінних паперів, актуальними є дослідження чинників та напрямів зростання їх фінансових ресурсів.