

Кузуб А.В.

аспірант кафедри економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом Українського державного університету залізничного транспорту

МЕТОДИКА ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВАГОНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті досліджено методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства. Розглянуто класифікацію методів формування конкурентних стратегій підприємства. Виявлено, що класифікація методів оцінювання конкурентоспроможності підприємства розділяється на окремі групи за певною ознакою. Проведено аналіз матричних, графічних, індексних та аналітичних груп методів. Розроблено методуку оцінювання конкурентоспроможності підприємств вагонобудування. Представлена бально-рейтингова методика оцінювання конкурентоспроможності вагонобудівної продукції є досить простою, доступною для застосування на будь-якому промисловому підприємстві.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, оцінка, методика, конкурентна стратегія, вагонобудівні підприємства.

В статье исследованы методы оценивания конкурентоспособности предприятия. Рассмотрена классификация методов формирования конкурентных стратегий предприятия. Выявлено, что классификация методов оценивания конкурентоспособности предприятия разделяется на отдельные группы по определенному признаку. Проведен анализ матричных, графических, индексных и аналитических групп методов. Разработана методика оценивания конкурентоспособности предприятий вагоностроения. Представленная бально-рейтинговая методика оценивания конкурентоспособности вагоностроительной продукции достаточно проста, доступна для применения на любом промышленном предприятии.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, оценка, методика, конкурентная стратегия, вагоностроительные предприятия.

The article examines the methods of assessing the competitiveness of the enterprise, the methods of assessing the competitiveness of the enterprise. The classification of methods of formation of competitive strategies of the enterprise is considered. It was found that the classification of methods for assessing the competitiveness of an enterprise is divided into separate groups on a certain basis. The analysis of matrix, graphic, index and analytical groups of methods is carried out. The method of estimation of competitiveness of enterprises of the wagon building industry is developed. The submitted rating methodology for assessing the competitiveness of wagon-building products is relatively simple, available for use in any industrial enterprise.

Key words: enterprise competitiveness, estimation, methodology, competitive strategy, car manufacturing enterprises.

Постановка проблеми. Сучасний стан економіки України потребує вирішення багатьох проблем. Ефективне входження країни в міжнародний простір потребує вирішення низки економічних задач та суперечностей. Серед багатьох проблем, які постали перед господарським механізмом України в умовах міжнародної інтеграції, необхідно приділяти увагу питанню набуття українськими вагонобудівними підприємствами конкурентоспроможності на всіх світових ринках.

Проблематика ефективного управління діяльністю вітчизняних підприємств вагонобудування, що функціонують як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, набуває особливої актуальності у зв'язку із загостренням економічної кризи.

Перед вагонобудівними підприємствами України стоять завдання суттєвого підвищення ефективності виробництва, забезпечення випуску якісної продукції, переходу на інноваційну модель розвитку, забезпечення розвитку всіх факторів конкурентоспроможності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

В Україні та за кордоном дослідниками приділяється значна увага оцінюванню конкурентоспроможності підприємства. Значний вплив на розвиток методичних підходів до оцінювання конкурентоспроможності підприємства у своїх працях здійснили Л.П. Артеменко, І.В. Булах, С.В. Войтко, В.М. Геєць, В.Л. Дикань, В.Л. Карпенко, Б.Є. Кваснюк, М.Г. Миронов, В.С. Ніценко, М. Портер, О.П. Савицька, Р.А. Фатхутдінов, В.Ю. Фролова, А.С. Шальмінова та інші науковці.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Однак необхідно зазначити, що усі авторські підходи є досить вузькими, оскільки розглядають тільки окремі або загальні елементи конкурентоспроможності підприємства чи його товарів, їх економічну оцінку, що обумовлює необхідність додаткового пророблення об'єкта оцінювання конкурентоспроможності вітчизняних вагонобудівних підприємств.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою дослідження є аналіз методів оцінювання конкурентоспроможності підприємств, розробка власної методики оцінювання конкурентоспроможності підприємства вагонобудування.

Виклад основного матеріалу дослідження. У першій половині ХХ ст. оцінювання конкурентоспроможності проводилося спрощеним методом і ґрунтувалося на показниках, що характеризують дохід і витрати підприємства в досліджуваному періоді. З розвитком економіки, посиленням конкуренції та зміною специфіки функціонування підприємств, характерними рисами яких стали диференціація продукції та вихід на нові ринки збуту, такий підхід показав себе як недостатній для відображення реального положення конкурентоспроможності підприємства та його продукції.

У планово-директивній економіці під час проектування нової техніки основна увага приділялась вирішенню технічних проблем, практично не проводилось оцінювання конкурентоспроможності, не було універсальних методів її вимірювання. Застосовувані раніше методи оцінювання економічної ефективності нової техніки, конструктивно-технологічних рішень морально застаріли, тому є необхідність розроблення та впровадження нових методів забезпечення економічності, якості та конкурентоспроможності виробленої продукції.

Так, М. Портер пропонує кластерний метод оцінювання рівня конкурентоспроможності під-

приємства, сутність якого полягає в аналізі системи зв'язків («ланцюжка цінностей») суб'єкта економічних відносин з постачальниками різних ресурсів, споживачами продукції, державними органами, громадськими підприємствами тощо [1].

Конкурентоспроможність підприємства Р.А. Фатхутдінов [2] пропонує оцінювати за чотирма основними групами показників:

1) переваги в зовнішньому середовищі (макросередовище, інфраструктура регіону, мікросередовище);

2) переваги у внутрішньому середовищі (технології, процеси підприємства, ресурси);

3) переваги в якості та ресурсоемності товарів, що випускаються, нововведень (товари, нововведення, послуги);

4) переваги ринків (за обсягом ринків, кількістю конкурентів, оперативністю та надійністю фінансових операцій, безпекою торгівлі).

Підхід Р.А. Фатхутдінова враховує всі аспекти діяльності підприємства через розкриття відповідних показників. Для інтегрального оцінювання конкурентоспроможності підприємств у статті Р.А. Фатхутдінов [3] пропонує формулу, що враховує вагомість товарів і ринків, на яких вони реалізуються:

$$K_{pr} = \sum a_t * b_j * K_{ij} \rightarrow 1, \quad (1)$$

де a_t – питома вага товару в обсязі продажів за аналізований період;

b_j – показник значущості ринку, на якому представлений товар підприємства.

Для промислово розвинутих країн значимість ринку рекомендується приймати у 1,0, для решти країн – 0,7, для внутрішнього ринку – 0,5.

Однак недоліком цієї методики, на нашу думку, є те, що конкурентоспроможність підприємства ототожнюється з конкурентоспроможністю його товару, що некоректно. Конкурентоспроможність продукції є необхідною, але не достатньою умовою конкурентоспроможності підприємства. Крім того, в цій методиці суб'єктивність визначення значимості ринку знижує достовірність оцінювання.

У своїх дослідженнях А.С. Шальмінова [4] для оцінювання конкурентоспроможності підприємства пропонує вибирати систему показників ефективності виробничої діяльності підприємства, фінансового стану підприємства, ефективності підприємства, збуту й просування товару, конкурентоспроможності товару та ефективності інноваційного проекту.

Інтегральний показник конкурентоспроможності автор отримує методом теорії бажаності. Загальний показник конкурентоспроможності підприємства розраховується у вигляді середньої геометричної зваженої:

$$K = \sqrt{(a_1+a_2+a_3+a_4+a_5)} \sqrt{e_1^{a_1} * e_2^{a_2} * e_3^{a_3} * e_4^{a_4} * e_5^{a_5}}, \quad (2)$$

де $\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3, \alpha_4, \alpha_5$, – коефіцієнти вагомості показників ефективності;

$e_1^{\alpha_1}, e_2^{\alpha_2}, e_3^{\alpha_3}, e_4^{\alpha_4}, e_5^{\alpha_5}$ – часткові показники ефективності діяльності підприємства.

Такий підхід враховує всі аспекти діяльності підприємства, тобто є інтегральним. Однак він має деякі недоліки, пов'язані з особистим баченням експерта, що проводить визначення коефіцієнта конкурентоспроможності підприємства.

М.Г. Миронов запропонував комплексний метод оцінювання конкурентоспроможності підприємства, заснований на оцінюванні таких групових показників та критеріїв конкурентоспроможності підприємства:

- ефективність виробничої діяльності підприємства;
- фінансове становище підприємства;
- ефективність підприємства збуту та просування товару на ринку;
- конкурентоспроможність товару;
- ділова активність підприємства.

Коефіцієнт конкурентоспроможності підприємства розраховується як сума добутків значення того чи іншого критерія та коефіцієнта його вагомості. На думку автора, недоліком цього методу є досить жорстка заданість критеріїв ефективності [5].

Враховуючи досить значну кількість різноманітних методів, вважаємо, що доцільно їх систематизувати, виділивши три групи (рис. 1):

- 1) методи, що характеризують ринкові позиції підприємства (продукції);
- 2) методи, що характеризують рівень управління підприємства;
- 3) методи, що характеризують рівень фінансово-економічної діяльності підприємства.

Розглянемо класифікацію методів оцінювання конкурентоспроможності підприємства, що передбачає їх розподіл на окремі групи за певною ознакою. Найчастіше такою ознакою виступає форма представлення результатів оцінювання, відповідно до якої виділяють матричні, графічні, індексні та аналітичні групи методів.

Матрична група методів оцінювання конкурентоспроможності підприємства базується на використанні матриці, а саме таблиці впорядкованих по рядках та стовпцях елементів. Методи матричної групи полягають у визначенні кількис-

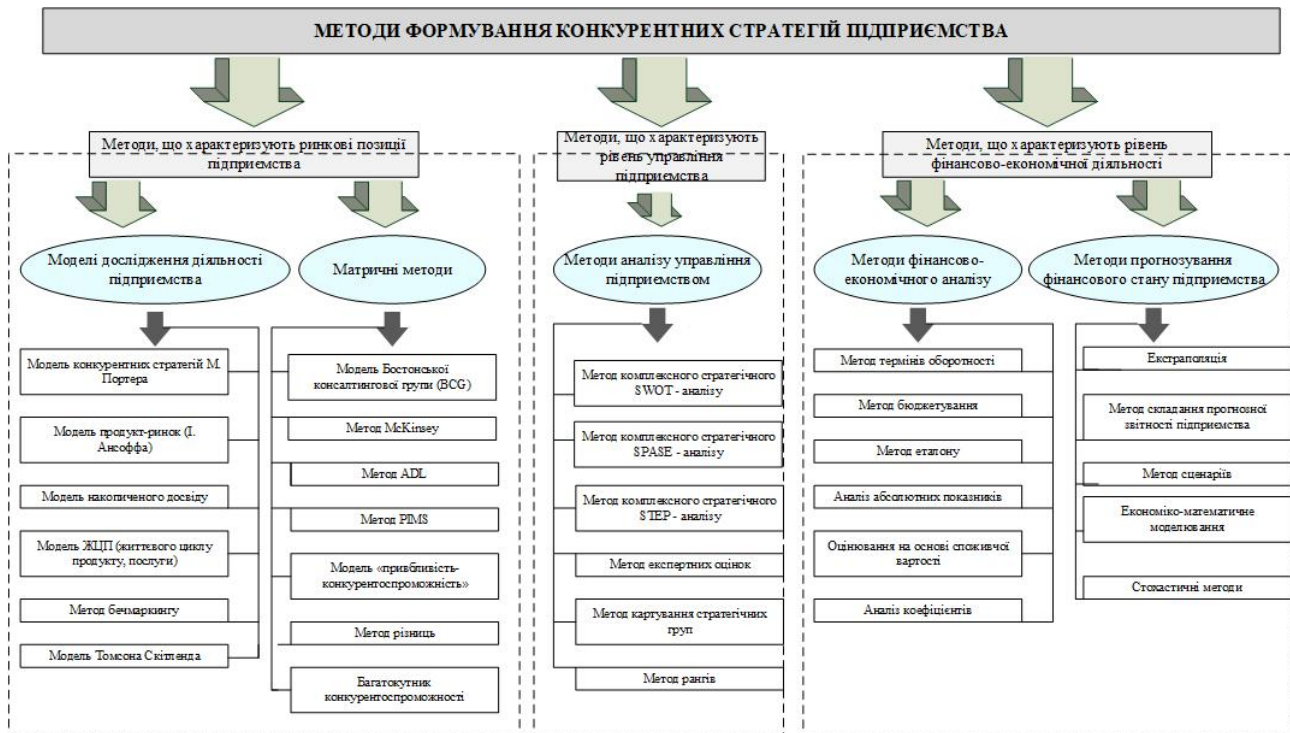


Рис. 1. Класифікація методів формування конкурентних стратегій підприємства

Джерело: авторська розробка

ного значення інтегрального рейтингового показника розвитку окремого підприємства або у графічному визначенні його позиції за певними параметрами, а також дають змогу здійснити

аналіз окремих аспектів діяльності підприємства, середовища функціонування, ринкової позиції, визначити основні напрями подальшого розвитку.

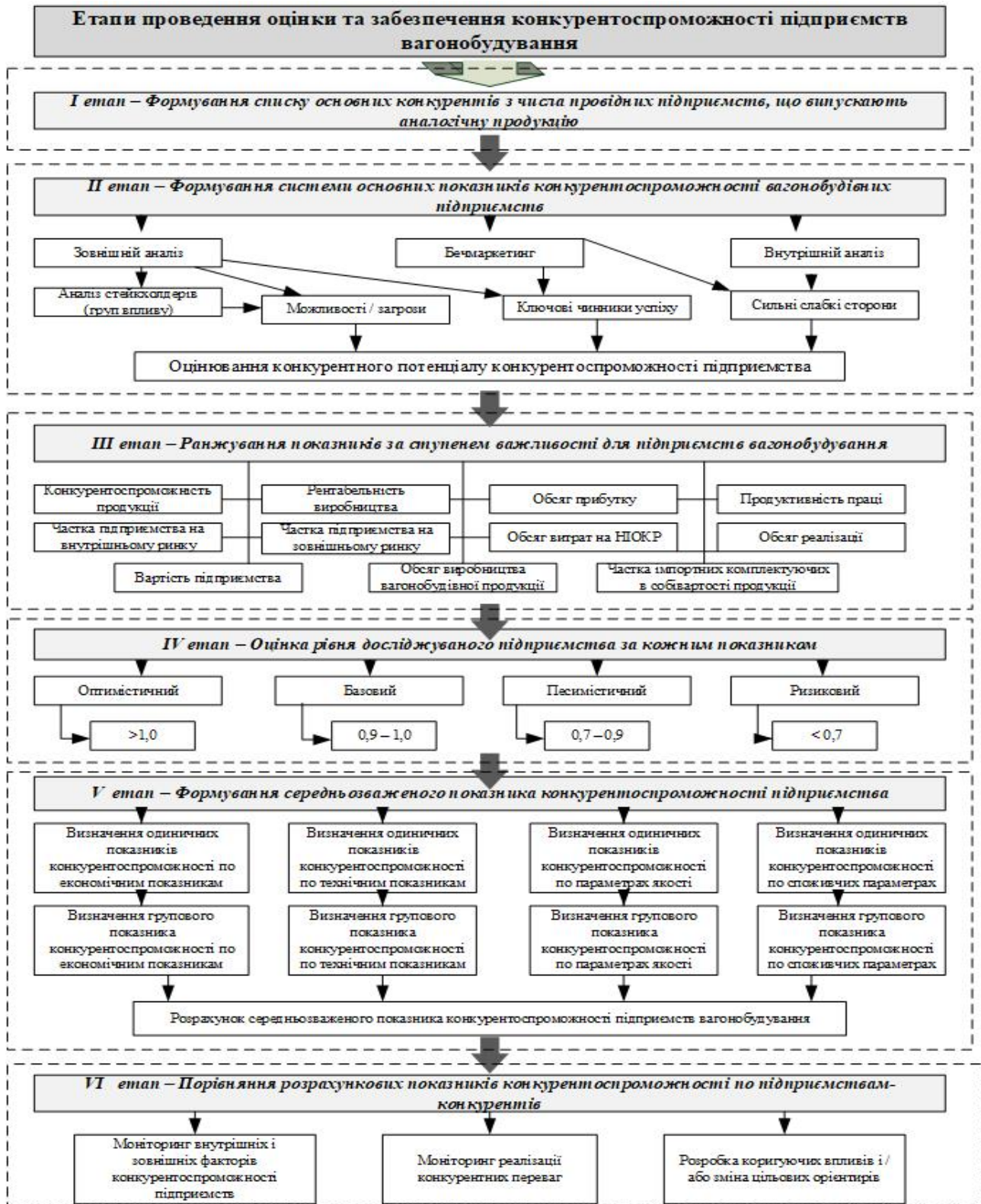


Рис. 2. Авторська методика оцінювання та забезпечення конкурентоспроможності підприємств вагонобудування

До матричної групи методів відносяться матриця Бостонської консалтингової групи (BCG); матриця І. Ансоффа; матриця McKinsey; матриця конкурентних стратегій М. Портера; матриця Томсона-Стрікланда; SWOT-аналіз; SPASE-аналіз; STEP-аналіз.

Графічна група методів оцінювання конкурентоспроможності забезпечує наочність сприйняття кінцевих результатів оцінювання, інтерпретованих у графічних об'єктах (рисунок, графіках, діаграмах тощо), щодо наведення відповідних розрахунків та логічних висновків. До графічної групи методів відносяться метод еталону; багатокутник конкурентоспроможності; моделі життєвого циклу продукту, технологій; графіки порівнянь; аналітичні графіки; ілюстративні графіки; діаграми; картограми; картодіаграми.

Індексна група методів базується на комплексній характеристиці відносної зміни елементів розвитку підприємства у часі та просторі, які внаслідок наявності функціональної залежності між ними представлені системою взаємопов'язаних показників за принципом представлення інтегрального результату через його складові. Методи індексної групи поділяються на метод, що ґрунтується на визначенні конкурентоспроможності продукції; метод, що ґрунтується на теорії ефективної конкуренції; метод, що ґрунтується на визначенні сили реактивної позиції; метод, що ґрунтується на теорії рівноваги фірми та галузі; метод інтегрального оцінювання; метод бенчмаркінгу.

Аналітична група методів базується на здійсненні розрахунково-аналітичних операцій з вхідними даними. При цьому залежно від конкретної методики аналізу застосування цих методів можуть бути як прості арифметичні операції, так і досить складні розрахунки. До аналітичної групи методів відносяться метод різниць; метод рангів; метод балів; методи експертної оцінки; система диференціальних рівнянь.

Дослідивши методичні підходи та виконавши дослідження з оцінювання конкурентоспроможності на підприємствах, автор зазначає, що основними перевагами методики оцінювання конкурентоспроможності вагонобудівних підприємств і продукції повинні бути простота аналітичної формули розрахунку, доступність і достовірність вихідної інформації та результатів оцінювання конкурентоспроможності, можливість впровадження та використання методики силами фахівців підприємства.

Виходячи з цих умов, автор розробив свою методику оцінювання конкурентоспроможності підприємства. Авторська методика оцінювання конкурентоспроможності підприємства вагонобудування включає етапи, які представлені на рис. 2.

Опишемо детально етапи оцінювання конкурентоспроможності підприємства вагонобудування. I етап, що полягає у формуванні переліку основних конкурентів і складанні портрета (описової частини) конкурентів, реалізується шляхом вивчення їх діяльності на ринку, що є початковим етапом алгоритму оцінювання конкурентоспроможності. Це дає можливість визначити конкурентний рівень цього підприємства щодо інших підприємств галузі.

Найбільш простим у практичному застосуванні вагонобудівного підприємства методом вивчення конкурентного середовища є аналіз підприємств-конкурентів за типом подібної продукції, що випускається шляхом збирання інформації тендерами та безпосередньо дослідження на дотримання стандартизації якості продукції, проведення опитувань з представниками покупця, що приймають рішення про закупівлю вагонобудівної продукції.

II етап, що передбачає формування переліку основних показників, що відображають рівень конкурентоспроможності підприємства вагонобудівної продукції, базується на розумінні сутності конкурентоспроможності вагонобудівного підприємства. Вибір показників визначається вимогами й умовами авторського трактування визначення конкурентоспроможності підприємства: конкурентоспроможність вагонобудівного підприємства – це здатність виробляти продукцію, яка відповідає міжнародним стандартам якості та користується попитом на ринку з досягненням оптимальних кількісних та якісних показників ефективності використання наявних ресурсів, мінімізуючи негативні впливи факторів зовнішнього середовища, а також подача продукції «точно в строк» із забезпеченням мультиплікативного ефекту підвищення конкурентоспроможності підприємств, а саме споживачів продукції вагонобудівних підприємств.

На підставі досліджень, проведених на вітчизняних вагонобудівних підприємствах, автор відносить до основних показників, що визначають рівень конкурентоспроможності підприємств, конкурентоспроможність продукції; вартість підприємства; обсяг виробництва вагонобудівної продукції; обсяг реалізації; рентабельність

виробництва; обсяг прибутку; обсяг витрат на НІОКР; частку підприємства на зовнішньому ринку; частку підприємства на внутрішньому ринку; частку імпортих комплектуючих у собівартості продукції; продуктивність праці.

III етап передбачає ранжування показників за ступенем важливості для підприємств вагонобудування.

Питома вага показників для підприємств вагонобудування визначена автором і підтверджена в процесі проведеного опитування фахівцями вагонобудівних підприємств (табл. 1).

IV етап, який полягає в оцінюванні рівня конкурентоспроможності досліджуваних підприємств за кожним показником, виконується на основі фактичних даних значення показника за досліджуваний період з подальшою їх трансформацією у відносні величини методом співвідношення показника з максимальним значенням в групі аналізованих підприємств. Форма розрахунку показників конкурентоспроможності підприємств вагонобудування представлена в табл. 2.

V етап передбачає формування середньозваженого показника конкурентоспроможності підприємства. На завершальному етапі оцінювання розраховується середньозважений показник конкурентоспроможності за формулою:

$$СП_{\text{ксп}} = \frac{\sum_{i=1}^n B * П}{\sum_{i=1}^n B}, \quad (3)$$

де $СП_{\text{ксп}}$ – середньозважений показник конкурентоспроможності вагонобудівного підприємства;

B – ранг кожного показника;

$П$ – оцінюючий бал кожного показника.

VI етап полягає у порівнянні розрахованих показників конкурентоспроможності по підприємствах-конкурентах.

Показник конкурентоспроможності вагонобудівної продукції є першим за ступенем значущості під час оцінювання конкурентоспроможності підприємства вагонобудування. Під час оцінювання цього показника необхідно максимально повно враховувати специфіку вагонобудівної продукції, у зв'язку з чим розроблено методику оцінювання конкурентоспроможності

Таблиця 1

Питома вага показників конкурентоспроможності підприємств вагонобудування

Показники	Питома вага показників
Конкурентоспроможність продукції	0,15
Частка підприємства на внутрішньому ринку	0,13
Рентабельність виробництва	0,11
Частка підприємства на зовнішньому ринку	0,10
Обсяг прибутку	0,10
Частка імпортих комплектуючих в собівартості продукції	0,09
Обсяг витрат на НІОКР	0,07
Продуктивність праці	0,07
Обсяг реалізації	0,04
Вартість підприємства	0,03
Обсяг виробництва вагонобудівної продукції	0,02
Разом	1,0

Таблиця 2

Форма розрахунку показників конкурентоспроможності підприємств вагонобудування

Показники	Питома вага, коефіцієнт	Підприємство 1	...	Підприємство n
Конкурентоспроможність продукції	0,15			
Частка підприємства на внутрішньому ринку	0,13			
Рентабельність виробництва	0,11			
Частка підприємства на зовнішньому ринку	0,1			
Обсяг прибутку	0,1			
Частка імпортих комплектуючих в собівартості продукції	0,1			
Обсяг витрат на НІОКР	0,09			
Продуктивність праці	0,08			
Обсяг реалізації	0,06			
Вартість підприємства	0,05			
Обсяг виробництва вагонобудівної продукції	0,03			

вагонобудівної продукції, що є органічною складовою методики оцінювання конкурентоспроможності підприємства вагонобудування.

Оцінювання конкурентоспроможності продукції для підприємств вагонобудування з урахуванням значного обсягу показників цінкових і нецінкових характеристик товару пропонується проводити з використанням розробленої автором системи бально-рейтингової оцінки за методикою, що включає такі етапи.

1) Отримання базової інформації продукції підприємств-конкурентів.

2) Формування переліку показників, що характеризують рівень конкурентоспроможності продукції досліджуваного підприємства.

Виявлені показники представлені в табл. 3.

1) Ранжування показників за ступенем важливості. Після виявлення показників, що характеризують рівень конкурентоспроможності вагонобудівної продукції, проводиться визначення найбільш і найменш важливих з них, тобто ранжування показників за ступенем значущості. Ранжування показників за ступенем важливості здійснюється шляхом виставлення рангу від 0 до 100.

2) Оцінювання конкурентоспроможності продукції досліджуваних підприємств. На цьому етапі проводиться оцінювання конкурентоспроможності продукції досліджуваних підприємств за кожним показником шляхом виставлення балів від 1 до 10, надається оцінка показників конкурентоспроможності продукції методом перемноження рангу на бал; потім кожному виду продукції присвоюється рейтинг з урахуванням усіх показників.

Оцінювання рівня конкурентоспроможності вагонобудівної продукції проводиться методом

обчислення середньозваженого значення конкурентоспроможності, що дає змогу враховувати питомі ранги кожного показника в їх загальній сумі (формула 4).

$$СП_{\text{кспрод}} = \frac{\sum_{i=1}^n B * П}{\sum_{i=1}^n B}, \quad (4)$$

де $СП_{\text{кспрод}}$ – середньозважений показник конкурентоспроможності вагонобудівної продукції;

B – ранг кожного показника;

$П$ – оцінний бал кожного показника.

У практиці вагонобудівних підприємств найбільш типовою є ситуація, коли випуск продукції диференційований за видами та моделям устаткування, що випускається. У такій ситуації формула оцінювання конкурентоспроможності матиме такий вигляд:

$$СПЧП_{\text{кспром}} = \frac{\sum_{i=1}^n B * П}{\sum_{i=1}^T B} * L_1 + \frac{\sum_{i=1}^n B * П}{\sum_{i=1}^T B} * L_2 + \frac{\sum_{i=1}^n B * П}{\sum_{i=1}^T B} * L_m, \quad (5)$$

де $СПЧП_{\text{кспром}}$ – середньозважений підсумовано-частковий показник конкурентоспроможності вагонобудівної продукції;

B – ранг кожного показника;

$П$ – оцінний бал кожного показника;

L – частка продукції, що оцінюється, в структурі випуску вагонобудівного підприємства (в діапазоні від 0,01 до 1).

Розрахунок цього показника дає змогу сформувати єдину систему оцінювання та подальшого аналізування конкурентоспроможності. Отримані дані за рівнем конкурентоспроможності стають основою для оцінювання конкурентоспроможності підприємств вагонобудування.

Висновки. Отже, досліджено методи оцінювання конкурентоспроможності підприємств

Таблиця 3

Бально-рейтингова оцінка конкурентоспроможності продукції

Показник конкурентоспроможності	Ранг
Надійність роботи вагона	97
Якість вагона	95
Техніко-технологічні характеристики вагона	93
Вартість вагона	87
Довговічність основних деталей і вузлів вагона	84
Технологічні можливості вагона	78
Рівень теплотехнічної системи	78
Терміни поставки на ринок вагона	74
Доступність запасних частин, їх вартість і терміни поставки	66
Строки та умови гарантії на продукцію	62
Наявність заводського сервісного обслуговування	50
Капітальний ремонт раніше випущених вагонів	48
Висока кваліфікація технічних представників постачальника	30

вітчизняних та закордонних науковців. Розроблено методику оцінювання конкурентоспроможності підприємств вагобудування.

Представлена бально-рейтингова методика оцінювання конкурентоспроможності вагобудівної продукції є досить простою, доступною для застосування на будь-якому промисловому підприємстві. Перевагою запропонованого підходу є можливість надання кількісної та якісної оцінки рівня конкурентоспроможності продукції, що відсутня в низці інших підходів. Методика дає змогу зіставляти продукцію необмеженої кількості підприємств-виробників вагобудівної продукції, а також змінювати або доповнювати склад показників.

Для оцінювання конкурентоспроможності підприємства на різних ринках можна використовувати показник значущості ринків, причому для розвинених країн цей коефіцієнт дорівнює одиниці, для інших – 0,7, для внутрішнього ринку – 0,4.

Розроблена методика оцінювання конкурентоспроможності вагобудівного підприємства і підприємств-конкурентів, формування середньозваженого показника конкурентоспроможності та зіставлення отриманих даних по досліджуваних підприємствах з даними конкурентів дають змогу визначити поточний стан підприємства, виявити «слабкі місця» та на їх основі сформулювати кількісні цілі щодо досягнення рівня конкурентоспроможності загалом і по окремих його показниках.

Бібліографічний список:

1. Портер М. Конкуренция. Москва: Издательство Дом «Вильямс», 2005. 608 с.
2. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: учебник. 2-е изд., испр. и доп. Москва: Эксмо, 2005. 544 с.
3. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. Москва: Маркетинг, 2007. 888 с.
4. Шальминова А.С. Инновационное бизнес-планирование развития предприятия приоритетной отрасли: автореф. дисс. ... канд. экон. наук. Казань, 2000. 21 с.
5. Миронов М.Г. Ваша конкурентоспособность. Москва: Альфа-Пресс, 2004. 160 с.
6. Дикань В.Л., Савчук В.І. Управління конкурентоспроможністю корпорацій в Європі: підручник. Київ: Знання, 2004. 207 с.
7. Дикань В.Л. Обеспечение конкурентоспособности предприятия: монография. Харьков: Основа, 1995. 160 с.
8. Геєць В.М., Мазаракі А.А. Пріоритети національного економічного розвитку в контексті глобалізаційних викликів: монографія: у 2 ч. Ч. 1. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. 389 с.
9. Карпенко В.Л. Методика оцінки конкурентоспроможності продукції промислових підприємств. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2009. № 6. С. 33–38.
10. Ниценко В.С. Методические аспекты оценки концентрации в АПК. Journal of Applied Management and Investments. 2014. Vol. 3. № 1. P. 57–66.

References:

1. Porter M. Competition / M. Porter. – M.: Publishing House Williams, 2005. – 608 p.
2. Fatkudinov R.A. Management of the competitiveness of the organization: a textbook. / R.A. Fathutdinov. – 2nd ed., corrected. and add. – M.: Exmo Exit, 2005. – 544 p.
3. Fathutdinov R.A. Competitiveness of the organization in the conditions of crisis: economy, marketing, management / R.A. Fattuhddinov. – M.: Marketing, 2007. – 888 p.
4. Shalminova A.S. Innovative business planning of enterprise development in the priority sector: author's abstract. dissertations to that econ. sciences / A.S. Shalminova. – Kazan, 2000. – 21 p.
5. Mironov M.G. Your Competitiveness / M.G. Mironov. – Moscow: Alfa-Press, 2004. – 160 p.
6. Dikan V.L. Managing the Competitiveness of Corporations in Europe: Textbook / V.L. Dikan, V.I. Savchuk. – K.: Knowledge, 2004. 207 p.
7. Dikan V.L. Ensuring competitiveness of the enterprise: monograph / V.L. Dikan. – Kharkiv: Basis, 1995. – 160 p.
8. Heyets V.M. Priorities of national economic development in the context of globalization challenges: monograph: 2 hours. – Ch. 1 / V.M. Heyets, A.A. Mazaraki. – Kyiv: Kyiv. nats trad.-ekon. unt., 2008. – 389 p.
9. Karpenko V.L. Methodology for assessing the competitiveness of industrial enterprises / V.L. Karpenko // Bulletin of the Khmelniysky National University Economic sciences. – 2009. – № 6. – P. 33–38.
10. Nitsenko V.C. Methodological aspects of concentration estimation in APC / V.S. Nitsenko // Journal of Applied Management and Investments. – 2014. – Volume 3. – Number 1. – P. 57–66.

METHODOLOGY FOR ASSESSMENT OF THE COMPETITIVENESS OF RAILCAR MANUFACTURING FACILITIES

The problem of effective management of the activity of domestic railcar manufacturers, operating both in the domestic and foreign markets, becomes particularly relevant in connection with the aggravation of the economic crisis.

The car-building enterprises of Ukraine face tasks to substantially increase the efficiency of production, to ensure the production of high-quality products, to switch to an innovative model of development, to ensure the development of all factors of competitiveness.

Based on these conditions, the author developed his methodology for assessing the competitiveness of the enterprise. The author's methodology for assessing the competitiveness of the railcar manufacturing facility includes the following stages:

Stage I – formation of the list of major competitors and the drawing of a portrait (narrative part) of competitors are realized by studying their activities in the market, which is the initial stage of the algorithm of competitiveness evaluation. This gives an opportunity to determine the competitive level of this enterprise with respect to other enterprises in the industry.

Stage II – formation of a list of key indicators that reflect the competitiveness of the company's wagon production is based on understanding the essence of the competitiveness of the carriage-building enterprise.

Stage III – a ranking of indicators by the degree of importance for the enterprises of car-building.

Stage IV – assessment of the competitiveness of the studied enterprises for each indicator is carried out on the basis of the actual data value of the indicator for the period under study, followed by their transformation into relative values by the ratio of the indicator with the maximum value in the group of enterprises analysed.

Stage V – formation of the average weighted index of enterprise competitiveness.

Stage VI – comparison of competitiveness estimates by competitor enterprises.

The submitted rating methodology for assessing the competitiveness of railcar manufacturing facility is relatively simple, available for use at any industrial enterprise. The advantage of the proposed approach is the possibility of quantitative and qualitative assessment of the level of competitiveness of products, which is absent in a number of other approaches. The methodology allows comparing the products of an unlimited number of wagon manufacturers, as well as to change or complement the composition of indicators.