

$$Y_{розр} = 44,665 \cdot K^{0,252} \cdot L^{0,685} \cdot M^{0,0476} \quad (5)$$

- для трамвайних господарств:

$$Y_{розр} = 19,747 \cdot K^{0,2023} \cdot L^{0,813} \cdot M^{-0,0006} \quad (6)$$

Результати розрахунку за виразами (5) і (6) теоретичних значень витрат електроенергії підприємствами МЕТ України порівнюються з фактичними значеннями. Графіки  $Y_{розр}$  й  $Y_{факт}$  наведено на рис. 1 і 2.

**Висновки.** Отримані функції достатньо добре відображають реальні дані. Значення коефіцієнта детермінації  $R^2=0,99$  для тролейбусних господарств і  $R^2=0,987$  для трамвайних говорить про високу функціональну залежність. Отже, отримані мультиплікативні моделі доцільно використовувати для прогнозування обсягів електроенергії на наступний період з достатньою точністю.

#### *Література*

1. *Енергозбереження - пріоритетний напрямок державної політики України* / Ковалко М.П., Денисюк С.П.; Відпов. ред. Шидловський А.К. - К.: УЕЗ, 1998. - 506 с.
2. *Коссой Ю.М.* Экономика и управление на городском электрическом транспорте. - М.: Мастерство, 2002.- 352 с.
3. *Четыркин Е.М., Калихман И.Л.* Вероятность и статистика. – М.: Финансы и статистика, 1982. – 319 с.
4. *Колемаев В.А.* Математическая экономика. – М.: ЮНИТИ, 1998. – 240 с.

УДК 656. 338. 12

### **ОСОБЛИВОСТІ ДІАГНОСТИКИ ТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА В КОНКУРЕНТНОМУ СЕРЕДОВИЩІ**

**Ведмідський А.В.**

**Актуальність.** Боротьба за споживачів спонукає підприємства до порівняння власних можливостей із можливостями конкурентів, виявлення ключових факторів успіху, визначення конкурентної позиції та забезпечення конкурентних переваг. Це обумовлює необхідність дослідження зовнішнього оточення, внутрішнього середовища підприємства та оцінку його потенціалу. У науковій літературі існують різні підходи до вивчення стану та перспектив розвитку факторів зовнішнього та внутрішнього середовищ підприємства. Враховуючи те, що макросередовище визначає загальні умови функціонування підприємств і це зумовлює типовість існуючих методик його аналізу, то варто зосередити увагу на питаннях методології діагностики стану підприємства у конкурентному середовищі.

**Мета** статті полягає у розкритті сутності про необхідність використання комплексного підходу до проведення аналізу внутрішнього середовища підприємства.

**Основний матеріал дослідження.** Методичний підхід, який передбачає тільки виявлення сильних та слабких сторін за функціональними сферами підприємства, тобто в межах SWOT-аналізу, обмежується аналізом використання потенціалу підприємства, що не є достатнім для визначення особливостей позиціонування підприємства та його можливостей у конкурентному середовищі. Більш доцільною є позиція науковців, які поряд з аналізом внутрішнього середовища наголошують на необхідності таких видів аналізу, як аналіз діяльності конкурентів та портфельний аналіз. У комплексі ці види аналізу, на нашу думку, складають діагностику стану підприємства у конкурентному середовищі.

Діагностика стану підприємства у конкурентному середовищі спрямована на виявлення та оцінку сильних і слабких сторін підприємства, його можливостей, визначення конкурентної позиції та конкурентних переваг з метою вирішення завдання забезпечення адекватності зовнішньому середовищу та визначення можливих шляхів забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Отже, діагностика стану підприємства має спрямованість власне на підприємство та на його конкурентів.

За даною інтерпретацією діагностики стану підприємства у конкурентному середовищі до її складових належать такі компоненти: аналіз внутрішнього середовища підприємства, порівняльна оцінка діяльності підприємства з конкурентами, портфельний аналіз (рис.1).



Рис.1. Складові діагностики стану підприємства у конкурентному середовищі

Діагностика стану підприємства у конкурентному середовищі за визначеними напрямками надає інформаційну підставу для розробки загальної, функціональних та підприємницьких стратегій.

Порівняльна оцінка діяльності підприємства з конкурентами здійснюється на підставі результатів аналізу конкурентного середовища підприємства, за яким оцінюється стан конкуренції, її інтенсивність, визначаються стратегічні групи конкурентів, виявляються потенційні конкуренти та визначаються активні конкуренти, які є об'єктом для порівняння.

Портфельний аналіз передбачає аналіз стану підприємницької діяльності підприємства, за яким оцінюється господарська діяльність з метою визначення найбільш перспективних напрямів.

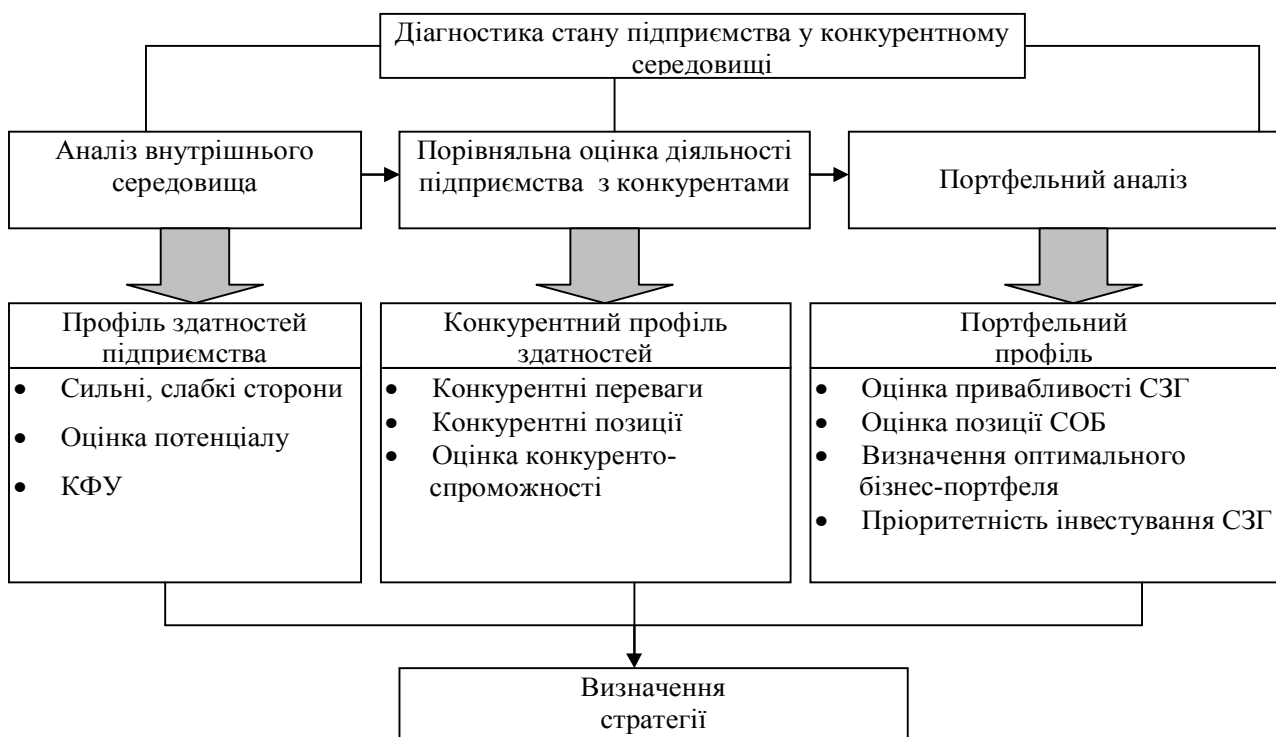


Рис.2. Структурно-логічна схема діагностики стану підприємства у конкурентному середовищі

У процесі аналізу внутрішнього середовища підприємства здійснюється вивчення та оцінка факторів за функціональними сферами підприємства, які впливають на його стан. Під час аналізу внутрішнього середовища підприємства складною методологічною проблемою є визначення об'єктів обстеження та їх основних параметрів. У науковій літературі з управління розглядається декілька підходів до визначення складу внутрішнього середовища підприємства. У ряді з них до факторів внутрішнього середовища відносять структуру підприємства, його культуру і ресурси; або цілі, завдання, структуру, технологію, персонал; або рівні менеджменту, майстерність менеджера, ролі менеджера. Іноді, аналізуючи внутрішнє середовище підприємства, говорять про потенціал підприємства – управлінський, виробничий та економічний. В. Винокуров розглядає внутрішнє середовище підприємства як сукупність усіх внутрішніх факторів, що обумовлюють певні процеси його життєдіяльності. Внутрішні фактори регулюються, тобто є об'єктами управління з боку підприємства, але водночас вони безпосередньо впливають на його діяльність, визначаючи його потенціал. Грунтуючись на даному постулаті управління, аналіз внутрішнього середовища підприємства здійснюється за такими функціональними сферами: маркетинг, фінанси, виробництво і технології, персонал, організація управління, організаційна культура та імідж. При цьому особливого значення в процесі аналізу набувають елементи системи управління підприємства.

Грунтуючись на визначених складових діагностики стану підприємства у конкурентному середовищі та творчо розвиваючи існуючі методичні підходи до процесу дослідження внутрішнього середовища, пропонуємо структурно-логічну схему діагностики (рис. 2).

**Висновки.** Оскільки процес діагностики стану підприємства у конкурентному середовищі є важливим у визначенні стратегічних напрямків розвитку підприємства, то можна зробити висновок, про те, що необхідно більш докладно зупинитися на питанні методики проведення діагностики, принципів та інструментів здійснення. Згідно з представленою структурно-логічною схемою діагностики стану підприємства у конкурентному середовищі цей процес здійснюється в такій послідовності: аналіз внутрішнього середовища; порівняльна оцінка діяльності підприємства з конкурентом; портфельний аналіз. За результатами кожного виду аналізу в процесі діагностики стану підприємства в конкурентному середовищі пропонуємо складати відповідні профілі: здатностей підприємства, конкурентний профіль здатностей та портфельний. Профіль здатностей підприємства містить сильні сторони підприємства, оцінку потенціалу та ключові фактори успіху.

### *Література*

1. Винокуров В.А. Организация стратегического управления на предприятии. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 160 с.
2. Воронкова А.Е. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация. – Луганск, 2000. – 315 с.
3. Забелин П. В. Предпринимательский менеджмент. – М.: Приор, 1999. – 224 с.

УДК 656.338.12

## **ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЛОГІСТИЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ВАНТАЖІВ У МІЖНАРОДНОМУ СПОЛУЧЕННІ**

*Волинець Л.М., кандидат економічних наук  
Іванов В.Ю.*

**Постановка проблеми.** Автомобільний транспорт міцно увійшов у наше життя. Практично кожне підприємство має на балансі автомобіль, орендує його, або користується послугами автоперевезень інших суб'єктів підприємництва. Але економічна ситуація, що склалася в Україні в умовах кризи не сприяє його розвитку, а навпаки, з ряду об'єктивних та суб'єктивних причин парк автотранспортних підприємств загального користування поступово занепадає.

Падіння обсягів виробництва, низька платіжна спроможність замовників транспортних послуг та й самих автоперевізників, недосконала податкова система, відсутність чітких механізмів та дисципліни взаєморозрахунків за виконану роботу призводять колишні потужні автопідприємства до грані банкрутства, зменшення їх кількості. На зміну їм приходять підприємства, що використовують невеликий автомобільний парк, необхідний для перевезень власних вантажів, які одночасно можуть