

**П.В. БРІНЬ, В.В. КРАВЧЕНКО**

## **МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

У роботі наведено результати досліджень процесу оцінки конкурентоспроможності продукції машинобудівних підприємств. В тому числі, виокремлено методи оцінки конкурентоспроможності продукції підприємств з урахуванням галузевих особливостей. Розроблені рекомендації щодо вибору методики оцінювання продукції підприємств машинобудівної галузі, а саме галузі тракторобудування.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність продукції, машинобудівна галузь, конкуренція, оцінка конкурентоздатності продукції підприємства.

В работе представлены результаты исследований процесса оценки конкурентоспособности продукции машиностроительных предприятий. Также, выделены методы оценки конкурентоспособности продукции предприятий с учетом отраслевых особенностей. Разработаны рекомендации насчет выбора методики оценивания продукции предприятий машиностроительной отрасли, а именно отрасли тракторостроения.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность продукции, машиностроительная отрасль, конкуренция, оценка конкурентоспособности продукции предприятия.

This paper presents the results of research concerning the estimation of machine-building enterprise's production competitiveness. Also the methods of assessing the enterprises products competitiveness with considering industry specifications are highlighted. Recommendations about selection the methods of production evaluation of machine-building enterprises', specifically tractor industry, are designed.

**Keywords:** product competitiveness, machine-building industry, competition, evaluation of enterprise competitiveness

**Постановка проблеми.** На сучасному етапі розвитку економіки України з'являється велика кількість нових вимог до конкурентоспроможності промислової продукції. Постійні зміни умов формування ринкових відносин, які характеризуються загостренням конкурентної боротьби серед підприємств, динамічним розвитком зовнішнього середовища, швидким зростанням рівня комерційного ризику, визначають необхідність застосування нових методів і принципів менеджменту з метою забезпечення конкурентоспроможності промислової продукції як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках. Підприємство як незалежна господарська одиниця, що володіє економічною самостійністю та повністю відповідає за результати своєї господарської діяльності повинно сформувати таку систему управління конкурентоспроможністю продукції, яка б забезпечила йому високу ефективність роботи. Тому на сьогодні проблема розвитку методичних засад підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств є особливо актуальною.

**Аналіз останніх публікацій.** Вагомий внесок у дослідження питань сутності поняття та ролі конкурентоспроможності продукції для ефективного функціонування підприємств зробили як вітчизняні, так і зарубіжні вчені: Р. А. Фатхутдінов [1], Т. Г. Садовська [2], В. Є. Швець [3], О. О. Масляєва [4], Г. Л. Азоев [5], В. А. Кредісов [6], В. Л. Конашук [7], В. Стівенсон [8], Г. Л. Багієв, В. М. Тарасевич [9], А. Ю. Юданов [10], В. А. Гайдук [11] та ін..

У наукових працях наведено визначення понять конкурентоздатність і конкурентоспроможність продукції, розглянуто питання конкурентоспроможності машинобудівних підприємств та обумовлена доцільність їх вивчення.

Однак на сьогоднішній день існує брак методичних засад, які вирішують проблему комплексної оцінки конкурентоспроможності

машинобудівних підприємств з урахуванням підгалузі тракторобудування.

**Метою статті** є оцінка конкурентоспроможності продукції машинобудівних підприємств з урахуванням їх галузевих особливостей. Для досягнення поставленої мети були поставлені наступні завдання:

- виявити та дослідити особливості підприємств машинобудівної галузі;
- запропонувати методичний підхід до оцінювання конкурентоспроможності продукції підприємств тракторобудування.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** З розвитком ринкових відносин в національній економіці відбувається процес становлення та формування конкурентного середовища. Розвитку та стабільності функціонування українських підприємств на ринку передують підвищення жорсткості методів та форм проявлення конкуренції, швидкі зміни параметрів ринку, панування цінової конкуренції.

А отже, для утримання конкурентних переваг і збереження позицій на ринку перед вітчизняними підприємствами постає необхідність розроблення та впровадження нових підходів до управління конкурентоспроможністю.

Важливим елементом для стабільності функціонування та зміцнення виробничого потенціалу підприємства є конкурентоспроможність товарів і послуг, які ним виробляються, а також його можливості, що забезпечують успішність у конкурентній боротьбі.

Сучасна економіка передбачає стрімкий розвиток ринкових відносин, що призводить до підвищення вимог споживачів до продукції, яку вони споживають. А це, в свою чергу, є наслідком того, що підприємства орієнтуються на задоволення потреб ринку, на вимоги споживачів та виробництво тільки тієї продукції, що користується попитом і може принести необхідний

для подальшого розвитку прибутку. Тобто умови та принципи, а також результати діяльності підприємств залежать від конкурентоспроможності їх продукції та послуг на ринку.

Аналіз наукових джерел показав, що конкурентоспроможність продукції підприємств є складним і багатоаспектним поняттям. Конкурентоспроможність товару характеризує ступінь дійсного або потенційного задоволення ним потреб споживачів порівняно з аналогічними товарами на ринку. Конкурентоспроможність продукції визначає здатність витримувати конкуренцію серед товаровиробників аналогічних товарів на конкретному ринку.

Для підприємства ефективне управління конкурентоспроможністю продукції є важливим і дієвим інструментом його оцінювання. При цьому варто враховувати, що відмінність рис, а також особливостей продукції різних галузей і специфіки попиту на неї не дозволяють використовувати однаковий метод для аналізу конкурентоспроможності.

Показник конкурентоспроможності продукції дає можливість проводити комплексне оцінювання

характеристик продукції та може бути основою для виходу підприємства з даним товаром на нові ринки. Точна оцінка даного показника дозволяє мінімізувати ризики, що виникають під час діяльності підприємства у новому ринковому середовищі, у той же час незбіжність розрахованого показника дійсним характеристикам продукту може призвести до зниження ефективності діяльності підприємства. Тому варто звернути увагу на те, щоб показник конкурентоспроможності продукції враховував якомога більше факторів та об'єктивно визначав їх вплив на конкурентоспроможність [12].

Достовірно та об'єктивно визначити показник конкурентоспроможності продукції можна за допомогою її оцінки. Оцінка конкурентоспроможності продукції дає можливість встановити її рівень, що показує можливість продукції задовольняти вимоги певного ринку та конкретних споживачів в поточний період, порівняно з продукцією конкурентів [13].

Для того щоб визначити конкурентоспроможність продукції, підприємству необхідно дотримуватися конкретного алгоритму оцінки (рисунком 1)

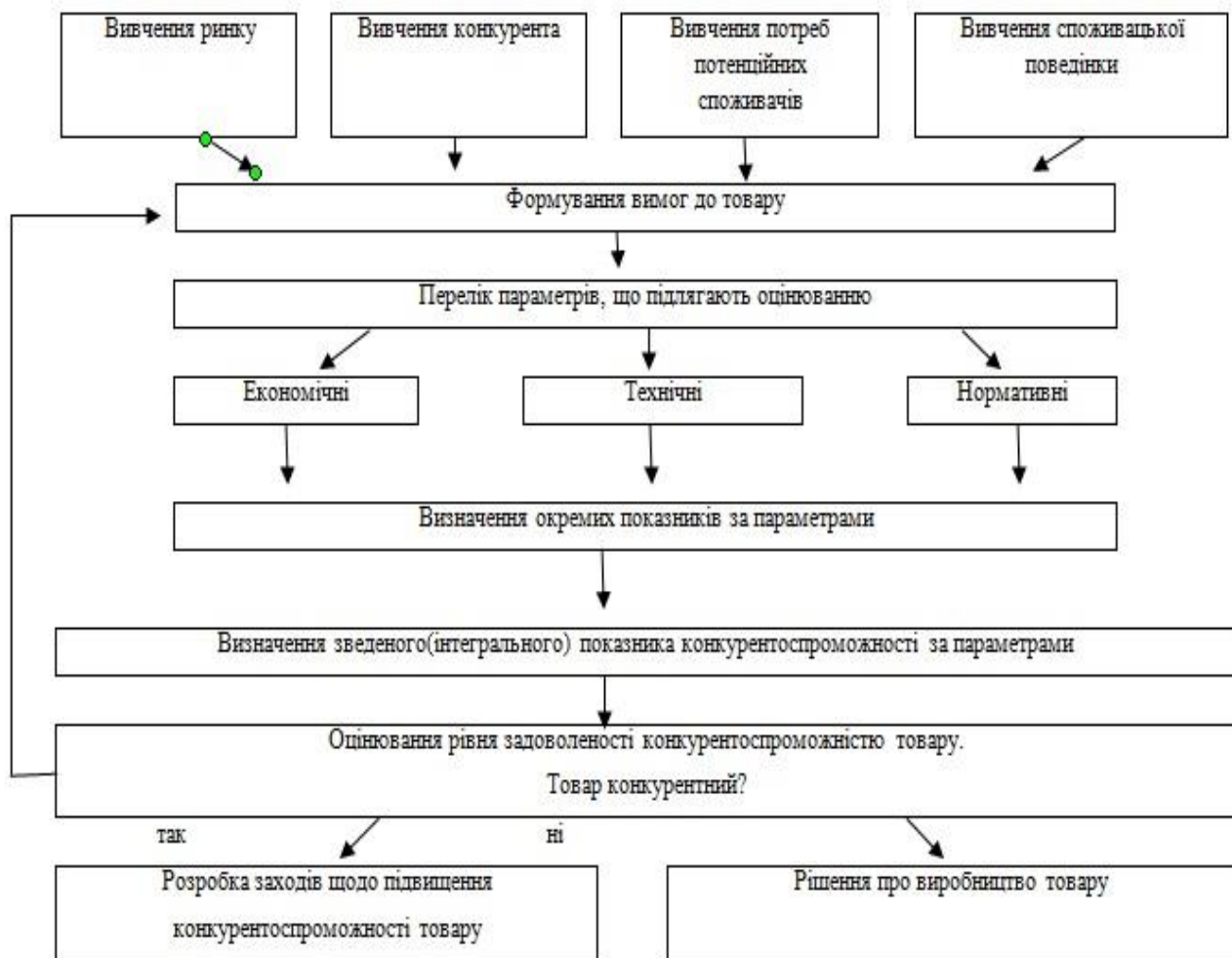


Рисунок 1 – Алгоритм проведення оцінки конкурентоспроможності продукції [14].

Для проведення оцінювання конкурентоспроможності товару як досить багатоаспектного та трудомісткого процесу, необхідно

провести аналіз наявних методик з даного питання. Проаналізувавши результати наукових досліджень, зроблених у цьому напрямі, для систематизації

матеріалів щодо оцінювання конкурентоспроможності продукції, було сформовано таблицю, в якій наведено узагальнені існуючі методики оцінки конкурентоспроможності продукції (таблиця 1).

Таблиця 1 – Методики оцінювання конкурентоспроможності продукції

Методики	Інструментарій	Система показників
Оцінка КС продукції на основі розрахунку показників ефективності виробничої діяльності	Розрахунковий метод	1. Показник витрат на одиницю продукції. 2. Фондовіддача. 3. Рентабельність продукції.
Оцінка конкурентоспроможності товарів на основі їх рейтингу	Рейтинговий метод	1. Рейтинг і-го товару. 2. Відносний показник якості товару.
Методика оцінки конкурентоспроможності товарів за ефективністю організації збуту та просування товару	Розрахунково - аналітичний метод	1. Рентабельність продажу. 2. Коефіцієнт завантаження виробничих потужностей. 3. Коефіцієнт ефективності засобів стимулювання збуту.
Методика оцінки конкурентоспроможності продукції за споживчими властивостями продуктів	Експертні, статистичні, розрахункові методи	1. Якість товару. 2. Ціна товару. 3. Якість сервісу товару на конкретному ринку. 4. Експлуатаційні витрати на використання товару.
Методика оцінки КС продукції на основі розрахунку інтегрального показника	Розрахунково - аналітичний метод	1. Індекс технічних параметрів (індекс якості). 2. ІЕП – індекс економічних параметрів (індекс цін).
Методика кількісної оцінки конкурентоспроможності однопараметричних об'єктів	Експертний, експериментальний, параметричний	1. Ефективність об'єкта. 2. Корисний ефект об'єкта. 3. Сукупні витрати.
Методика оцінки на основі відповідності продукції встановленим нормам	Диференціальний, нормативний	Одиничний параметричний показник конкурентоспроможності.
Методика аналізу конкурентоспроможності продукції на основі її корисності	Інтегральний, диференціальний	Сукупність технологічних параметрів.

Для проведення оцінки показника конкурентоспроможності продукції використовують конкретні методи. Обрання певної методики розрахунку конкурентоспроможності залежить, насамперед, від специфіки продукту, термінів одержання результату оцінки, обсягів необхідної інформації, ресурсних обмежень, аудиторії, на яку вони розраховані, тощо.

Машинобудування є стратегічно важливою галуззю економіки кожної країни. Проблеми розвитку та зміцнення конкурентоспроможності підприємств машинобудівної галузі України набувають все більшої вагомості зважаючи на високу конкуренцію серед товаровиробників як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Отже, постає питання щодо підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. Для вирішення проблеми підвищення рівня конкурентоспроможності необхідно

провести комплексну оцінку конкурентоспроможності машинобудівної продукції.

Першочерговим кроком до проведення інтегрованої оцінки конкурентоспроможності продукції, як головної складової конкурентоспроможності підприємства загалом, є вибір методу оцінювання. Оскільки якість на сьогоднішній день виступає однією з основних характеристик продукції підприємства, варто більше уваги приділяти методам оцінювання конкурентоспроможності, які засновані на порівнянні обраного товару зі зразком для визначення відносного рівня якості. До них можна віднести диференціальний, комплексний і змішаний методи.

Порівняльна характеристика методів оцінки конкурентоспроможності продукції представлена в таблиці 2.

Таблиця 2 – Методи оцінки конкурентоспроможності продукції підприємств

Метод	Опис	Переваги	Недоліки
Диференціальний	Здійснюється порівняння одиничних параметрів еталону та обраної продукції для оцінювання.	1. Дозволяє констатувати факт конкурентоспроможності аналізованої продукції або наявності у неї недоліків, порівняно з товаром – аналогом. 2. Забезпечує точність і простоту у розрахунках.	1. складність збору та обробки інформації; 2. не враховує вплив параметрів продукції на кінцевий вибір споживача; 3. Не враховує похибки при оцінці впливу параметрів; - статичний.
Комплексний	Використовується, якщо при характеристиці якості товару застосовуються сукупні параметри, які описують певну властивість товару.	1. Простий у застосуванні; 2. Простота збору та доступність необхідної інформації; 3. Дозволяє оцінити окремі властивості товару.	1. Оцінка впливу параметрів є не точною; 2. Статичний.
Змішаний	Поєднує у собі характерні риси та методичні засади диференціального та комплексного методів,	1. Оцінка найбільш важливих одиничних показників; 2. Точність оцінки конкурентоспроможності;	1. Не враховує динаміки розвитку продукту та потреб споживача; 2. складність математичного розрахунку; 3. Не враховує важливість споживчих властивостей товару для покупця. 4. статичний.

Детальний розгляд запропонованих методів дає можливість визначити, що найбільшу точність та практичну доцільність представляють комплексний та змішаний методи, оскільки вони забезпечують розрахунок інтегрального показника.

Розрахунок інтегрального показника дозволяє враховувати динаміку зміни показника конкурентоспроможності у часі та просторі. Крім того, він закладає засади для розгляду відповідних управлінських рішень як основи реалізації стратегії та тактики конкурентоспроможності.

**Результати дослідження.** Для проведення аналізу конкурентоспроможності продукції машинобудівних підприємств пропонується використання комплексного методу на основі розрахунку інтегрального показника. Даний метод оцінювання конкурентоспроможності продукції заснований на використанні експертних, розрахункових, статистичних методів і його кінцевою метою є побудова інтегрального показника конкурентоспроможності продукції.

Інтегральний показник конкурентоспроможності розраховується за допомогою наступної формули [15]:

$$K = I_{\text{тп}} / I_{\text{еп}}, \quad (1)$$

де  $I_{\text{тп}}$  – груповий показник конкурентоспроможності за технічними параметрами;

$I_{\text{еп}}$  – груповий показник за економічними параметрами.

Для розрахунку групового показника за технічними параметрами використовують формулу:

$$I_{\text{тп}} = \sum_{i=1}^n q_i * a_i, \quad (2)$$

де  $q_i$  – одиничний показник конкурентоспроможності за  $i$ -м технічним параметром;

$a_i$  – вагомість  $i$ -го параметра в загальному наборі їх технічних параметрів, що характеризуються потребою (визначається за допомогою експертних оцінок);

$n$  – число параметрів, що беруть участь в оцінці.

Підрахунок групового показника за економічними параметрами проводиться за формулою:

$$I_{\text{еп}} = C_i + B_i, \quad (3)$$

де  $C_i$  – ціна реалізації досліджуваного товару, грн..

$B_i$  – експлуатаційні витрати на строк служби досліджуваного товару, грн..

Для оцінки конкурентоспроможності підприємства з виробництва сільськогосподарської техніки пропонується використання комплексного методу з удосконаленою формулою групового показника за економічними параметрами, який включатиме не тільки одноразові витрати на купівлю аналізованої продукції та зразка, сумарні витрати на придбання та споживання аналізованої продукції та зразка в  $i$ -му році, а й одноразові витрати на придбання нависного обладнання для проведення сільськогосподарських робіт, адже однією з головних

технічних характеристик трактора є позиція «навісне обладнання».

Відповідно до сільськогосподарських робіт, які потрібно виконати, фермеру потрібно відповідне навісне обладнання: плуг, сівалка, ґрунтофреза, борона, ін.. Тому під час вибору трактора фермер перш за все звертає увагу на характеристику навісного обладнання техніки, що характеризує ступінь пристосованості певного виду трактора до причіпного обладнання для виконання певних робіт. Наприклад, характеристики навісного обладнання для різних моделей тракторів приведені у таблиці 3.

Широкі можливості агрегаткування тракторів з пристроями вітчизняних та зарубіжних виробників дозволяють виконувати різноманітні види сільськогосподарських робіт: культивування, боронування, посів зернових і технічних культур, транспортні роботи з причепами та напівпричепами, а

також виконання трудомістких будівельних робіт у комунальному господарстві.

Навісні пристрої (плуг, культиватор, сінокосарка, сівалка та ін.) слугують невід'ємним елементом до ефективної роботи тракторів, бо ж різноманітне навісне обладнання допомагає не тільки розширити експлуатаційні можливості техніки, а й значно полегшити та прискорити проведення трудомістких робіт.

Так агрегаткування з великою кількістю сільськогосподарського навісного обладнання забезпечує виконання традиційних і нових агротехнологій зі зменшенням витрат паливно-мастильних матеріалів і збільшенням продуктивності.

Рисунок 2 показує долю навісного обладнання в загальній ціні сільськогосподарської машини для виконання певних сільгоспробіт.

Таблиця 3 – Характеристика навісного обладнання для тракторів ХТЗ

Трактор	Характеристики навісного обладнання
ХТЗ-3512	Заднє гідрофіковане, вантажопідйомність - 600 кгс.
ХТЗ-181	Заднє 2-х і 3-х точкове.
ХТЗ-150К-09-25	Заднє 2-х і 3-х точкове, вантажопідйомність - 4500 кгс.
ХТЗ-17221-09	Заднє 3-х точкове з Крюковим захопленнями, вантажопідйомність - 5000 кгс.
ХТЗ-240К	Заднє 2-х і 3-х точкове, вантажопідйомність - 5000 кгс.
Т-150-05-09-25	Заднє 2-х і 3-х точкове, вантажопідйомність на осі підвісу 3,5 т

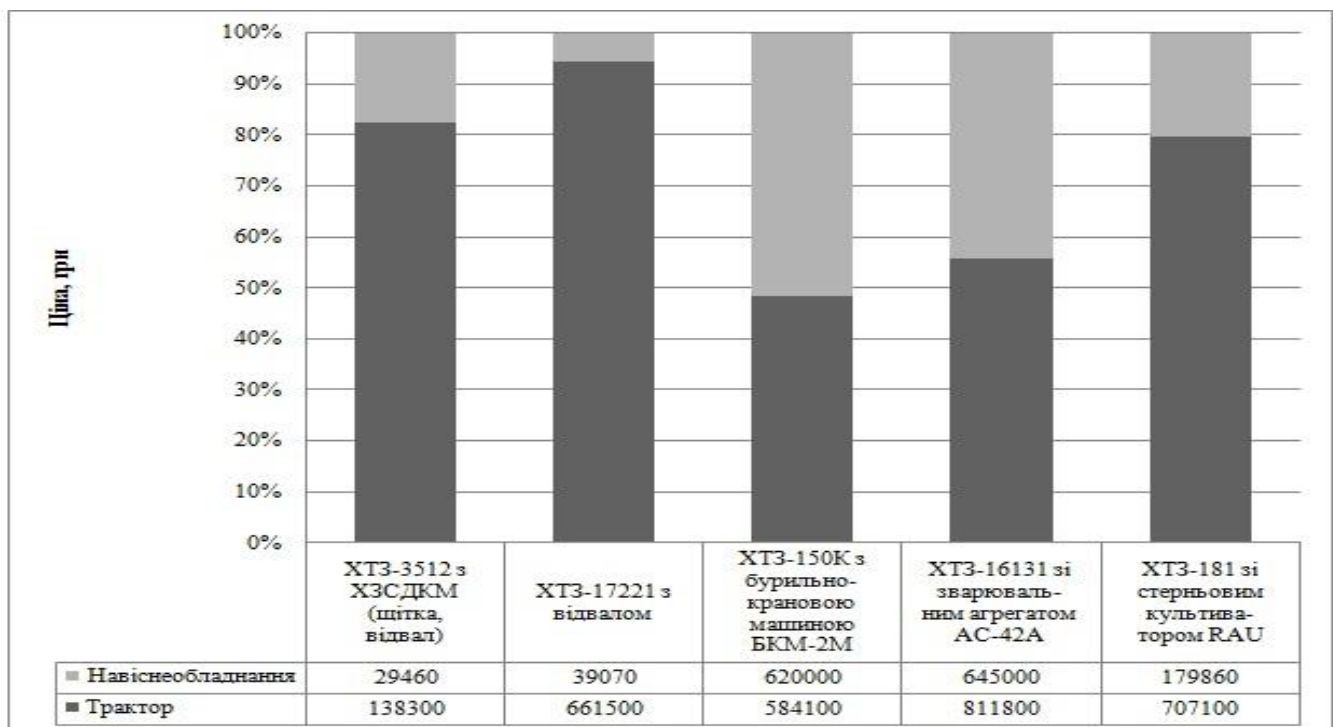


Рисунок 2 – Доля навісного обладнання в загальній ціні трактора для виконання певних сільськогосподарських робіт

Як бачимо з рисунка 1.2, навісне обладнання має високу долю в загальній ціні тракторів. В окремих

випадках навісне обладнання може коштувати більше, ніж сам трактор, і тому для виконання необхідних

робіт фермеру необхідно купувати трактор під навісне обладнання.

Модифікована формула дозволить прийняти до уваги всі витрати, пов'язані з ефективною експлуатацією сільськогосподарського транспорту споживачами та об'єктивно оцінити конкурентоспроможність аналізованої продукції зі зразком виробника-конкурента.

Підрахунок групового показника за технічними (1.4) та економічними (1.5) параметрами пропонується проводити, використовуючи наступні формули :

$$I_{mn} = \sum_{i=1}^n q_i * a_i + \sum_{j=1}^m p_j * a_j, \quad (4)$$

де  $p_j$  – одиничний показник конкурентоспроможності навісного обладнання за  $j$ -м технічним параметром;

$a_j$  – вагомість  $j$ -го параметра навісного обладнання в загальному наборі їх технічних параметрів, що характеризуються потребою (визначається за допомогою експертних оцінок);

$m$  – число параметрів, що беруть участь в оцінці.

$$I_{en} = (C_i + B_i) + (C_j + B_j), \quad (5)$$

де  $C_j$  – одноразові витрати на купівлю навісного обладнання для аналізованої продукції.

$B_j$  – експлуатаційні витрати на строк служби навісного обладнання до аналізованої продукції.

Інтегральний показник конкурентоспроможності розраховується за формулою 1.1:

$$K = I_{mn}/I_{en}, \quad (6)$$

**Висновок.** Для проведення аналізу конкурентоспроможності продукції машинобудівних підприємств пропонується використання комплексного методу на основі розрахунку інтегрального показника. Адже, в теперішніх умовах для прийняття ефективних рішень системою управління необхідний адекватний аналітичний інструментарій, на основі якого відбувається вимір показників результативності функціонування підприємства, розробляються, обґрунтовуються та приймаються управлінські рішення. Одним із найголовніших складових при пошуку такого економічного інструментарію постає завдання формування інтегрального показника результативності, визначення критеріїв, відповідно яким розробляється комплекс одиничних взаємопов'язаних показників, спроможних якнайповніше охопити усі його складові.

Наразі існує велика кількість показників, що характеризують результативність підприємства, що в свою чергу ускладнює процедуру побудови інтегрального показника, робить його громіздким, знижує інформативність та негативно впливає на значущість вагових коефіцієнтів. Для уникнення цієї

ситуації базові показники потрібно згрупувати за певною характеристикою, що дозволяє зробити комплексний метод оцінки конкурентоспроможності продукції підприємств.

#### Список літератури

1. *Фатхутдинов Р.А.* Стратегический маркетинг: книга / Р.А. Фатхутдинов. – М.: АО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2000. – 640 с.
2. *Садовская Т.Г.* Конкурентоспособность продукции и ее обеспечение в системе: научный журнал «Предпринимательское дело» / Т. Г. Садовская. – Машиностроитель, 1994. - № 5-6. – 25 с.
3. *Швец В. С.* Метод стандартизації показників в аналізі інвестиційної привабливості регіонів : науковий журнал Фінанси України №5 / В. С. Швец. – 1998.
4. *Масляева О. О.* Эффективна економіка, економічна сутність категорії «конкурентоспроможність» : дефініція та систематизація / Електронне науко-ве фахове видання. – Дніпр., 2011.
5. *Г. Л. Азов, А. П. Челенков* Конкурентные преимущества фирмы: книга / Г. Л. Азов, А. П. Челенков. – М.: типография «Новости», 2001. – 252 с.
6. *Кредисов В. А.* Підприємництво – вирішальний фактор розвитку країн з перехідною економікою: монографія / В. А. Кредисов. – К.: Знання України, 2003. – 327 с..
7. Дослідження сутності конкурентоспроможності підприємства як економічної категорії: наукова стаття / *Конашук В. Л., Галіздра Є.* – Запоріжжя, 2012. – 8с..
8. *Стивенсон В. Дж.* Управление производством /В. Дж. Стивенсон: [пер. с англ. под общ. ред. Ю. В. Шленова]. – М.: ООО «Издательство «Лаборатория Базовых Знаний», ЗАО «Издательство БИНОМ», 1998. – 928 с..
9. *Маркетинг: книга / Г. Л. Бакуев, В. М. Тарасевич, Х. Анн.* – М.: Издательство «Экономика», 2001.–718 с..
10. *Конкуренция. Теория и практика: книга/ А. Ю. Юданов.* – Москва: издательство «Гном и Д», 2001.– 304 с..
11. *Гайдук В. А.* Конкурентоздатність в умовах сучасного ринку / В. А.Гайдук // Економіка та держава. – 2007. – № 2. – С. 16-17.
12. Оцінка конкурентоспроможності інноваційної продукції: поняття та методи: наукова стаття / *К. В. П'ятидверна, М. Н. Капінос.* – Харків, 2013. – 8 с..
13. Теоретичні засади оцінювання конкурентоспроможності: наукова стаття / *П. В. Брін, В. В. Чорна.* – Харків, 2013. – 7 с..
14. *Примак Т. О.* Маркетинг : навч. посібн. / Т. О. Примак – К. : МАУП, 2004. – 228 с..
15. Комплексний метод оцінки конкурентоспроможності продукції : наукова стаття / *О. П. Кавамуш.* – Київ, 2014. – 5 с.

#### References (transliterated)

1. *Fatkhutdinov R. A.* Stratehicheskyy marketynh: knyha / R. A. Fatkhutdinov. – Moscow : АО «Byznes-shkola «Yntel-SynteZ», 2000. – 640 p.
2. *Sadovskaya T. H.* Konkurentosposobnost' produktsyy u ee obespechenye v systeme: nauchnyy zhurnal «Predprynimatel'skoe delo» / T. H. Sadovskaya. – Mashynostroytel', 1994. - NO 5-6. – 25t p.
3. *Shvets' V. Ye.* Metod standartyzatsiyi pokaznykiv v analizi investytsiyanoi pryvablyvosti rehoniv : naukovyy zhurnal Finansy Ukrayiny NO 5 / V. Ye. Shvets'. – 1998.
4. *Maslyayeva O. O.* Efektyvna ekonomika, ekonomichna sutnist' kategoriyi «konkurentospromozhnist'» : definitysiya ta systematyzatsiya / Elektronne naukovye fakhove vydannya. – Dniipro, 2011.
5. *H. L. Azoev, A. P. Chelenkov* Konkurentnye preymushchestva firmy: knyha / H. L. Azoev, A. P. Chelenkov. – Moscow : typhofayya «Novosty», 2001. – 252 p.
6. *Kredisov V. A.* Pidpryyemnytstvo – vyrishal'nyy faktor rozvytku krayin z perekhidnoyu ekonomikoyu: monohrafiya / V. A. Kredisov. – Kyiv : Znannya Ukrayiny, 2003. – 327 p.
7. Doslidzhennya sutnosti konkurentospromozhnosti pidpryyemstva yak ekonomichnoyi katehoriyi: naukova stattya / *Konashchuk V. L., Halizdra Ye.* – Zaporizhzhya, 2012. – 8 p.

8. *Styvenson V. Dzh.* Upravlenye proyzvodstvom / *V. Dzh. Styvenson*: [per. s anhl. pod obshch. red. *Yu. V. Shlenova*]. – Mocsow : OOO «Yzdateľ'stvo «Laboratoryya Bazovykh Znanyy», ZAO «Yzdateľ'stvo BYNOM», 1998. – 928 p.
9. *Marketynh*: knyha / *H. L. Bahyev, V. M. Tarasevych, Kh. Ann.* – Moscow: Yzdateľ'stvo «Ekonomyka», 2001.–718 p.
10. *Konkurentsyya. Teoryya u praktyka*: knyha/ *A. Yu. Yudanov.* – Moskva: yzdateľ'stvo «Hnom y D», 2001.– 304 p.
11. *Hayduk V. A.* Konkurentozdatnist' v umovakh suchasnoho rynku / *V.A.Hayduk* / *Ekonomika ta derzhava.* – 2007. – NO 2. – P. 16-17.
12. *Otsinka konkurentospromozhnosti innovatsiyanoi produktsiyi: ponyattya ta metody*: naukova statyya / *K. V. P'yatydvema, M. N. Kapinos.* – Kharkiv, 2013. – 8 p.
13. *Teoretychni zasady otsinyuvannya konkurentospromozhnosti*: naukova statyya / *P. V. Brin', V. V. Chorna.* – Kharkiv, 2013. – 7 s..
14. *Prymak T. O. Marketynh* : navch. posibn. / *T. O. Prymak* – Kyiv : MAUP, 2004. – 228 p.
15. *Kompleksnyy metod otsinky konkurentospromozhnosti produktsiyi* : naukova statyya / *O. P. Kavtysh.* – Kyiv, 2014. – 5 p.

Надійшла (received) 24.11.2016

*Бібліографічні описи / Библиографические описания / Bibliographic descriptions*

**Методи оцінки конкурентоспроможності продукції машинобудівних підприємств / П. В. Бринь, В. В. Кравченко // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства. – X. : НТУ «ХПІ», 2016. – № 43 (1215). – С.16-22. – Бібліогр. 15 назв. – ISSN 2304-621X.**

**Методы оценки конкурентоспособности продукции машиностроительных предприятий / П. В. Бринь, В. В. Кравченко // Вестник НТУ «ХПИ». Серія: Актуальные проблемы управления и финансово-хозяйственной деятельности предприятия. – X. : НТУ «ХПИ», 2016. – № 43 (1215). С. 16-22. – Библиогр. 15 назв. – ISSN 2304-621X.**

**Methods for assessing the competitiveness of machine-building enterprises production / P. V. Brin, V. V. Kravchenko // Bulletin of NTU "KhPI". Series: Actual problems of management and financially-economic activity of enterprise. – Kharkiv : NTU "KhPI", 2016.– NO 43 (1215). – P. 16-22. – Bibliogr.: 15. – ISSN 2304-621X.**

*Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors*

**Бринь Павло Володимирович** – доцент кафедри менеджменту та оподаткування, кандидат економічних наук, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»; тел.: (067) 573-75-98; e-mail: pavelbrin@ukr.net.

**Бринь Павел Владимирович** – доцент кафедри менеджменту та оподаткування, кандидат економічних наук, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»; тел.: (067) 573-75-98; e-mail: pavelbrin@ukr.net.

**Brin Pavlo Vladimirovich** – Associate Professor at the Department of Management and Taxation, Candidate of Economic Sciences, National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute»; tel.: (067) 573-75-98; e-mail: pavelbrin@ukr.net.

**Кравченко Валерія Володимирівна** – магістрант кафедри менеджменту та оподаткування, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»; тел.: (099) 400-81-13; e-mail: lerakravchenk@gmail.com.

**Кравченко Валерия Владимировна** – магістрант кафедри менеджменту та оподаткування, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»; тел.: (099) 400-81-13; e-mail: lerakravchenk@gmail.com.

**Kravchenko Valeriia Vladimirovna** – master student at the Department Management and Taxation, National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute»; tel.: (099) 400-81-13; e-mail: lerakravchenk@gmail.com