

СТРАТЕГІЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУДНОБУДУВАННЯ

Визначено стратегію підвищення конкурентоспроможності та показати за яким типом конкурентної стратегії доцільніше діяти на глобальному ринку суднобудування. Обґрунтовано детермінанти конкурентних переваг суднобудування.

Определена стратегия повышения конкурентоспособности и показать за каким типом конкурентной стратегии более целесообразно действовать на глобальном рынке судостроения. Обоснованы детерминанты конкурентных преимуществ судостроения.

Strategy of increase of competitiveness is certain and to show after what type of competition strategy more expediently to operate at the global market of shipbuilding. The determinants of competitive edges of shipbuilding are grounded.

Постановка проблеми. Суттєвою мірою на формування конкурентних переваг суднобудівної галузі впливає інфраструктура, до якої відноситься транспортна система країни, інформаційно–комунікаційні можливості, розвиток освіти і культури, охорона здоров'я, соціальні умови життєзабезпечення, економічний стан доквілля.

Це, так би мовити, загальні факторні умови, які створюють в країні сприятливий клімат для отримання конкурентних переваг влюбій галузі. Але якщо мова заходить про якусь конкретну галузь виникає потреба більш глибокої селекції факторних умов. Такий поділ збагачує уявлення щодо їх ролі в отриманні конкурентних переваг не лише в загальноекономічному розумінні, а й відносно конкретної галузі, надаючи інформацію щодо оцінки конкурентних умов в країні і доцільності застосування відповідної конкурентної стратегії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Підходи до класифікації конкурентних переваг і конкурентних стратегій підприємства, рекомендації щодо відбору адекватних конкретним ринковим умовам різновидів конкурентних стратегій тощо, висвітлюються у працях багатьох зарубіжних і вітчизняних вчених: І.Ансоффа, Г.Л.Азоева, Л.В.Балабанової, С.М.Бондаренко, А.Е.Воронкової, В.Г.Герасимчука, О.А.Горбашко, І.М.Герчикової, А.П.Градова, В.Л.Диканя, Ю.Б.Іванова, Ф.Котлера, В.Ф.Оберемчук, М.Портера, Ю.Б.Рубіна, А.Томпсона, Р.Уотермена, Р.А.Фатхутдінова, А.Ю.Юданова та ін.

Постановка завдання:

– визначити стратегію підвищення конкурентоспроможності та показати за яким типом конкурентної стратегії доцільніше діяти на глобальному ринку суднобудування;

– обґрунтувати детермінанти конкурентних переваг суднобудування.

Виклад основного матеріалу.

Основні фактори це, так би мовити, природна даність, яку отримує країна завдяки своєму географічному положенню, кліматичним умовам, природним ресурсам. Але в умовах глобальної економіки і конкуренції з її можливостями вільного пересування виробництва, капіталів, трудових ресурсів основні фактори поступово втрачають свою роль у створенні конкурентних переваг. Виключення складають лише галузі добувної промисловості, які базуються на природних копалинах, сільське господарство, що експлуатує земельні ресурси і кліматичні умови та будівництво, де вимоги до технологічних навичок робітників досить обмежені.

Інша справа, розвинені фактори, які в значній мірі є продуктом розвитку суспільства. Їх утворення вимагає досить тривалого часу, значних трудових зусиль і капітальних вкладень суспільства. Сучасна інфраструктура – транспорт, зв'язок, обмін інформацією, науково-дослідні інститути, університети, фахівці з вищою освітою складають основу розвинених факторів. Їх досить важко придбати на ринку. Часткове виключення складає "імпорт умів", але стратегія фірми, її базування мають спиратися перш за все на національні умови щодо наявності розвинених факторів.

Ще один принцип поділу факторів – за ступенем спеціалізації – дозволяє виділити найбільш вагомий і довготерміновий основу отримання конкурентних переваг, наявність якої в країні базування особливо важливо для наукоємних і високотехнологічних галузей і виробництв. Якщо загальні фактори, а ними можуть бути залізничні колії, автомобільні шляхи, інформаційна інфраструктура, банківська і освітня системи та інші, використовуються в широкому спектрі галузей, то спеціалізовані фактори мають більш конкретне профільне призначення. Для виконання або обслуговування складних видів діяльності і отримання найбільш ефективних і стійких видів конкурентних переваг потрібні, як правило, науковці і персонал з високою спеціалізацією, інфраструктура спеціалізованого призначення, інформаційні бази даних з окремих галузей знань, науково-дослідні центри вузькогалузевого профілю.

З позиції регулювання конкурентних можливостей українського суднобудування не можна не враховувати багаторічний досвід створення і розвитку в Україні спеціалізованих факторів цього профілю – Національного університету кораблебудування ім. адмірала Макарова (м. Миколаїв), його Херсонського філіалу, Науково-дослідного центру кораблебудування МОНУ и НУК, конструкторських відділів на суднобудівних і судноремонтних підприємствах.

В адміністративно-плановій системі господарювання домінантою економічного розвитку було зростання обсягів виробництва. В ринкових умовах основним регулюючим індикатором розвитку стає попит на продукцію галузі. Він визначає доцільність і перспективи розвитку галузі, стаючи, так би мовити, критеріальною ознакою можливостей галузі в отриманні національних конкурентних переваг (другий детермінант).

Саме через попит галузь може розраховувати на зростання виробництва і отримання ефекту масштабу, а також на швидкість впровадження інновацій. Якісний стан попиту найбільш повно визначається через такі риси, як структура, обсяг та характер зростання, а також можливість впливу внутрішнього попиту та його переваг на закордонні ринки. Тобто якісний бік попиту найбільш важливий для отримання конкурентних переваг.

Конкурентні переваги виникають вже від того, що попит внутрішнього ринку дозволяє місцевим фірмам швидше визначатися з уподобаннями покупців ніж їх іноземним конкурентам. Крім того через тиск покупців фірми вимушені інноваційно вдосконалювати виробництво, отримуючи таким чином конкурентні переваги більш високого рівня.

Зазвичай структура внутрішнього попиту досліджується за трьома критеріями, які відіграють важливу роль в отриманні національних конкурентних переваг, а саме: якою є сегментна структура ринку; наскільки вимогливі і перебірливі покупці; за допомогою яких механізмів переваги внутрішнього ринку можуть передаватися на зовнішні ринки.

Україні, через складні процеси ринкової трансформації, які негативно назначалися на діяльності суднобудівної галузі, необхідно якомога швидше визначатися з тими сегментами, де найбільш гостро постає питання забезпечення власних потреб в судах тих чи інших типів і класів. Відповідно до вже існуючих державних програм розвитку суднобудування найбільш актуальними сегментами національного ринку, нам вважається, можуть стати будівництво суден рибпромислового флоту, морського та річкового транспорту, а також військових кораблів. Останній сегмент ще донедавна був одним із профільних напрямів українського суднобудування. Враховуючи, що довжина прибережної смуги України дорівнює біля 3000 км відновлення платоспроможного попиту на військові кораблі стримується лише дефіцитом державного бюджету.

Суттєвим поштовхом для отримання національних конкурентних переваг може стати вимогливість покупців до економічних, якісних і споживчих властивостей продукції галузі. Якщо покупці досить розбірливі у своїх уподобаннях до продукції, а фірма або галузь уважно ставиться до високих запитів споживачів, це створює сприятливі умови для налагодження взаємного порозуміння щодо задоволення попиту на продукцію фірми. Зростає якість продукції, її суспільне визначення, національний імідж фірми-виробника, а відповідно і її конкурентоспроможність.

Надзвичайно щільна міжнародна конкуренція, що склалася в галузі суднобудування, ставить особливо жорсткі умови перед вітчизняними корабелями щодо якості суден і їх конкурентоспроможності, оскільки у покупця існує можливість віддати перевагу конкурентам з-за кордону. Тому ця особливість споживчого попиту, як детермінанти конкурентних переваг, завжди має бути в центрі уваги галузі при дослідженні ринку.

Природа попиту досить складна. Вона залежить від національних традицій, науково-технічного, економічного і культурного рівня суспільства, особистих вимог окремих споживачів, їх фінансових можливостей (платоспроможного попиту), а також від рівня глобальної конкуренції, де переваги окремих виробників швидко стають відомими і доступними широкому колу споживачів з різних країн.

Така залежність робить категорію попиту дуже динамічною і впливовою. З одного боку, вона активізує виробника до інноваційного вдосконалення продукції, покращення її споживчих і економічних характеристик. З іншого, - конкурентні переваги виробника можуть суттєво впливати на формування якісних і кількісних характеристик попиту через зміну культурних і естетичних смаків споживача, його вимог до науково-технічного рівня продукції, перегляд традиційних уявлень щодо ролі продукції, товарів і послуг в розвитку особистості і суспільства в цілому.

Профільним сегментом українського суднобудування традиційно були військові кораблі. Але попит на продукцію цього сегменту ринку формувався в межах колишнього СРСР, де значну частку замовлень займали великі кораблі – ракетні і авіаносці крейсери (відомий "Варяг"). В умовах незалежності національні потреби скоріше за все будуть задовольнятися кораблями меншого класу, розрахованими на охорону власних кордонів, а не на дії в межах світового океану.

Проте національні конкурентні переваги суднобудівної галузі можуть значно розширити попит на інші класи суден за рахунок експортних замовлень, зокрема з Росії. На цьому прикладі ми хотіли б звернути увагу на те, що для глобальної галузі, якою є суднобудування, не можна однозначно стверджувати, що конкурентні переваги є функцією виключно масштабів попиту на внутрішньому ринку. Обмежений попит в свою чергу може стимулювати галузь до більш активного освоєння зовнішнього ринку через експорт своєї продукції. У такій ситуації, зокрема, опинилося українське суднобудування, коли в процесі ринкових реформ були втрачені внутрішні замовлення, інвестиції і обігові кошти підприємств. Через це на сьогодні більшу частину суднобудівної продукції Україна виробляє для іноземних замовників з Норвегії, Голландії, Германії і Болгарії.

Підтримуючи загальний погляд на те, що великий внутрішній ринок сприяє отриманню національних конкурентних переваг, ми вважаємо, що обмежений попит також може спонукати глобальні галузі ширше використовувати експортні можливості, отримуючи таким чином,

конкурентні переваги від присутності на світовому ринку. Підсилюючими рисами такої стратегії можуть стати національні ("домашні") факторні умови – основні, розвинені і особливо спеціалізовані фактори виробництва, про що йшлося вище.

Одним з найважливіших детермінантів конкурентних переваг для суднобудування є споріднені та підтримуючі галузі і підприємства. Як відомо, генератором швидкого економічного зростання розвинених країн в середині минулого століття стало автомобілебудування. П.Друкер, наприклад, стверджує, що "автомобілебудування створює вісім додаткових робочих місць – на будівництві і обслуговуванні доріг, на заправних станціях і станціях техобслуговування, в автосалонах і т.п. – на одного робітника автомобільного заводу [3, с. 30].

За специфікою виробничого процесу суднобудування також істотно пов'язано з багатьма галузями – виробниками чорних і кольорових металів, виробів з дерева, лакофарбової продукції і полімерних матеріалів, кабельної продукції і освітлювальної апаратури, судових двигунів, електрообладнання, навігаційної апаратури та ін.. До того ж судна потребують періодичного ремонту і технічного обслуговування.

Таким чином, розвиток суднобудування це вулиця з двобічним рухом. З одного боку, наявність споріднених та підтримуючих галузей і виробництв створює кращі конкурентні умови для суднобудування. З іншого, – розвиток суднобудування стимулює виробничу активність у споріднених і підтримуючих галузях, розв'язує соціальну проблему зайнятості.

Проте для отримання конкурентних переваг недостатньо лише мати в країні споріднені та підтримуючі галузі. Конкурентоспроможність суднобудування починається ще на підприємствах – постачальниках матеріалів, напівфабрикатів, судового навігаційного обладнання, тобто значною мірою залежить від конкурентоспроможності їхньої продукції.

Для України це дуже болюче питання, бо саме через недостатню конкурентоспроможність вітчизняних підприємств створювати конкурентоспроможну продукцію для потреб корабелів, українські суднобудівники виготовляють переважно "плаваючі напівфабрикати", тобто корпуси суден, які потім добудовуються і до оснащуються на закордонних верфях.

Наявність в країні базування конкурентоспроможних споріднених підприємств, які приймають участь у формуванні ланцюжків з нарощування вартості кінцевої продукції значно підвищує конкурентні позиції базової галузі (підприємства), оскільки дає можливість плідно взаємодіяти у сфері розвитку технології і виробництва, проведенні маркетингових досліджень і сервісного обслуговування, виходу на світовий ринок.

Верф – це по-суті суднобудівний конвеєр з послідовного нарощування вартості кінцевої продукції – тобто судна. Умовно цей процес можна позначити схемою, яка наведена на рис 2.3. Важливо щоб

виробничий процес ніде не розривався, тоді галузь зможе отримати максимальну частку доданої вартості, яка закладена в ціні судна, що відповідно буде сприяти зростанню конкурентних переваг.

Четвертий детермінант в отриманні конкурентних переваг, за М.Портером, це стратегія галузі. Причому мова не йде, якою має бути стратегія. Він наголошує на тому, щоб стратегія у галузі була, оскільки без неї галузь як суб'єкт міжнародної конкуренції не зможе вести успішну діяльність на зовнішньому ринку. Тобто стратегія, це, так би мовити, комплекс теоретичних поглядів і практичних заходів з досягнення бажаної мети. В нашому випадку – зайняти вагоме місце в системі міжнародного суднобудування за рахунок отримання конкурентних переваг.

Вважається, що не існує якоїсь однієї, або навіть декількох загально визнаних стратегій конкурентної поведінки, які можна рекомендувати як найбільш ефективні. Цей висновок спирається на практичний досвід. Кожна країна, фірма або галузь розробляють власну стратегію, аналізуючи внутрішній і глобальний ринок, оцінюючи можливі джерела отримання конкурентних переваг та наявність перешкод на цьому шляху.

Результати аналізу мають визначити ключові фактори, на які може спиратися галузь проводячи стратегію підвищення конкурентоспроможності та показати за яким типом конкурентної стратегії доцільніше діяти на глобальному ринку. Аналітична інформація слугуватиме також практичним підґрунтям для розробки механізмів реалізації конкурентної стратегії в отриманні конкурентних переваг і мінімізації можливих перешкод у здійсненні глобальності конкуренції.

Але з конкурентними перевагами не все так однозначно. Погляди окремих вчених щодо конкурентних переваг дещо різняться. Так, М.Портер, у своїй фундаментальній роботі "Міжнародна конкуренція" виділяє два види конкурентних переваг – низькі витрати і диференціація товарів [5, с. 55]. В.С.Пономаренко і Л.І.Піддубна висвітлюючи теоретичні, організаційно-методологічні та науково-методичні засади управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства звертають увагу на більш широке коло конкурентних переваг, диференціюючи їх за галузями.

Так, для галузей первинного сектору економіки – сільське господарство, добувна промисловість, електроенергетика, металургія, базова хімія, будматеріали і харчова промисловість – домінуючим типом конкурентних переваг вони вважають ресурсні переваги. Результатом їх реалізації буде мінімізація витрат. Для галузей другої групи світової економіки – машинобудування – на їх думку властиві технологічні переваги. Для третьої групи галузей – електроніка, інформаційно-комп'ютерні технології, фармацевтична промисловість, аерокосмічна промисловість, продукція військово-технічного призначення, для яких характерним є високий рівень використання інтелектуальних та інформаційних ресурсів і високі витрати на НДДКР, перевагою вони

вважають високий рівень інноваційно-технологічного та інноваційно-інституціонального розвитку [7, с. 198].

Хоча всі ці переваги в кінцевому випадку зводяться до мінімізації витрат ми вважаємо таку селекцію переваг по галузях дещо загальною і не зовсім виправданою. В сучасних умовах економічного розвитку, коли знання стають продуктивною силою, стратегія інноваційності має охоплювати всі галузі, надаючи їм переваги і в мінімізації витрат і в диференціації продукції. Причому спектр інноваційного розвитку не повинен обмежуватися лише технологічною складовою, а охоплювати всі п'ять типів інновацій, які виділяє Й.Шумпетер, а саме: створення нових товарів; впровадження нових методів виробництва; створення нових ринків збуту; доступ до нових джерел сировини та напівфабрикатів; зміна в структурі й організації управління (реорганізація) [8, с. 22].

Суднобудування, як галузь машинобудування, домагаючись підвищення конкурентоспроможності через мінімізацію витрат і диференціацію продукції, має використовувати поряд з технологічними перевагами, ресурсні переваги, інноваційно-технологічні і інноваційно-інституціональні, які можна розглядати як фактори або механізми підвищення конкурентоспроможності.

Висновки. Отже, поряд з чотирма детермінантами помітне місце може зайняти випадок, відкриття, технологічні зміни, а також дії Уряду щодо регулювання кредитної, фіскальної, інвестиційної і інноваційної політики. Останні події з розвитком кризових явищ, епідемією грипу, а також урядові рішення щодо реалізації антикризових заходів ще раз підтверджують роль випадку і дій Уряду в конкуренції, а також науково-практичну цінність теорії детермінантів, висунуту М.Портером. Їх використання як методологічної бази регулювання конкурентних можливостей галузі на глобальному ринку може значно посилити теоретично підґрунтя розробки стратегії забезпечення конкурентних переваг та наукову обґрунтованість механізмів і заходів її реалізації.

Використані джерела інформації:

1. Друкер, Пітер Ф. Епоха розрива: орієнтири для нашого м'яючогося общества: Пер с англ. – М.: ООО "Н.Д.Вильямс", 2007. – 336 с.
2. Портер М. Международная конкуренция: Пер. с англ. / Под ред. И с предисловием В.Д. Щетинина. – М.: Междунар. Отношения, 1993. – 896 с.
3. Пономаренко В.С., Піддубна Л.І. Управління міжнародного конкурентоспроможністю підприємства: Підручник. – Х.: ВД "ИНЖЕК", 2008, – 328 с.
4. Руководство по сбору и обработке данных в области технологических инноваций // Oslo manual. OECD (Организация по экономическому сотрудничеству и развитию). – Париж, 1992. – 172 с.

Рецензент: Корецький М.Х., д.держ.упр., професор.