

УДК 005.332.4[334.722](075.8)

Ольга Джур

Olga Dzhur

**КОНКУРЕНТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВ КОСМІЧНОЇ ГАЛУЗІ:
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ****COMPETITION POTENTIAL OF ENTERPRISES OF SPACE INDUSTRY:
THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ASPECT**

В статті розкрито трансформацію уявлень про потенціал підприємства, його різновиди та змістовне наповнення залежно від потреб управління. Представлено авторську розробку по формуванню концепції та моделі конкурентного потенціалу підприємств космічної галузі, сформульовано специфічні принципи його побудови, що можуть бути використані як для цілей внутрішнього управління, так і для формування заходів ефективної державної політики та управління.

Ключові слова: концепція конкурентного потенціалу, модель конкурентного потенціалу, специфічні принципи побудови конкурентного потенціалу.

В статье раскрыта трансформация представлений о потенциале предприятия, его разновидностях и содержательное наполнение в зависимости от потребностей управления. Представлена авторская разработка по формированию концепции и модели конкурентного потенциала предприятий космической отрасли, сформулированы специфические принципы его построения, которые могут быть использованы как для целей внутреннего управления, так и для формирования мероприятий эффективной государственной политики и управления.

Ключевые слова: концепция конкурентного потенциала, модель конкурентного потенциала, специфические принципы построения конкурентного потенциала.

In the article the transformation of ideas about enterprise potential, its kinds and conceptual filling depending on the necessities of management is disclosed. The author's development of forming of the conception and model of competition potential of space industry enterprises is presented, specific principles of its construction, which can be used both for the aims of internal management and for formation of measures of effective public policy and management, are formulated.

Keywords: conception of competition potential, model of competition potential, specific principles of construction of competition potential.

Постановка проблеми. В ХХІ ст. Україна продовжує свій шлях розвитку у напрямку побудови сильної та сучасної європейської демократичної держави з потужною економікою для забезпечення гідного життя кожного громадянина. Цей стратегічний напрямок керівні органи держави закріпили в різних нормативних актах України, таких як Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004–2015 рр.) «Шляхом європейської інтеграції», Державна цільова економічна програма «Стратегія розвитку інноваційної інфраструктури України на 2009–2013 рр.», Програма економічних реформ на 2010–2014 роки «Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава» [1]. Особливі сподівання суспільство покладає на космічну галузь України, що має потужний науковий і виробничий потенціал (понад 59 підприємств аерокосмічної галузі) і входить до п'ятірки провідних країн на ринку космічних послуг і технологій. Незважаючи на структурні дисбаланси в економіці, що відбулися на перехідному етапі розвитку економічної системи країни, в Україні розвивається конкурентоспроможна космічна галузь, яка за останні три роки виготовила та реалізувала продукції на суму більш як 9,5 млрд. гривень. При цьому 62 % загального обсягу виробництва становить ракетно-космічна продукція. Експортовано продукції на 6 млрд. гривень, що становить 60 % загального обсягу виробництва. Отже, ракетно-космічна продукція підприємств космічної галузі має переважно зовнішній попит. При цьому уряд планує збільшення не менш як у 1,5 рази обсягу виробництва ракетно-космічної техніки. Це свідчить про необхідність виявлення шляхів збільшення експортного потенціалу підприємств космічної галузі в умовах жорсткої політичної та економічної конкуренції.

Якщо раніше в космічній сфері переважали геополітичні інтереси, за якими приховувалося наукове і технологічне застосування, то в теперішній час на перше місце виходить принцип підпоряд-

кованості космічної політики загальнонаціональним економічним інтересам і зміцненню позицій на ринку космічних послуг, оборот якого сягає 250 млрд. дол. США (більше половини з яких – приватний капітал).

Оскільки конкуренція розглядається як джерело розвитку (еволюції) соціально-економічних систем, то науково-практичного та методологічного змісту набуває питання формування категорії конкурентного потенціалу високотехнологічних підприємств космічної галузі, його оцінки для цілей керування підприємством з метою ефективної діяльності та задоволення потреб суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні теоретичні та методологічні аспекти категорії «потенціал» були активно досліджені наприкінці 1970-х, на початку 1980-х років. Своє концептуальне висвітлення та наповнення ця категорія та її різновиди знайшли в подальших розробках як вітчизняних, так і зарубіжних вчених. Руйнування колишнього СРСР, трансформація економік колишніх радянських республік підсилили конкурентні відношення як на макро, так і на мікрорівні. Це обумовило появу, розвиток та дослідження такої синтетичної категорії, як «конкурентний потенціал», що знайшла своє відображення в працях Арєнкова І. А. [2], Беляєвського І. К. [3], Гаврилова М. А. [2], Галушко Д. В. [4], Длі М. І. [5], Должанського І. З. [6], Єрохіна Д. В. [4], Загорної Т. О. [6], Нямецьук Г. В. [7], Паршиної О. А. [8], Попової Є. В. [9], Саліхова Я. Ю. [2], Тарана В. А. [10], Фасхієва Х. А. [9], Фомченкової Л. В. [5], Чернишової О. М. [8], Удалих О. О. [6] та інших.

Постановка завдання. Мета статті полягає в аналізі та визначенні концепції конкурентного потенціалу підприємства космічної галузі, його складових та специфічних принципів формування. Для досягнення мети використовувалися загальнонаукові методи дослідження (діалектичний метод пізнання, наукова індукція та дедукція, системний метод, метод порівняння і синтезу), метод абстракції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні економічне зростання більшості країн світу визначають високотехнологічні виробництва, товари та послуги, що можуть запропонувати суспільствам новий, якісний рівень задоволення потреб населення, девізом функціонування і розвитку яких є «гармонія в цілому: в людині, суспільстві та у відношенні з навколишнім середовищем».

Міжнародні експерти підкреслюють, що Україна має дуже довгу історію дослідження космосу і високотехнічний кластер космічних технологій. Саме тому Європа зацікавлена у розвитку співпраці з Україною в космічній сфері. При цьому, насамперед, космічний потенціал України може бути задіяний у таких масштабних європейських проєктах, як GMES (супутниковий моніторинг), Galileo (навігація) і для участі у створенні європейського ракетного проєкту «Вега», у якому використовується рідинний ракетний двигун української розробки і виробництва. Саме тому Європейський Союз виділив 1,45 млн. євро на гармонізацію та імплементацію українського законодавства і технічних регламентів у галузі супутникової навігації та дистанційного зондування Землі до європейських норм [11]. Ці дані лише підкреслюють важливість та пріоритетність розвитку космічних технологій для стабільних умов життєдіяльності світової спільноти.

Вирішення завдання ефективного функціонування бізнесу в сучасній науковій думці пов'язується із використанням потенціалу підприємства. Незважаючи на різноманітність думок щодо структури та наповнення цієї категорії, особлива увага приділяється можливості максимального використання тих її складових, які забезпечують особливу цінність на ринку як для окремих індивідумів, так і для всього суспільства.

Максимізація показників рівня конкурентоспроможності потенціалу високотехнологічного підприємства космічної галузі повинна бути пріоритетом державної політики управління. Це передбачає, що процес розвитку конкурентоспроможного потенціалу високотехнологічного підприємства виступає як багатофункціональна система, що синтезує в своїй структурі фундаментальні принципи стратегічного планування, прогнозування та організації. Отже, вирішення поставленого завдання потребує розкриття сутності поняття «потенціал» та його видів, визначення діалектичного розвитку категорії «конкурентний потенціал» та її наповнення.

Словник Ожегова визначає потенціал як «фізичну величину, що характеризує силове поле в даній точці»; або «ступінь потужності в будь-якому відношенні, сукупність будь-яких засобів, можливостей» [12]. Глумачний словник [13] надає визначення потенціалу як: 1) величини, що характеризує запас енергії тіла, яка знаходиться в даній точці поля; 2) сукупності всіх можливостей, засобів, що є в будь-якій галузі, сфері.

Ключовими словами, що формують визначення потенціалу в толкових словниках, є сила, ступінь потужності, сукупність засобів, можливостей, запасів.

В наукових роботах застосовують достатньо широкий клас потенціалів, а саме: народногосподарський потенціал, економічний потенціал, оборонний потенціал, інтелектуальний потенціал, кадровий потенціал, виробничий потенціал, будівельний потенціал, сільськогосподарський потенціал, потенціал інфраструктури, інформаційний потенціал, організаційний потенціал, потенціал соціального розвитку, потенціал виробничих сил та виробничих відношень тощо.

В науковій літературі наявна достатня кількість трактувань категорії потенціалу підприємства та його різновидів.

За визначенням колективу авторів [6, с. 13], «потенціал підприємства являє собою реальну або ймовірну здатність виконувати цілеспрямовану роботу» та для цілей аналізу він розподілений на базовий, прихований, збитковий та пересічний потенціал.

Велика кількість досліджень присвячена дослідженню економічного потенціалу (ЕП) підприємства. З одного боку, його розглядають як сукупність ресурсів господарюючого суб'єкта (ресурсний напрям). У цьому випадку оцінювання ЕП зводиться до визначення вартості доступних ресурсів (активів). З другого боку, це здатність господарюючого суб'єкта освоювати та переробляти ресурси, які є в його розпорядженні, для задоволення суспільних потреб (результативний напрям). При цьому оцінювання величини ЕП зводиться до оцінювання максимальної кількості благ, яку господарюючий суб'єкт здатен виробити при даній кількості, якості та побудові ресурсів.

Для дослідження підприємств космічної галузі при здійсненні міжнародного науково-технічного співробітництва Нямецук Г. В. [7] пропонує використовувати поняття економічного потенціалу підприємства (та його фрактальну модель), що для цілей управління поділяється на інтелектуально-інвестиційний, фінансовий потенціал, інвестиційно-інноваційний потенціал, інвестиційно-управлінський потенціал, експортний потенціал; а також вводить поняття вектора високотехнологічності. При цьому автор підкреслює, що таке розподілення ЕП повинне забезпечувати стає функціонування підприємств галузі, конкурентоспроможність їх продукції на світовому ринку космічних технологій.

Вивчення наукової літератури дозволило зробити висновок, що поява терміна «конкурентний потенціал підприємства» та його змістовне ототожнення з економічним або ресурсним потенціалом підприємства обумовлені цільовою установкою на розвиток та конкурентоспроможний успіх всіх ресурсних складових потенціалу. Однак ці терміни не є синонімічними. Різниця між ними полягає у знаходженні організаційних та стратегічних інструментів, що забезпечують безперервний рух усіх ресурсів, визначають перехід на новий якісний рівень для підприємства.

Єрохін Д. В. та Галушко Д. В. у своєму дослідженні [4] підкреслюють, що «конкурентний потенціал промислового підприємства може бути визначений як частина загального потенціалу, що забезпечує досягнення конкурентних переваг компанії в умовах внутрішньофірмових трансформацій і впливу зовнішніх ринкових сил.

Так, Арєнков І. А., Саліхова Я. Ю., Гаврилова М. А. до складу конкурентного потенціалу відносять сукупність ресурсного, маркетингового, інноваційного, творчого потенціалу, що розглянуті в системі внутрішніх та зовнішніх можливостей підприємства [2].

Паршина О. А. та Чернишова О. М. використовують поняття конкурентоспроможного потенціалу, під яким розуміють «ресурси підприємства та джерела їх поповнення, зв'язки підприємства, обладнання, технології, які можуть бути активізовані щодо виготовлення конкурентоспроможної продукції» [8].

Фомченкова Л. В. та Длі М. І у своїй праці [5] виділяють «дві складові конкурентного потенціалу: алокаційну, або внутрішній конкурентний потенціал, та адаптаційну, або зовнішній конкурентний потенціал». Конкурентоспроможність промислового підприємства забезпечується на рівні реалізації трьох рівнів зв'язків та відношень конкурентного потенціалу (ресурсного, резервного рівнів та рівня розвитку) із потенціалом ринку, під яким розуміється прогнозна сукупність виробничих та споживчих сил, що обумовлюють попит і пропозицію, та потенціалами інших підприємств, що беруть участь у виробничо-господарській діяльності.

Науковці, що мають практичний досвід створення та впровадження системи оцінювання конкурентоспроможності промислових підприємств, Фасх'єв Х. А. та Попова Є. В. під конкурентним потенціалом розуміють «як реальну, так і потенційну здатність компанії розробляти, виготовляти, збувати та обслуговувати в конкретних сегментах ринку конкурентоздатні вироби, тобто товари, що випереджають по якісно-цінових параметрах аналоги, та ті, що користуються більш пріоритетним попитом» [9]. Автори підкреслюють необхідність підняття потенціалу конкурентоспроможності під-

приємства та відповідно і його підрозділів, до рівня світових виробників у даній галузі. Цей показник буде характеризувати можливість успішної роботи в майбутньому оскільки успіх в поточній діяльності не гарантує світле майбутнє.

Так, Таран В. А. у своїй праці [10] при визначенні показників конкурентоспроможності фірми пропонує використовувати такі види потенціалу: економічний потенціал та ефективність діяльності (активи, основний капітал, власний та позиковий капітал, обсяг продажів, частка на ринку, прибуток); виробничий та збутовий потенціали, які вказують на можливість фірми виробляти та реалізовувати ту чи іншу продукцію у потрібній кількості в необхідні строки (наявність сировинної бази, виробничі та збутові потужності, обсяг та напрямки капіталовкладень, що визначають виробничу політику, тощо); науково-дослідницький потенціал (організація та напрями наукових досліджень, щорічні витрати на НДВКР, кількість патентів на винаходи, галузь патентознавства, оцінка можливості заняття фірмою монопольного становища у будь-якій галузі техніки тощо).

Беляєвський І. К. визначає конкурентоспроможність організації через її потенціал [3]. Елементи, що становлять потенціал організації, згруповані у дев'ять блоків:

1. Виробничий і торговельно-збутовий потенціал – характеризується виробничою потужністю підприємства або обсягом товарів, що продаються торговим підприємством.

2. Фінансово-кредитний потенціал – характеризується часткою власного і позикового капіталу, кредитними можливостями, ліквідністю, швидкістю обігу капіталу.

3. Імідж фірми – оцінюється через ставлення покупців до марки і товарів підприємства, міру довіри до якості товарів і рівня обслуговування.

4. Товарні ресурси і якість товарів – характеризуються через обсяг і асортимент товарів, рівень товарних запасів, якість товару, рівень сервісу, ефективність розподільної мережі, середню тривалість життєвого циклу товарів.

5. Науково-технічний потенціал (ноу-хау) – оцінюється через розмір витрат на НДДКР, їх частку в загальній вартості товару, термін розробок.

6. Інвестиційний потенціал – характеризується рівнем розробки нових товарів на підприємстві, часом проектування нових товарів.

7. Трудові ресурси – характеризуються через ефективність праці.

8. Управлінський та інформаційно-аналітичний потенціал.

9. Бенч-маркетинг. Основний його зміст зводиться до аналізу (чи прогнозу) переваги над конкурентом. При цьому можуть виконуватися дії, пов'язані зі зниженням витрат, зміцненням конкурентної позиції, підвищенням міри задоволеності покупців та ін.

Проаналізований науково-практичний досвід функціонування підприємств космічної галузі, формування та оцінки конкурентного потенціалу дозволив автору визначити конкурентний потенціал підприємств космічної галузі як відображення сили підприємства – цілісної організаційно-економічної системи, що гарантує перемогу персоналу підприємства в здійсненні своєї місії та цілей та забезпечує дієву активність всіх складових ресурсів. Рушієм розвитку конкурентного потенціалу є творчі процеси, що відбуваються на різних рівнях ієрархії підприємств, відображені в праці всіх категорій персоналу. Ознакою ефективності конкурентного потенціалу слід вважати можливість зміни правил гри на ринку даної продукції та послуг. Для цілей управління запропоновано розглядати конкурентний потенціал як сукупність виробничо-технологічного, фінансово-економічного, інноваційно-дослідницького, кадрового, територіального, експортного потенціалу.

Характер та склад діяльності підприємств космічної галузі дозволив виділити такі специфічні принципи побудови конкурентного потенціалу підприємства космічної галузі:

- заміна старих уявлень, концепцій про оптимальність складових виробничого процесу виготовлення космічних товарів та послуг;

- визначення нового рівня розуміння потреб індивідуума та суспільства (створення єдиної програми індивідуальної та колективної цінності);

- професійна діяльність на підприємстві космічної галузі – місце реалізації власної програми «Я – людина з великої букви»;

- переважання творчих процесів у реалізації створення конкурентоспроможної продукції та послуг;

- збалансованість внутрішніх та зовнішніх процесів;

- продукція, послуги та технології підприємств космічної галузі – як основа зміни навколишньої реальності (соціальної, економічної, культурної, екологічної тощо);

- необхідність співробітництва з різними контрагентами ринку (конкурентами та неконкурентами, споживачами, замовниками) для досягнення синергетичного ефекту.

Оскільки сфера є геометричною фігурою, що найкращим чином відображає цілісність і збалансованість внутрішніх та зовнішніх процесів, то модель конкурентного потенціалу може бути зображено за допомогою рис. 1.

За своїм змістом конкурентний потенціал повинен забезпечити завершення циклу реалізації створення високотехнологічної продукції та послуг підприємств космічної галузі шляхом гармонійного поєднання виробничо-технологічного, фінансово-економічного, інноваційно-дослідницького, кадрового, територіального, експортного потенціалу на основі концепції синхроністичності К. Г. Юнга, згідно з якою змістовні зв'язки між подіями виступають як доповнення до причинних зв'язків. Ознакою створення конкурентного потенціалу для підприємства є перехід на новий якісний рівень функціонування.



Рис. 1. Графічна модель синхроністичного конкурентного потенціалу
(розроблено автором)

Вищенаведене зображення конкурентного потенціалу дає поштовх для подальшого вивчення розвитку та ефективності діяльності підприємств космічної галузі на основі різних форм об'єднань (асоціацій, корпорацій, консорціумів, концернів, стратегічних альянсів, технопарків тощо, які передбачені законом), що мають національний та міжнародний характер.

Висновки. Розробка та обґрунтування нової економічної категорії «конкурентний потенціал» пов'язана із загостренням конкуренції на світовому космічному ринку. Намагаючись конкурувати окремо або створюючи різні форм об'єднань, світові аерокосмічні виробники використовують ціннісні складові концентрації об'єднаного капіталу та виробництва в економіках різних країн світу, намагаються найкращим чином використати синергетичний ефект окремих виробників товарів та послуг. Ефективне використання всіх складових конкурентного потенціалу у реальному житті аерокосмічних об'єднань показало їх здатність створювати нові товари та послуги, появу нових альтернатив розвитку, зростання обсягів виробництва на душу населення, зростання благополучності громадян, реалізацію їх професійних, кваліфікаційних та творчих здібностей, динамічний розвиток підприємницького та споживчого середовища.

Список використаної літератури

1. Державна програма активізації розвитку економіки на 2013–2014 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.kmu.gov.ua/control/publish/article?art_id=246247059. – Назва з екрана.
2. Конкурентный потенциал предприятия: модель и стратегии развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=3801>. – Название с экрана.
3. Беляевский И. К. Маркетинговые исследования: информация, анализ, прогноз : учебн. пособ. / И. К. Беляевский. – М. : Финансы и статистика, 2008. – 320 с.
4. Ерохин Д. В. Теоретические основы оценки конкурентного потенциала промышленного предприятия / Д. В. Ерохин, Д. В. Галушко // Вестник Брянского государственного технологического университета. – 2006. – № 4 (12). – С. 76–81.
5. Конкурентный потенциал – основа повышения конкурентоспособности промышленного предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.creativeconomy.ru/articles/6879>. – Название с экрана.
6. Управління потенціалом підприємства : навч. посіб. / [І. З. Должанський, Т. О. Загорна, О. О. Удалих та ін.] – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 362 с.
7. Нямешук Г. В. Особливості трансформації економічного потенціалу підприємств космічної галузі України при здійсненні міжнародного науково-технічного співробітництва / Г. В. Нямешук // Вісник Дніпропетровського університету. – 2011. – Т. 19, № 10/2. – С. 63–70. – (Серія : Світове господарство і міжнародні економічні відносини).
8. Теоретичні та прикладні аспекти підвищення конкурентоспроможності підприємств : [кол. монографія] : у 4 т. / [за ред. О. А. Паршиной]. – Дніпропетровськ : Герда, 2013. – Т. 4. – 325 с.
9. Фасхиев Х. А. Как измерить конкурентоспособность предприятия? / Х. А. Фасхиев, Е. В. Попова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003. – № 4. – С. 53–68.
10. Таран В. А. Конкурентоспособность предприятий: проблема современной политики и стратегия в области качества / В. А. Таран // Машиностроитель. – 1998. – № 2. – С. 6–12.
11. Україна і Європейський Союз поглиблюють космічну співпрацю [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.info-kmu.com.ua/2013-10-15-00000am/article/16492499.html>. – Назва з екрана.
12. Потенціал [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ru.wiktionary.org/wiki>. – Назва з екрана.
13. Потенціал [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ozhegov.info/slovar>. – Назва з екрана.

References

1. State economic development revitalization program for 2013–2014 [Internet]. Available from: <http://www.kmu.gov.ua/control/publish/article?art_id=246247059>.
2. Competitive potential of the enterprise: the model and development strategy [Internet]. Available from: <<http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=3801>>.
3. Belyaevsky, I. K. (2008) Marketing Research: Information, analysis, forecast. Moscow: Finansy i statistika, 320 p.
4. Erohin, D. V., Galushko, D. V. (2006) Theoretical basis for assessing the competitive potential of the industrial enterprise. Vestnik Bryanskogo gosudarstvennogo tekhnologicheskogo universiteta, 4 (12). Pp. 76–81.
5. Competitive potential – the basis of industrial competitiveness [Internet]. Available from: <<http://www.creativeconomy.ru/articles/6879>>.
6. Dolzhanskiy, I. Z., Zagorna, T. O., Udalikh, O. O. and others (2006) Office enterprise potential. Kiev: Tsentr navchalnoyi literatury, 362 p.
7. Nyameschuk, G. V. (2011) Features of transforming of the economic potential of space industry in realizing of Ukraine international scientific and technological cooperation. Visnyk Dnipropetrovskoho universytetu, 10/2. Vol. 19. Pp. 63–70.
8. Theoretical and applied aspects of improving of the competitiveness of companies (2013) In: A. A. Parshyna (Ed), 4. Dnepropetrovsk: «Gerda», 325 p.
9. Faskhiev, Kh. A., Popova, Ye. V. (2003) How to measure the competitiveness of the enterprise? Marketing v Rossii i za rubezhom, 4. Pp. 53–68.
10. Taran, V. A. (1998) Competitiveness of enterprises: the problem of modern policy and strategy in the field of quality. Mashynostroytel, 2. Pp. 6–12.
11. Ukraine and the EU deepen space cooperation [Internet]. Available from: <<http://www.info-kmu.com.ua/2013-10-15-00000am/article/16492499.html>>.
12. Potential [Internet]. Available from: <<http://ru.wiktionary.org/wiki>>.
13. Potential [Internet]. Available from: <<http://ozhegov.info/slovar>>.

Відомості про автора

О. Є. Джур, кандидат технічних наук, доцент, Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара.