

Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Наказ Міністерства освіти і науки України від 29.12.2014 № 1528)

Ефективна
ЕКОНОМІКА

Дніпропетровський державний
аграрно-економічний університет



№ 11, 2016 Назад Головна

0 0 0 0 0 0 0 0 0

УДК 65.012.4 (477)

О. І. Драч,

*к. е. н., доцент, докторант кафедри міжнародних економічних відносин,
Хмельницький національний університет*

ПІДХОДИ ТА ФАКТОРИ ДО ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ

O. I. Drach,

*Ph.D., Associate Professor, Doctoral Candidate, of the International
Economic Relations Department, Khmelnytsky National University*

APPROACHES AND FACTORS FOR THE FORMATION OF COMPETITIVE CAPACITY ENGINEERING

У статті визначено основні взаємозв'язки між конкурентоспроможністю підприємства і конкурентоспроможністю галузі, проаналізовано існуючі підходи до визначення дефініції поняття «конкурентоспроможність». Здійснено уточнення трактування поняття «конкурентний потенціал», який визначається наявністю у нього сукупності конкурентних переваг і ступеня їх реалізації в поточній і перспективній діяльності на ринку. Автором уточнене співвідношення понять «чинники виробництва» і «елементи виробничого потенціалу», що дає змогу прийти до єдиної думки з приводу включення тих або інших чинників до складу виробничого потенціалу. Доведено, що тільки врахування стану трудових ресурсів, основних і оборотних фондів виробництва дозволить адекватно оцінити розмір виробничого потенціалу машинобудівної промисловості. Визначено, що ресурсний потенціал – це наявність трудових ресурсів, основних і оборотних засобів, які в сукупності представляють можливість їх поєднання для виробництва машинобудівної продукції. Виробничий потенціал, відповідно, складають елементи ресурсного в частині балансового їх співвідношення з можливостями технічної бази підприємства. Зроблено узагальнення, що виробничий потенціал підприємств машинобудування є максимально можливим об'ємом виробництва при оптимальному використанні ресурсів в даних умовах конкретної господарської діяльності з метою задоволення потреб споживачів.

In the article was defined the basic relationship between the competitiveness of enterprises and competitiveness of the industry, were analyzed existing approaches to determine the definition of the concept of "competitiveness". There were realized the term "competitive capacity", which is defined competitive advantages and their degree of implementation in current and future activities in the market. The author refined relationship between the concepts "factors of production" and "elements of productive capacity", which allows reaching consensus on the inclusion of certain factors. There were proved that consideration of human resources, of total assets will assess the size of the production potential of machine-building industry. There were determined that the resource potential - is the availability of labor, fixed and current assets, which together represent the possibility of their combination for the production of engineering products. Production potential, are elements of relations with the possibilities of technical base of enterprise. There were made generalization that the production potential of engineering is the maximum possible volume of production at the optimum use of resources in the circumstances of a particular economic activity and customer satisfaction.

Ключові слова: конкурентний потенціал, конкурентоспроможність, виробничий потенціал, конкурентні переваги, чинники конкурентоспроможності.

Keywords: competitive potential, competitiveness, production capacity, competitive advantages, competitive factors.

Постановка проблеми. Можливості підприємства конкурувати на певному ринку безпосередньо залежать від конкурентоспроможності виробленої ними продукції і сукупності соціально-економічних та організаційних факторів діяльності підприємства, що роблять вплив на результати конкурентної боротьби. В зв'язку з цим необхідний аналіз тих чинників, які викликають зміну абсолютної і відносної величини витрат на виробництво, а в результаті впливають на рівень конкурентоспроможності підприємства.

Аналіз останніх досліджень, публікацій та підходів до визначення сутності понять «конкурентні переваги», «конкурентний потенціал», «конкурентоспроможність», «виробничий потенціал» дозволив встановити, що питання формування і розвитку конкурентного потенціалу галузі є не досить розробленими. Дослідження конкурентоспроможності і конкурентного потенціалу галузі важливе тому, що саме на галузевому і квазі-корпоративному рівнях відбуваються найважливіші процеси, без яких неможливо налагодити координацію і забезпечити високий технічний рівень виробництва, і ці процеси нині найменш задіяні в українській економіці. Тому економічні дослідження конкурентоспроможності мають бути сконцентровані не стільки на промислових підприємствах, скільки на проблемах їх адаптації до умов господарювання, що змінюються, передумови для вирішення яких формуються на мезорівні. Мезоекономіка включає простір між підприємствами і над ними та зв'язує мікроекономічний рівень з макроекономічним. Вихід на цей рівень передбачає консолідацію зусиль окремих підприємств у боротьбі за ринок, концентрацію ресурсів, усунення конкуренції на проміжних стадіях виробництва товарів і зниження внутрішніх витрат.

Класичне визначення конкурентоспроможності галузі здійснено М. Портером: «Ми визначали галузь конкретної держави як таку, що успішно функціонує в міжнародних масштабах у тому випадку, якщо б вона мала конкурентні переваги порівняно з найбільш конкурентоздатними учасниками світового ринку. Ми вибрали в якості найбільш оптимальних параметрів наявність істотного і стабільного експорту в досить велику кількість іноземних країн і/або вагомий експорт інвестицій, що базується на досвіді і створених активах у своїй країні» [3, с. 164].

В зв'язку з цим нами узагальнені і систематизовані існуючі підходи до визначення дефініції поняття «конкурентоспроможність» (табл. 1).

Таблиця 1.

Узагальнення існуючих підходів до визначення дефініції поняття «конкурентоспроможність» на різних рівнях економічної системи

Рівень	Конкурентний потенціал	Автори визначення
Підприємство	...частина загального потенціалу, що забезпечує досягнення конкурентних переваг...	Андрєєв А.Г., Голубков С.П., Лісін Б. К., Фрідлянов В.Н.
	...як реальна, так і потенційна здатність компанії розробляти, виготовляти, збувати і обслуговувати в конкретних сегментах ринку конкурентоспроможні вироби, тобто товари, що перевершують за якісно-ціновими параметрами аналоги і які мають пріоритетніший попит у споживачів	Остапенко О. І., Верещак Н.В
	...конкурентні переваги ...	Янковський К.П., Мухарь І.Ф, Таранухи Ю.В., Семченко А.А.
	... сукупність накопичених ним ресурсів і доступність певних чинників виробництва...	Красноперов К.М.
	... як сукупність природних, матеріальних, трудових, фінансових ресурсів суб'єктів господарювання, що розташовуються	Столяров О. Б.
	... як складова з двох головних частин: адаптивності та інноваційності ...	Барінов В.А., Сінельников А.В.
Галузь	...конкурентні переваги порівняно з найбільш конкурентоздатними учасниками світового ринку... В якості найбільш оптимальних параметрів обрано наявність вагального і стабільного експорту у досить велику кількість іноземних країн і/або вагомий експорт інвестицій, що базується на досвіді і створених активах у своїй країні	Портер М.
Країна	...конкурентоспроможність – це обумовлений економічними, соціальними, політичними чинниками стан країни або товаровиробника на внутрішньому і зовнішньому ринках, відображений через показники (індикатори), які адекватно характеризують такий стан і динаміку»	Селєзньов А.З.

Здійснення підприємствами своєї основної діяльності у рамках галузевої приналежності обумовлює наявність взаємозв'язку між конкурентоспроможністю підприємства і конкурентоспроможністю галузі. Ми згодні з думкою, що «конкурентоспроможність галузі визначається, з одного боку, обрнутим вибором стратегічних напрямів розвитку, а з іншої – ефективністю тактичних рішень, що приймаються окремими підприємствами» [4, с. 25].

Постановка завдання. Метою та завданнями статті є аналіз основ формування конкурентного потенціалу підприємства в умовах розвитку сучасних економічних відносин та створення необхідних умов підвищення конкурентних переваг.

Вклад основного матеріалу дослідження. Оцінюючи конкурентоспроможність галузі або галузевого підкомплексу, при необхідності необхідно враховувати такий важливий чинник, як робота галузі, що розглядається в якості органічної частини національного господарства; у цьому ракурсі можна говорити про ступінь виконання даною галуззю специфічних функцій (наприклад, забезпечення населення країни електротехнічною продукцією, якщо мати на увазі машинобудівний комплекс). При такій оцінці можуть виникати певні протиріччя між зовнішньо-економічним аспектом конкурентоспроможності галузі і її роллю в національній економіці. Протиріччя ці, як правило, вирішуються за допомогою вироблення державної структурної політики, яка враховує чинники соціального характеру і національної безпеки країни.

Конкурентоспроможність на рівні галузі можна оцінювати, застосовуючи наступні показники (і їх комбінацію): продуктивність праці; питома оплата праці; капіталоємність; науковість і технічний рівень продукції; сукупність знань і наукових розробок, необхідних для реалізації наукових і проектно-конструкторських рішень; ступінь експортної орієнтації або імпоротної залежності галузі; ступінь відповідності рівня розвитку галузі загальному рівню розвитку національного господарства.

З урахуванням переваг і недоліків розглянутих підходів до визначення поняття «конкурентний потенціал» ми пропонуємо уточнене його трактування, згідно з яким конкурентний потенціал підприємства визначається наявністю у нього сукупності конкурентних переваг і ступеня їх реалізації в поточній і перспективній діяльності на ринку. Конкурентний потенціал галузі – це структурний елемент конкурентних відносин, сукупність ресурсів і конкурентних переваг галузі, що забезпечують її ефективний розвиток, і ступінь їх реалізації в поточній і майбутній діяльності, тобто конкурентний потенціал галузі є складним багатограним поняттям, що поєднує в собі можливості і ресурси, якими володіють суб'єкти економіки. Тому оцінювати конкурентний потенціал треба з урахуванням усіх видів конкурентних переваг. Якщо співвіднести поняття «конкурентний потенціал» і «виробничий потенціал», то перший є ширшою і складнішою категорією, ніж виробничий потенціал, що є сукупністю ресурсів, які в процесі виробництва набувають форми чинників виробництва. Конкурентний потенціал включає не лише внутрішні конкурентні переваги, що виникають внаслідок сильних сторін галузі, але і зовнішні конкурентні переваги, обумовлені ринковим середовищем. Вважаємо, що в новому інституціональному середовищі конкурентний потенціал необхідно розглядати як сукупність конкурентних переваг, які відображають реалізацію економічних, соціальних та інших умов господарської діяльності і реалізації виробничого потенціалу. Конкурентна перевага є активами підприємства, характеристиками товару або марки, а також специфічними формами організації бізнесу, які забезпечують підприємству певну перевагу над конкурентами. Воно завжди є відносним в порівнянні з підприємством, що займає найкращу позицію на ринку.

Розглянемо основні складові конкурентного потенціалу – виробничий потенціал і конкурентні переваги. Серед учених – економістів немає єдиної думки з приводу елементів і змісту виробничого потенціалу. Тому, необхідне розмежування таких понять як «чинники виробництва» і «елементи» виробничого потенціалу.

До чинників виробництва сучасні економісти стали відносити «працю, землю, капітал і підприємницькі здібності». Нам близька ця позиція і ми схильні вважати, що саме підприємницькі здібності як самостійний чинник виробництва приводить до ефективної взаємодії працю, землю і капітал. Але при цьому необхідно уточнити співвідношення понять «чинники виробництва» і «елементи виробничого потенціалу», оскільки в літературі часто ними оперують як тотожними поняттями, серед учених досі немає єдиної думки з приводу включення тих або інших чинників до складу виробничого потенціалу. Аналіз існуючих думок дозволяє виділити три основні напрями. Так, прибічники першого, розглядають у складі виробничого потенціалу основні і оборотні засоби (капітал), трудові ресурси. Інші виключають з капіталу предмети праці, обгрунтовуючи це тим, що здібності економічного об'єкту до випуску певного об'єму продукції «існують незалежно від забезпечення його предметами праці». Треті відносять до виробничого потенціалу тільки основні фонди.

Ми дотримуємося думки, що тільки врахування стану трудових ресурсів, основних і оборотних фондів виробництва дозволить адекватно оцінити розмір виробничого потенціалу машинобудівної промисловості. Розглядати тільки основні фонди машинобудівної промисловості в якості її виробничого потенціалу, ми вважаємо, неправомірно, так як без залучення трудових ресурсів власне устаткування не має реальної можливості виготовляти продукцію, так само як і без обігових коштів. Взаємозв'язок чинників виробництва і елементів виробничого потенціалу, на нашу думку, можна представити у вигляді схеми (рис. 1). В якості самостійних,

але взаємообумовлених і взаємопов'язаних елементів, що становлять виробничий потенціал, необхідно розглядати стан основних фондів, обігових коштів і трудових ресурсів, представлених на рівні підприємства промислово-виробничим персоналом.



Рис. 1. Умовна схема формування конкурентного потенціалу підприємств машинобудування

Від ефективності взаємодії залежатимуть результативні показники діяльності підприємства і його конкурентоспроможність. Зображена на рис. 1 ієрархія чинників виробництва, елементів ресурсного і виробничого потенціалів свідчить про те, що факторів виробництва може бути значно більше, включивши організацію, інформацію тощо, але якщо вони розглядаються як економічні параметри, що роблять вплив на виробництво, але не з позицій їх ресурсного наповнення. Відповідно до цього підходу вважаємо, що ресурсний потенціал – це наявність трудових ресурсів, основних і оборотних засобів, які в сукупності представляють можливість їх поєднання для виробництва машинобудівної продукції. Виробничий потенціал, відповідно, складають елементи ресурсного в частині балансового їх співвідношення з можливостями технічної бази підприємства.

Таким чином, виробничий потенціал підприємств машинобудування є максимально можливим об'ємом виробництва при оптимальному використанні ресурсів в даних умовах конкретної господарської діяльності з метою задоволення потреб споживачів.

Важливою величиною, що визначає позицію фірми в галузі є сфера конкуренції або широта цілей, на які орієнтується підприємство у рамках своєї галузі. Пов'язано це в першу чергу з тим, що у більшості галузей різні види продукції сегментовані, існують різні канали збуту і різні типи покупців. У відповідності з цими особливостями формуються й джерела конкурентної переваги.

На думку М. Портера, фірма може мати два типи конкурентної переваги [2, с.36]. У статті «Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance» він називає наступні їх типи: зниження витрат і здатність пропонувати покупцям щось відмінне від конкурентів. Таким чином, конкурентна перевага, що визначає позицію підприємства в галузі, полягає або в здатності фірми розробляти, випускати і продавати порівнюваний товар з меншими витратами, ніж у конкурентів, або в здатності забезпечити покупця унікальною і більшою цінністю у вигляді нової якості товару, особливих споживчих властивостей або післяпродажного обслуговування. У першому випадку фірма отримує великий прибуток, продаючи товар за такою ж ціною, що й конкуренти. У другому випадку, при рівних з конкурентами витратах великий прибуток фірми дає диктат більш високої в порівнянні з конкурентами ціни.

Утримання конкурентної переваги є складним завданням, і виконання її обумовлене трьома групами чинників:

- джерело конкурентної переваги;
- кількість наявних у фірми існуючих джерел конкурентної переваги;
- постійна модернізація виробництва та інших видів діяльності.

З точки зору джерела конкурентні переваги поділяються на переваги низького і високого порядку. До переваг низького порядку відносяться такі переваги, які можуть з легкістю експлуатуватися і конкурентами (дешева робоча сила і джерела дешевої сировини, ефект масштабу, наслідування конкурентів та ін.). Переваги високого порядку ґрунтуються на винятковості (технологія, патент, імідж, диференціація тощо) і забезпечують стійкіші позиції підприємства в довгостроковій перспективі. Проте формування таких переваг вимагає значних інвестицій в НДДКР, маркетинг, розвиток персоналу і модернізацію виробничих потужностей, а також наявність високоефективної системи менеджменту.

Кількість наявних у фірми існуючих джерел конкурентних переваг є чинником, що визначає успішність її діяльності на даний момент і в перспективі. Аналіз діяльності підприємств, які успішно функціонують на ринку впродовж тривалого періоду часу, показує загальну для них тенденцію до прагнення сформувати найбільшу кількість конкурентних переваг по усюму відтворювальному ланцюжку.

Третім чинником збереження конкурентних переваг виступає постійне вдосконалення усіх видів діяльності. Підприємство повинно створювати нові переваги, щонайменше з такою швидкістю, з якою конкуренти можуть копіювати наявні. Надія на неуспіх нової технології, вживаної конкурентом, ігнорування нового сегменту ринку або каналу збуту – явні ознаки того, що конкурентна перевага вислизала.

При характеристиці конкурентних переваг виділяють 3 критерії:

- здатність забезпечити господарюючому суб'єктові ринковий стан, який на тривалий час вигідно відрізняє його від конкурентів;
- націленість на задоволення специфічних запитів покупців, що дозволяє принести релевантну користь вибраному цільовому сегменту;
- опора на специфічні, оригінальні здібності і ресурси, які не піддаються імітації з боку конкурентів.

Як відомо з теорії конкурентоспроможності, конкурентні переваги підприємства можуть обумовлюватися різними чинниками. Конкурентна перевага є зовнішньою, якщо воно засноване на відмінних якостях товару, що утворюють цінність для покупця з точки зору якості, дизайну тощо. Стратегія, яка витікає з такої переваги, – це стратегія диференціації продукту. Внутрішня конкурентна перевага заснована на перевазі підприємства у витратах виробництва і управління. Вона забезпечує велику рентабельність, стійкість підприємства до зниження ціни товару. Стратегія, яка ґрунтується на такій перевазі, – це стратегія лідерства у витратах [3].

Конкурентні переваги галузі – це характеристики галузі продукції, що виробляються і зовнішнього середовища, які дозволяють суб'єктам економіки формувати і підтримувати високий рівень конкурентоспроможності і займати кращу конкурентну позицію. Галузева конкурентна перевага означає здатність підприємств галузі домагатися переважного становища на ринку за рахунок кращої боротьби з усіма силами конкуренції (рис. 2).



Рис. 2. Конкурентні сили галузі

Взаємодія конкурентних сил визначає рівень конкуренції і прибутковість галузі. Вплив сил конкуренції коливається від інтенсивного до незначного, причому значення кожної сили конкуренції визначається структурою галузі, тобто її основними економічними і технічними характеристиками.

Внаслідок цього при аналізі рівня досягнутих конкурентних переваг машинобудівної промисловості необхідно оцінювати:

- конкурентні позиції машинобудівної промисловості відносно інших галузей;
- конкурентні позиції галузі в порівнянні з іноземними конкурентами;
- конкурентні позиції галузі в регіональному розрізі.

Крім того, може йтися про зіставлення рівня конкурентної переваги досить великих утворень (кластерів) фірм, які володіють ідентичними параметрами. Тоді рівень конкурентної переваги однієї групи таких фірм над іншою може орієнтовно оцінюватися порівнянням продуктивності праці, яка досягнута при роботі цих кластерів за тривалий період. Одночасно, подібний показник може бути визнаний в тому або іншому ступені коректним, якщо на додаток до згаданих характеристик окремих фірм, стане можливим визначити і якість задоволення потреб покупців продукції галузі.

Конкурентні переваги галузі різноманітні, що обумовлює необхідність їх класифікації. Виконана нами класифікація представлена на рис. 3.

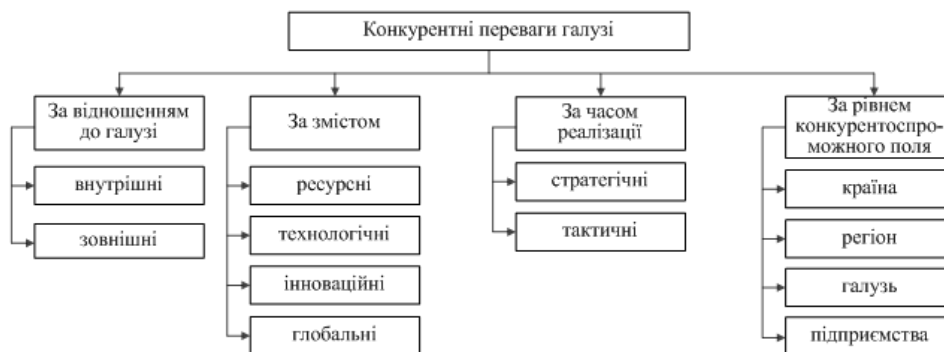


Рис. 3. Класифікація конкурентних переваг галузі

На рівні підприємства взаємозв'язок елементів конкурентного потенціалу і конкурентних переваг розглядається в основному у функціональному аспекті [1].

Крім того виділяють абсолютні і відносні конкурентні переваги. Абсолютні конкурентні переваги галузі пов'язані з наявністю унікальних ресурсів і можливостей, які складаються з географічних, природно-кліматичних, демографічних умов. Відносні конкурентні переваги обумовлені кращими у порівнянні з іншими галузями можливостями або умовами виробництва і збуту тієї або іншої продукції (собівартість, якість, упаковка, доступність тощо). Відносні переваги обумовлені виробничим потенціалом, що дозволяє реалізовувати стратегії зниження витрат або диференціювати випуск.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок. Отже, як видно з дослідження, машинобудування є складною комплексною галуззю, яка виробляє різні види продукції, для яких дія конкурентних сил не однакова за своєю значимістю.

Оскільки конкурентна перевага завжди є відносною, тобто виявляється в зіставленні з іншими господарюючими суб'єктами, її рівень необхідно оцінювати відносно відповідної бази. Не достатньо розробленими і перспективними залишаються питання виміру конкурентної переваги галузі виробництва за допомогою кількісних показників, оскільки за даними офіційної статистики неможливо встановити достовірно повну ідентичність об'єктів (галузей), що зіставляються, за потребами, що задовольняються, профілем споживачів, фазою життєвого циклу.

Література.

1. Иеннер Т. Отраслевая структура, рыночная стратегия и успех предприятия / Т. Иеннер // Управление предприятием. – 2002. – № 3. – С.24-47.

2. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер. – М.: Международные отношения, 1993. – 420 с.

3. Портер М. Конкуренция. Пер. с англ. / М. Портер. – М.: Издат. дом «Вильямс», 2005. –365 с.

4. Трушенко О. М. Конкурентоспроможність країни в умовах економічної глобалізації / О. М. Трушенко // Вісник Академії митної служби України. Серія "Економіка". – Д., 2010. – № 1. – С. 96-102.

References.

1. Ienner, T. (2002), "Industry structure, market strategy and the success of the enterprise", Upravlenie predpriyatiem, vol. 3, pp. 24-47.

2. Porter, M.(1993), Mezhdunarodnaya konkurenciya [International competition], Mezhdunarodnye otnosheniya, Moskaw, Russia.

3. Porter, M. (2005), Konkurenciya [Competition], Izdat. dom «Vil'yams», Moskaw, Russia.

4. Trushenko O. M. (2010), The country's competitiveness in the economic globalization, Visnyk Akademii mytnoi sluzhby Ukrainy, Seriya "Ekonomika", vol. 1, pp. 96-102.

Стаття надійшла до редакції 16.11.2016 р.

