

УДК: 658.821:339.3/5

Маркова С. В., к. е. н., доц.,
Жиденко В. В.,
Олійник О. М., к. філос. н., доц.
Запорізький національний університет

ФОРМУВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА - ВИРОБНИКА ПРОДУКЦІЇ ПРОМИСЛОВОГО ПРИЗНАЧЕННЯ НА ВНУТРІШНЬОМУ ТА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ

Анотація. У статті проаналізовано потенціал конкурентоспроможності ТОВ НЗСТ «Ютіст», наведений розрахунок конкурентоспроможності продукції промислового призначення та обґрунтовано напрямки розширення потенціалу шляхом оптимізації зовнішньоекономічної стратегії підприємства.

Ключові слова: конкурентоспроможність, потенціал, продукція промислового призначення, оптимізація.

Аннотация. В статье проанализирован потенциал конкурентоспособности ООО НЗСТ «Ютист», приведен расчет конкурентоспособности продукции промышленного назначения и обоснованы направления развития потенциала путем оптимизации внешнеэкономической стратегии предприятия.

Ключевые слова: конкурентоспособность, потенциал, продукция промышленного назначения, оптимизация.

Annotation. The research determines the main directions of the formation of the competitive potential of the enterprise producing industrial goods, namely JSC "Nikopol Steel Pipe plant "Yutist".

The competitive potential is the category depicting the ability of an enterprise to improve performance by efficiently using the factors of inside and outside environment at the account of the balanced and effective organization as well as interaction of all the elements of the potential (productive, financial, innovative, marketing). The competitiveness potential possesses the expanding vector due to the balanced organization of its elements which while interacting are to provide the effect of synergy.

The work studies the performance of the domestic market of the pipe industry, determining the place of JSC "Nikopol Steel Pipe plant "Yutist" on it. The competitiveness of the main products presented by the enterprise on domestic and international markets is analyzed as well.

The main directions of the development of the potential of domestic producers of industrial goods are as following: being aware of the tendencies of the development of domestic and international markets; monitoring the competitive environment and evaluating the competitive situation in the industry and on the market; diagnosing the competitiveness of the enterprise and its main rivals; determining the competitive position of the enterprise – choosing the strategic organization department with competitive advantages; developing the concept and strategy of the formation and expansion of the competitiveness potential of the enterprise; efficient performing of the competitive strategy of the enterprise.

Keywords: competitiveness, potential, industrial goods, optimization.

Постановка проблеми. Конкурентоспроможність потенціалу підприємства є важливою характеристикою та показником розвитку сучасного промислового підприємства. Якщо підприємство має великий набір компетенції на основі комплексу інтелектуальних, технічних, фінансових, технологічних та організаційних характеристик в умовах динамічної зміни зовнішнього середовища у такому випадку успіх у діяльності забезпечує конкурентоспроможність його потенціалу. Експерти визначають конкурентоспроможність підприємства як загальну оцінку його конкурентних переваг щодо питань формування потенціалу, якості задово-

лення споживчого попиту та досягнутої завдяки цьому ефективності функціонування господарської системи, що мають місце на момент чи впродовж періоду оцінювання [1]. Звідси необхідність активізації досліджень у напрямку формування потенціалу конкурентоспроможності як самих вітчизняних промислових підприємств, так і продукції, яку вони випускають, глибокого теоретико-методичного аналізу сутності економічної категорії «потенціал конкурентоспроможності», її основних чинників та методів оцінки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основні теоретичні та практичні питан-

ня забезпечення конкурентоспроможності підприємства та товарів, які вони виробляють досліджували такі відомі дослідники, як: Ю. Іванов [2], Н. Лепа, Р. Фатхутдинов [1], А. Лук'яненко [3], Л. Антонюк, Ф. Котлер, М. Портер, І. Ансофф та інші. Різні аспекти економічної категорії «потенціал» глибоко досліджені такими науковцями, як І. Балабанова [4], С. Батажок [4], К. Борзенкова, О. Криворучко, І. Лукінов та інші. На думку цих авторів, основний зміст поняття «потенціал підприємства» полягає в інтегральному відображенні (оцінці) поточних і майбутніх можливостей економічної системи.

Симбіоз цих двох економічних категорій знайшов відображення у працях [5, 6, 7]. На думку згаданих економістів, конкурентоспроможність потенціалу підприємства – це комплексна порівняльна характеристика, яка відображає ступінь переваги за сукупністю показників оцінки можливостей підприємства на ринку відносно аналогічних показників інших підприємств. Питання визначення конкурентоспроможності потенціалу підприємства, його системна характеристика представлені у працях А. Воронкової [5, с. 15] та Л. Мельник [6, с. 274-276].

Ціль роботи. Мета роботи полягає у визначенні напрямків розширення потенціалу конкурентоспроможності підприємства, що пропонує продукцію промислового призначення на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Виклад основного матеріалу. В умовах розвитку інтеграційних процесів в структурі

промисловості України найбільшим динамізмом відзначається трубна підгалузь. Дана економічна діяльність є однією з перспективних видів вітчизняного виробництва промислової продукції. Зосереджений на території України промислово-виробничий потенціал ставить країну в п'ятірку найбільших країн-виробників трубної продукції з чорних металів, де Україна посідає четверту позицію в цьому рейтингу після США, Японії та Росії. Сумарна виробнича потужність України складає близько 6,5 млн. тонн сталевих і 0,4 млн. тонн чавунних труб на рік. А виробництво труб у чорній металургії в Україні є головною експортоорієнтованою галуззю.

Україна входить до числа 10 провідних світових виробників труб, виробляючи близько 2,5 млн. т і експортуючи до 2 млн. т сталевих труб на рік. Проте, вітчизняні трубні підприємства істотно відстають від світового рівня за показниками енерговитрат, які в 1,5-2 рази більші через використання морально та фізично застарілих печей з терміном служби понад 40 років. На сьогодні, потенційні можливості галузі повністю не реалізовані, оскільки обмежений внутрішній попит на трубну продукцію через відсутність масштабних інвестиційних та інфраструктурних проектів; економічна криза 2008-2010 рр., позначилися не лише падінням обсягів світового споживання трубної продукції (рис. 1), а також торговельними обмеженнями проти українського експорту.

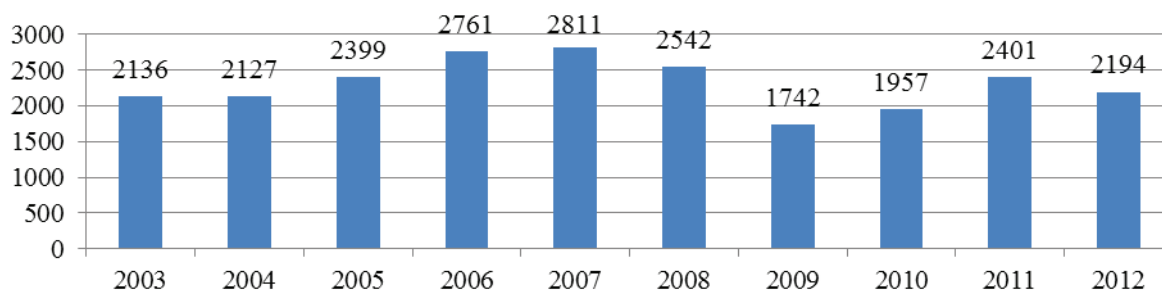


Рис. 1 Динаміка виробництва труби великого та малого діаметрів, профілі пустотілі з металів чорних в Україні, тис. т. [8]

Згідно даних табл. 1 виробництво труб в Україні скоротилося в 3 рази, що є найгір-

шим показником серед усієї продукції чорної металургії.

Таблиця 1

Динаміка виробництва продукції чорної металургії в Україні (млн. т) [8]

Рік	Чавун	Сталь без напівфабрикатів	Напівфабрикати	Прокат готовий Чорних металів	Труби з чорних металів
1990	44,9	48,5	4,1	н.д	6,5
1995	18,0	18,7	3,6	н.д	1,6
2008	31,0	23,3	14,8	20,5	2,5
2009	25,7	15,7	14,6	16,1	1,7
2010	27,4	17,5	15,8	17,6	2,0
2011	28,9	17,7	17,8	19,5	2,4
Абс. відхилення	1,5	0,2	2	1,9	0,4
Темп приросту	5,2%	1,1%	11,2%	9,7%	16,7%
2012	28,5	16,7	16,4	18,5	2,2
Абс. відхилення	-0,4	-1	-1,4	-1	-0,2
Темп приросту	-1,4%	-6,0%	-8,5%	-5,4%	-9,1%

В структурі внутрішнього споживання сталевих труб в галузях матеріального виробництва галузі промисловості становлять понад 55% і відповідно 45% припадає на інші галузі матеріальної сфери.

Одним з активних промислових підприємств - виробників продукції промислового призначення, а саме безшовних труб є ТОВ НЗСТ «Ютіст», що пропонує тягнені труби для котлів високого тиску, тягнуті і тонкостінні, тонкостінні безшовні труби з вуглецевих сталей. Формування конкурентоспроможності потенціалу якого і становить мету даного дослідження.

Конкурентоспроможність – це переваги на ринку, що забезпечуються привабливими для споживача властивостями, низькою порівняно ціною та експлуатаційними витратами, оптимальним поєднанням параметрів ціна-якість, відповідністю умовам даного ринку, часу продаж і перевагам споживача, а також відмінністю в кращу сторону її основних характеристик від аналогічних на ринку [1]. Категорія «конкурентоспроможність» тісно пов'язана з визначенням потенціалу підприємства, узагальнимо ці зв'язки на рис. 2.

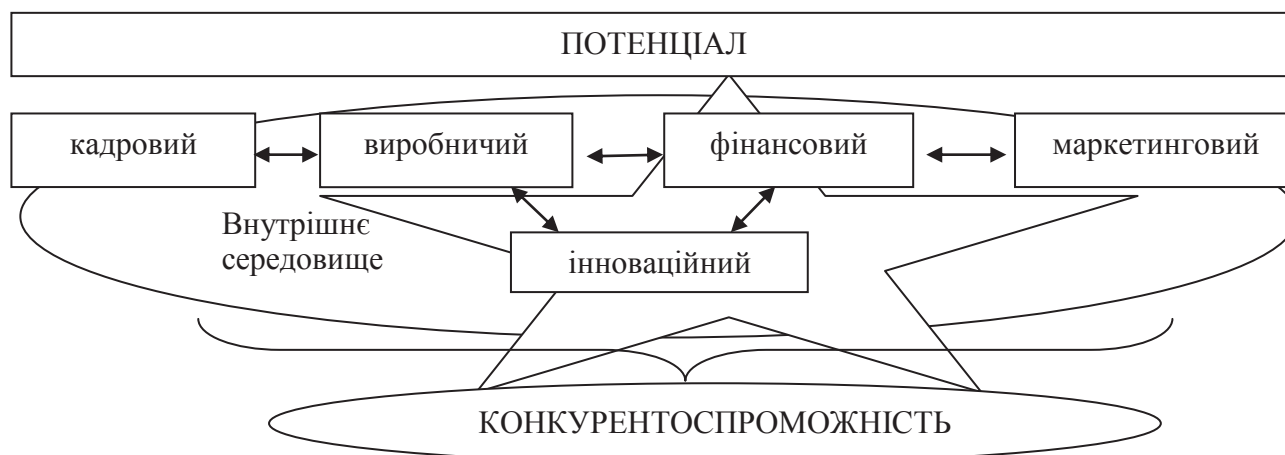


Рис. 2 Взаємозалежність конкурентоспроможності та потенціалу підприємства

Однією із найвагоміших складових конкурентоспроможності підприємства є конкурентоспроможність продукції підприємства ТОВ НЗСТ «Ютіст». Проаналізуємо конкурентоспроможність на зовнішньому ринку безшовних труб, які виробляються

ТОВ НЗСТ «Ютіст» стосовно його основного конкурента – ЗАТ «ТАГМЕТ» у табл. 2. Для аналізу продукцію «безшовні труб типу ASTM A 511», яка найчастіше конкурує з продукцією ЗАТ «ТАГМЕТ».

Таблиця 2

**Експертна оцінка якості безшовних труб типу ASTM A 511
ТОВ НЗСТ «Ютіст»**

Вибрані експертами параметри якості		Кількісні характеристики						
			бали	ні	бали	нік	бали	аі
Технічні параметри якості	Кривизна	≤0,05%	30	0,04%	30	0,045%	30	
	Відхилення по товщині стінки	≤0,01%	20	0,01%	20	0,011%	14	
	Відхилення по діаметру труби	≤0,01%	40	0,012%	28	0,009%	40	
	Всього		90		78		84	0,9
Пакування	Спеціальна упаковка	Подвійне пакування: пластиків і деревинні тари	1,5	наявне	1,5	Лише деревинна тара	0,7	
	Спеціальна обробка труб	Обробка країв від пошкодження, обробка антикорозійними засобами	3,5	наявна	3,5	наявна	3,5	
	Всього		5		5		4,2	0,05
Додаткові умови	Можливість обслуговування	Наявність після продажного обслуговування	3	наявна	3	наявна	3	
	Можливість монтажу	Монтаж	1	наявна	1	наявна	1	
	Можливість виготовлення на замовлення	Можливість виготовлення на замовлення труби іншої довжини	1	наявна	1	наявна	1	
	Всього	10	5		5		5	0,05
	Ціна	тис. \$/т.		70		72		

Визначимо рівень якості (споживчого ефекту) товару ТОВ НЗСТ «Ютіст» (К) і товару-конкурента:

$$K = 0,9 \frac{78}{90} + 0,05 \frac{5}{5} + 0,05 \frac{5}{5} = 0,88,$$

$$K = 0,9 \frac{84}{90} + 0,05 \frac{4,2}{5} + 0,05 \frac{5}{5} = 0,94.$$

$$K_c = (0,88 * 70) / (0,94 * 72) = 0,91.$$

Якщо $K_c < 1$, то фірма пропонує на ринок неконкурентоспроможний товар і необхідно змінити його споживчі (або технічні) і економічні характеристики. Проаналізуємо конкурентоспроможність іншої продукції, що експортується ТОВ НЗСТ «Ютіст» – безшовних труб типу DIN 17456. Аналіз проведемо відносно аналогічного типу труб того ж конкурента – ЗАТ «ТАГМЕТ» (табл. 3).

**Експертна оцінка якості безшовних труб типу DIN 17456
ТОВ НЗСТ «Ютіст»**

Вибрані експертами параметри якості		Кількісні характеристики						
			бали	ні	бали	нік	бали	аі
Технічні параметри якості	Кривизна	≤0,05%	30	0,04%	30	0,05%	30	
	Відхилення по товщині стінки	≤0,01%	20	0,0085%	20	0,009%	20	
	Відхилення по діаметру труби	≤0,01%	40	0,01%	40	0,011%	24	
	Всього		90		90		74	0,9
Пакування	Спеціальна упаковка	Подвійне пакування: пластикові і деревинні тари	1,5	Лише деревинна тара	0,7	Лише деревинна тара	0,7	
	Спеціальна обробка труб	Обробка країв від пошкодження, обробка антикорозійними засобами	3,5	наявна	3,5	наявна	3,5	
	Всього		5		4,2		4,2	0,05
Додаткові умови	Можливість обслуговування	Наявність після продажного обслуговування	3	наявна	3	наявна	3	
	Можливість монтажу	Монтаж	1	наявна	1	наявна	1	
	Можливість виготовлення на замовлення	Можливість виготовлення на замовлення труби іншої довжини	1	наявна	1	наявна	1	
	Всього	10	5		5		5	0,05
	Ціна	тис. \$/т.		22,7		24,2		

Інтегральний показник конкурентоспроможності в цьому випадку становитиме:

$$K = 0,9 \frac{90}{90} + 0,05 \frac{4,2}{5} + 0,05 \frac{5}{5} = 0,99,$$

$$K = 0,9 \frac{74}{90} + 0,05 \frac{4,2}{5} + 0,05 \frac{5}{5} = 0,83,$$

$$K_c = (0,99 * 22,7) / (0,83 * 24,2) = 1,12.$$

Базуючись на наведених вище розрахунках можна зробити висновок, що безшовні труби типу DIN 17456 є конкурентоспроможними на ринку.

Одним з напрямків розширення потенціалу конкурентоспроможності вітчизняних промислових підприємств є зовнішньоекономічна діяльність. Її ефективність залежить від багатьох факторів, проте - найголовні-

ший – це отримання прибутку від реалізації трубної продукції на зовнішньому ринку. Визначимо ефективність експорту продукції ТОВ НЗСТ «ЮТІСТ». Перед проведенням відповідних розрахунків було здійснено експертну оцінку привабливості ринку для основних країн імпортерів (табл. 4). Оцінювання реалізовувалось експертами із використанням 10-бальної шкали; максимальна оцінка за кожним пунктом дорівнювала 10 балів.

Графічний аналіз привабливості експорту різних країн (за 10 бальною шкалою) наведений на рис. 3.

Найбільш привабливим, згідно дослідження, є ринок Росії з урахуванням всіх зазначених факторів впливу, на другому місці – ринок Європи.

Таблиця 4

Моніторинг привабливості ринку трубопрокату (за 10-ти бальною шкалою)

Назва країни	Розмір ринку	Темпи росту	Цінова політика	Рентабельність	Соціальні фактори
Росія	9	8	7	8	5
Інші країни СНД	7	5	7	7	5
Європа	6	6	6	7	8
Азія	7	2	5	4	4
Африка	4	5	5	5	4
Алжир	3	2	5	2	4

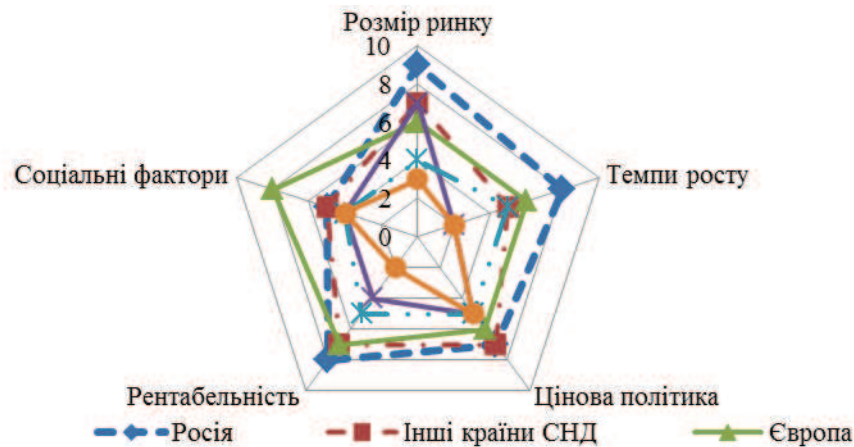


Рис. 3 Карта конкурентоспроможності привабливості для ТОВ «Ютіст»

Так, рівень привабливості експорту кожної країни становитиме.

$$S_p = \frac{1}{2} \cdot \sin 72^\circ (9 \cdot 8 + 8 \cdot 7 + 7 \cdot 8 + 8 \cdot 5 + 5 \cdot 9) = \frac{1}{2} \cdot 0,951 \cdot 66 = 127,9 \text{ см}^2;$$

Аналогічно розрахуємо інші показники:

$$S_{\text{Інші країни СНД}} = 89,9 \text{ см}^2;$$

$$S_{\text{Європа}} = 103,6 \text{ см}^2;$$

$$S_{\text{Азія}} = 41,3 \text{ см}^2;$$

$$S_{\text{Азія}} = 50,4 \text{ см}^2;$$

$$S_{\text{Алжир}} = 21,8 \text{ см}^2.$$

Розрахуємо інтегральний показник привабливості експорту до кожної з зазначених країн.

$$S_p = 127,9 / 314 = 0,407;$$

$$S_{\text{Інші країни СНД}} = 89,9 / 314 = 0,286;$$

$$S_{\text{Європа}} = 103,6 / 314 = 0,329;$$

$$S_{\text{Азія}} = 41,3 / 314 = 0,132;$$

$$S_{\text{Азія}} = 50,4 / 314 = 0,161;$$

$$S_{\text{Алжир}} = 21,8 / 314 = 0,069.$$

Відповідно до проведених розрахунків комерційна привабливість ринку труб Росії (0,407) для експортної діяльності ТОВ НЗСТ «ЮТІСТ» є найбільшою серед інших основних імпортерів. Це можна пояснити потенційними розмірами ринку, ціновою політикою, а також високим показником рентабельності продажів, навіть з урахуванням дії спеціального ввізного мита.

Висновки. Вимоги зовнішнього та внутрішнього середовища ставлять перед господарюючими суб'єктами завдання по зміцненню власного потенціалу конкурентоспроможності. Потенціал конкурентоспроможності має вектор розширення за рахунок збалансованої організації його складових елементів, що при взаємодії має забезпечувати їх синергізм. Тому забезпечення конкурентних переваг та можливостей їх формування має спиратися на адекватну систему управління ними що забезпечуватиме підвищення потенціалу конкурентоспроможності.

Формування потенціалу конкурентоспроможності залежить від конкуренції на зовнішньому середовищі, а використання ринкових методів боротьби дозволяє виробникам досягати ефективного конкурентного рівня розвитку потенціалу підприємства. По-друге, конкурентна боротьба змушує підприємство постійно аналізувати рівень запропонованої на ринку якості та моніторити нові тенденції на ринку трубно-промисловості. Сформувавши потенціал конкурентоспроможності неможливо без встановлення високого рівня економічного забезпечення підприємства, оскільки фінансово-економічна здатність дає ресурси для стимулювання інноваційного розвитку виробництва.

Отже, основними напрямками розширення потенціалу конкурентоспроможності вітчизняних підприємств – виробників продук-

ції промислового призначення є: врахування тенденцій розвитку вітчизняного та зарубіжних ринків; моніторинг конкурентного середовища та оцінка конкурентної ситуації в галузі та на ринку; діагностування конкурентоспроможності підприємства та його основних суперників; конкурентне позиціонування підприємства – вибір стратегічних господарських підрозділів із перевагами у конкурентній боротьбі; розробка концепції та стратегії формування та розширення потенціалу конкурентоспроможності підприємства; ефективна реалізація конкурентної стратегії підприємства.

Впровадження визначених напрямків в систему менеджменту ТОВ НЗСТ «Ютіст» дозволить йому зміцнити свої конкурентні позиції на вітчизняному та світовому ринках та сформувавши відповідний потенціал конкурентоспроможності.

Список літератури

1. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность : экономика, стратегия, управление / Р. А. Фатхутдинов. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 312 с.
2. Конкурентні переваги підприємства: оцінка формування та розвиток : монографія / Ю. Б. Іванов, П. А. Орлов, О. Ю. Іванова ; Наук.-дослід. центр індустр. проблем розвитку НАН України. – Х. : ІНЖЕК, 2008. – 351 с.
3. Управління міжнародною конкурентоспроможністю в умовах глобалізації економічного розвитку : монографія. – У 2 т. – Т. 1 / Д. Г. Лук'яненко, А. М. Поруза. За заг. ред. Д. Г. Лук'яненка, А. М. Поручника. – К. : КНЕУ, 2006. – 816 с.
4. Батажок С. Г. Соціально-економічні гарантії як умова забезпечення суспільної стабільності / С. Г. Батажок // Теоретичні та прикладні питання економіки. – 2011. – Вип. 12. – С. 396–404.
5. Воронкова А. Е. Концепція управління конкурентоспроможним потенціалом підприємства / А. Е. Воронкова // Економіст. – 2007. – № 8. – С. 14-17.
6. Мельнік Л. Потенціал підприємства як основа його міжнародної конкурентоспроможності [Електронний ресурс] / Л. Мельнік. – Економічний аналіз. – 2009. – Вип. 4. – С. 273-277. – Режим доступу : <http://www.library.tane.edu.ua/images/nauk/vydannya.pdf>
7. Іванов В. Б. Потенціал підприємства / В. Б. Іванов, О. М. Кохась, С. М. Хмелевський. – К. : Кондор, 2009. – 300 с.
8. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua