

**ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ ЕЛЕМЕНТІВ
КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

У статті розглядаються основні відносини між конкурентоспроможністю підприємств і конкурентоспроможністю галузі, проаналізовано існуючі підходи до визначення поняття «конкурентоспроможність». Автором вивчено взаємозв'язок між поняттями "фактори виробництва" і "елементи виробничого потенціалу", що дозволяє досягти консенсусу у питанні щодо включення деяких факторів виробничого потенціалу. Доведено, що тільки взявши до уваги стан людських ресурсів, основних і оборотних виробничих фондів можливо адекватно оцінювати розмір виробничого потенціалу машинобудівної галузі.

Ключові слова: конкурентний потенціал, конкурентоспроможність, виробничі потужності, конкурентні переваги, конкурентні чинники.

DRACH O. I.
Khmelnitskyi National University**FUNCTIONAL ASPECTS OF CORRELATION COMPETITIVE POTENTIAL
ELEMENTS OF ENGINEERING ENTERPRISES**

In the article the basic relationship between the competitiveness of enterprises and competitiveness of the industry, analyzed existing approaches to determine the definition of the concept of "competitiveness". The author of the refined relationship between the concepts "factors of production" and "elements of productive capacity", which allows to reach consensus on the inclusion of certain factors of the production potential. Proved that only take into account the state of human resources, fixed and floating production assets will adequately assess the size of the production potential of machine-building industry.

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.

Конкурентоспроможність – це проблема не лише вітчизняної економічної теорії, але й світової. Як вважає авторитетний американський вчений М. Портер, поки «не існує загальноприйнятого визначення конкурентоспроможності. Для фірм конкурентоспроможність означала можливість конкурувати на світовому ринку за наявності глобальної стратегії. Для багатьох економістів конкурентоспроможність означала позитивний зовнішньоторговельний баланс, для деяких конкурентоспроможність означає низькі виробничі витрати на одиницю продукції, приведені до обмінного курсу» [4]. Суперечки навколо конкурентоспроможності тривають й до сьогоднішнього дня.

Успіх окремих підприємств в конкурентній боротьбі в умовах поглибленої інтернаціоналізації ринку залежить від стану справ в країні. Облік національних і галузевих, а у ряді випадків і регіональних особливостей визначає здатність підприємства створювати і утримувати конкурентну перевагу на міжнародному рівні. Але рівень життя в країні залежить від конкурентоспроможності окремих підприємств, уміння їх досягати поліпшення якості і зростання ефективності. У зв'язку з цим розрізняється суть категорій «конкурентоспроможність продукції», «конкурентоспроможність підприємства», «конкурентоспроможність галузі».

Постановка завдання. Метою дослідження є пошук шляхів до визначення конкурентоспроможності конкретної держави, що успішно функціонує в міжнародних масштабах в порівнянні з найбільш конкурентоздатними учасниками світового ринку. Вибір 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.

Виклад основного матеріалу дослідження. На рівні підприємства взаємозв'язок елементів конкурентного потенціалу і конкурентних переваг розглядається в основному у функціональному аспекті (рис. 1) [2].

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.

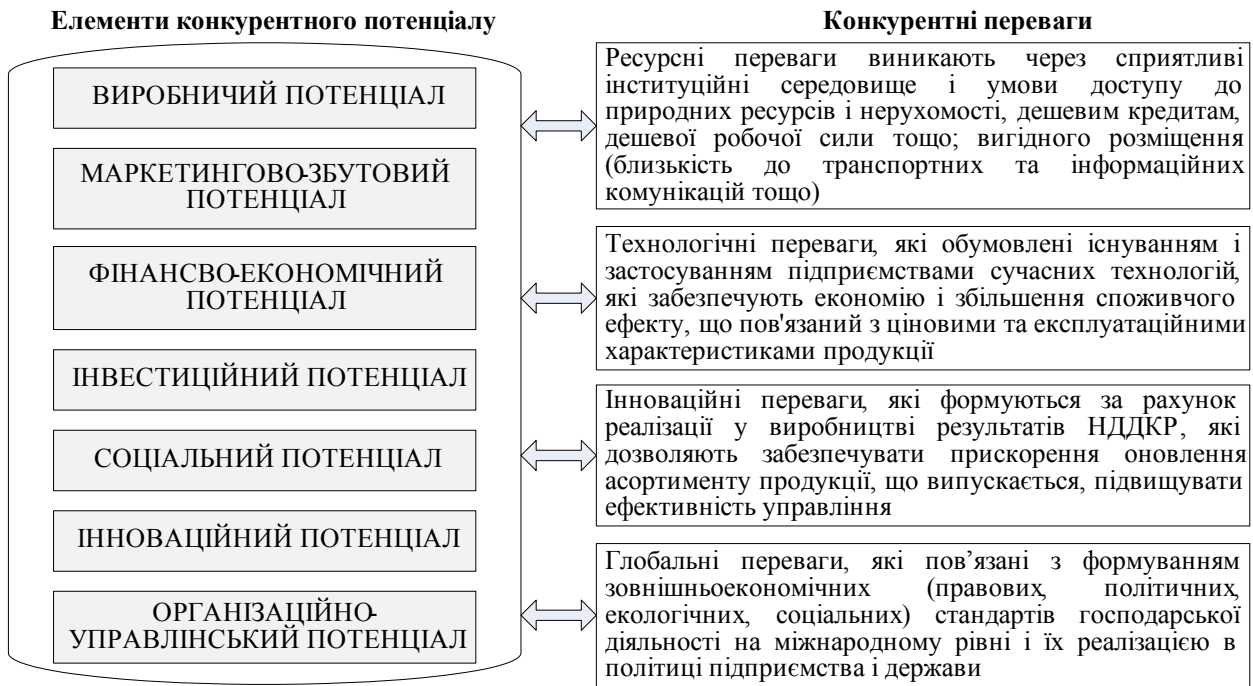


Рис. 1. Структура конкурентного потенціалу промислового підприємства

Конкурентні переваги треба також розділити на фактичні, або реалізовані, і потенційні, тобто ті, що не використовуються зараз. У останньому випадку необхідно визначити умови реалізації потенційних конкурентних переваг і розробити економічне обґрунтування виведення потенційної конкурентної переваги в число фактичних. Для багатьох суб'єктів господарювання головна проблема існує в тому, щоб конкурентні переваги, які перебувають у формі ресурсів або потенціалу, перетворити і реалізувати на ринку і тим самим створити стратегічні чинники успіху, що базуються не на об'єктивно заданих, а на суб'єктивно сприйнятих споживачем перевагах.

Розгляд конкурентного потенціалу галузі з позицій системного підходу дозволяє виявити головну його особливість, яка проявляється в синергетичному ефекті, обумовленому внутрішніми взаємодіями елементів потенціалу. Взаємодія переваг по усіх елементах може забезпечити виграшні моменти, які самопідсилюються і які іноземним конкурентам дуже важко знищити або скопіювати. Нами пропонується структура конкурентного потенціалу галузі, основу якого формують як зовнішні (національні), так і внутрішні конкурентні переваги (рис. 2).

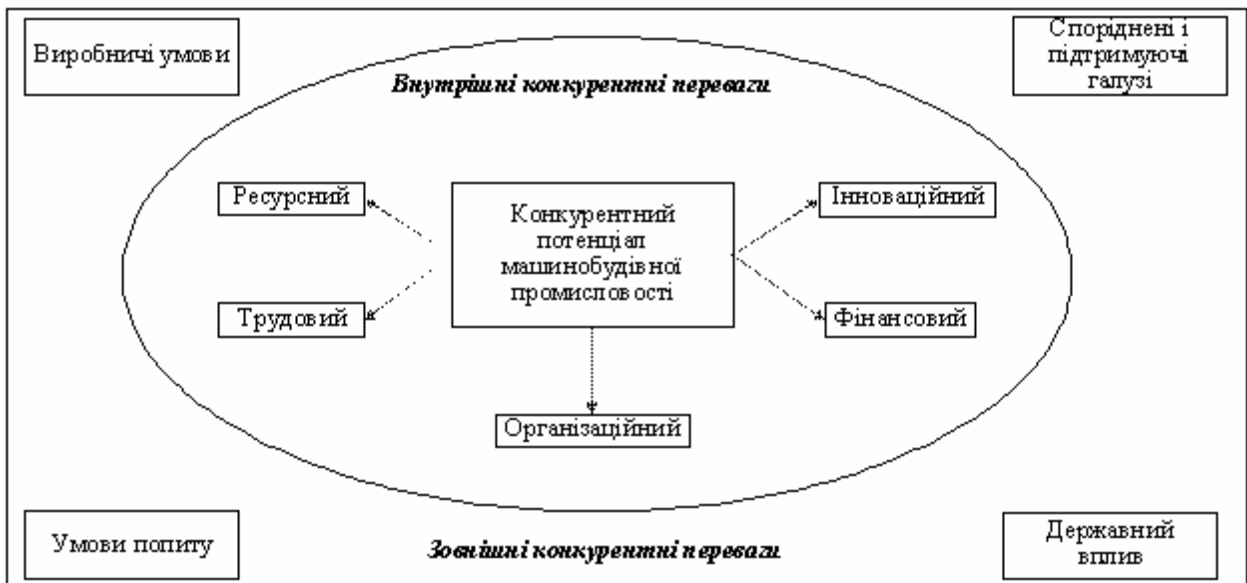


Рис. 2. Структура конкурентного потенціалу машинобудування

Національні конкурентні переваги є зовнішньою основою формування конкурентного потенціалу будь-якої галузі.

Виробничі умови є матеріальними і нематеріальними чинниками, необхідними для формування конкурентної переваги галузі (наявність в країні таких необхідних для випуску продукції чинників, як кваліфікована робоча сила або промислова інфраструктура).

До умов попиту, в першу чергу, відносяться вимогливість покупців до якості товарів і послуг; еластичність попиту за ціною, рівнем доходу, перехресна еластичність; ступінь усвідомлення різними соціальними групами актуальності тієї або іншої потреби, національні традиції і звичаї; фази життєвого циклу попиту та інші параметри, що характеризують попит, величину попиту і їх динаміку.

Споріднені та підтримуючі галузі покликані забезпечувати підприємства необхідними матеріалами, напівфабрикатами, комплектуючими виробами та іншими матеріальними засобами і необхідною інформацією. Високий рівень їх розвитку є неодмінною умовою створення і підтримки конкурентної переваги кожного виробника в країні в порівнянні з виробниками інших країн. Крім того, споріднені галузі можуть виступати в якості потужних конкурентів, виводячи на ринок товари-субститути. Тому їх можна вважати стимуляторами науково-технічного прогресу в галузях і фірмах, які вони обслуговують.

Держава може впливати (як позитивно, так і негативно) на усі елементи конкурентного потенціалу галузі. Так, на параметри виробничих умов впливає грошово-кредитна, податкова, митна політика уряду. Вона встановлює різні норми і стандарти, інструкції та інші нормативні акти, що впливають на поведінку товаровиробників і покупців, а для деяких галузей саме держава є покупцем.

Зовнішніми конкурентними перевагами галузі можуть бути хороші кліматичні умови і географічне положення країни; високий рівень конкурентоспроможності країни; активна державна підтримка малого і середнього бізнесу; ефективне правове регулювання функціонування економіки країни; державна підтримка науки і інноваційної діяльності; наявність доступних і дешевих ресурсів; оптимальний рівень оподаткування.

Окрім зовнішніх конкурентних переваг, конкурентний потенціал харчової промисловості формують і внутрішні її переваги. У зв'язку з цим, вважаємо за доцільне виділити в структурі конкурентного потенціалу декілька субпотенціалів.

Ресурсний конкурентний потенціал складається з ресурсних і матеріальних конкурентних переваг галузі. Він ґрунтується на ресурсних конкурентних перевагах галузі, що збільшують споживчий ефект, пов'язаний з ціновими характеристиками продукції, що придбалася.

Інноваційний конкурентний потенціал ґрунтується на інноваційних та інвестиційних конкурентних перевагах, що формуються за рахунок реалізації у виробництві результатів НДДКР, які дозволяють забезпечувати прискорене здешевлення продукції, що випускається, поліпшення її якості і оновлення асортименту.

Трудовий конкурентний потенціал сполучає в собі інтелектуальні (наукові) і трудові конкурентні переваги. Його величина і ефективність використання роблять безпосередній вплив на продуктивність живої праці в галузі і витрати виробництва продукції.

Фінансовий конкурентний потенціал галузі безпосередньо визначається її прибутковістю і означає наявність фінансових коштів, які використовуються підприємствами галузі на економічний і соціальний розвиток.

Організаційний конкурентний потенціал залежить як від структури галузі, рівня її спеціалізації і концентрації, так і від стратегій, які реалізуються підприємствами.

До внутрішніх конкурентних переваг галузі можуть бути віднесені: оптимальний рівень концентрації, спеціалізації і кооперації в галузі; наявність доступу до якісної дешевої сировини та інших ресурсів; оптимальний рівень уніфікації і стандартизації продукції галузі; високий рівень радикальних нововведень (патентовані товари, технології, інформаційні системи тощо); висока питома вага конкурентоспроможної продукції.

У сучасних умовах актуальним є не лише виявлення або формування конкурентних переваг галузі, але й забезпечення їх стійкості. З точки зору джерела конкурентні переваги поділяються на переваги низького і більш високого рангу. До перших, які легко доступні і конкурентам, відносяться дешева робоча сила і сировина, а також перевага, яка ґрунтується виключно на чиннику масштабу виробництва від застосування технологій, устаткування або методів, запозичених у конкурентів. Переваги більш високого рангу (патентована технологія, диференціація на основі унікальних товарів або послуг, репутація фірми, заснована на посиленій маркетинговій діяльності, тісні зв'язки з клієнтами) можуть утримуватися більш тривалий час. Як показують дослідження, найбільшою стійкістю відрізняються конкурентні переваги, які ґрунтуються на інноваційній якості продукції і послуг, інноваційному забезпеченні процесів виробництва, інноваційних методах просування товарів на ринку.

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 усьому 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.

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. 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.

Надійшла 25.01.2017; рецензент: д. е. н. Васильківський Д. М.