

УДК 339.137

АНАЛІЗ ФАКТОРІВ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ
ПЕРЕВАГ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

ANALYSIS OF FACTORS OF FORMING OF COMPETITIVE
EDGES OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

Тельнов А.С.
Anatoliy Tel'nov

Проаналізовано підходи до визначення поняття „конкурентні переваги”, викладені результати аналізу факторів формування конкурентних переваг промислових підприємств України, визначено напрями покращення діяльності підприємств на основі активізації виявлених конкурентних переваг.

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими або практичними завданнями. Посткризовий період розвитку економіки характеризується високим ступенем невизначеності та швидкою зміною конкурентних умов. В таких умовах вітчизняні промислові підприємства повинні розробляти ефективні стратегічні плани функціонування і розвитку з метою протистояння конкурентам та утримання провідних позицій на ринку. Наявність стійких конкурентних переваг є ефективною умовою реалізації стратегічних планів підприємства.

Вивчення особливостей та аналіз переважаючих конкурентних переваг сучасних промислових підприємств в умовах нестабільної економічної ситуації надає можливість розробити рекомендації щодо покращення поточної виробничої діяльності та вироблення довгострокової стратегії розвитку з урахуванням забезпечення стійкості розвитку конкурентних переваг.

Аналіз досліджень і публікацій за темою дослідження даної проблеми. Концептуальні основи формування конкурентних переваг, їх систематизація, науково-методичні основи оцінювання та забезпечення стійкості розглядаються в працях багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених.

Так, серед зарубіжних вчених, які присвятили свої дослідження питанням визначення й обґрунтування конкурентних переваг підприємства слід відмітити Д. Барні, Д. Дея, Б. Карлоффа, Ф. Котлера, Ж.-Ж. Ламбена, К. Макконела, А. Сміта, Д. Рікардо, М. Роуза, М. Портера, Е. Чемберліна, Й. Шумпетера. Значним внеском у вивчення проблем формування й забезпечення стійкості конкурентних переваг є праці Г. Л. Азоева, А. В. Вовчака, О. В. Зозульова, Ю. Б. Іванова, О. Ю. Іванової, Р. В. Камишнікова, М. О. Кизими, Н. В. Куденка, П. А. Орлова, І. П. Отенка, В. А. Павлової, Р. А. Фатхутдінова, А. В. Шегди та ін.

Разом з тим слід зазначити, що сьогодні відсутній комплексний підхід до оцінки та розвитку конкурентних переваг промислових підприємств, не створено

науково обґрунтованої методичної бази оцінювання конкурентних переваг, не вироблено єдиного механізму щодо формування стійких конкурентних переваг відповідно до сучасних змін у ринковому середовищі.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз факторів формування конкурентних переваг (на прикладі промислових підприємств України) та обґрунтування напрямів покращення їх діяльності.

Викладення основного матеріалу з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Вітчизняними науковцями представлені різні погляди на визначення сутності поняття „конкурентні переваги”. Загалом конкурентні переваги характеризують відмінність підприємства від його конкурентів, що дозволяє завойовувати лідерські позиції на ринку.

В сучасних наукових дослідженнях склалось декілька підходів до визначення поняття конкурентних переваг.

Так, згідно компаративного підходу конкурентні переваги розглядаються як можливість випереджувати своїх конкурентів (Г. Азоев, А. Вовчак, Р. Камишніков, М. Книш, Н. Куденко, С. Попов, В. Рожок, Ю. Рубін, Л. Шевченко).

Ресурсний підхід розуміє конкурентні переваги як такі, що дозволяють продуктивно використовувати ресурси (А. Градов, В. Дорофієнко, Я. Жереб'єв, Б. Карлофф, Б. Маркова, В. Лобас, М. Портер).

Ціннісно-компетентнісний підхід під конкурентними перевагами розуміє певну цінність, порівняння з конкурентами (Л. Балабанова, І. Белецька, Л. Довгань, Ж.-Ж. Ламбен, В. Немцов, В. Обременчук, І. Отенко, Є. Полтавська, Н. Тарнавська, Р. Фатхутдінов, А. Шегда, В. Холод) [1, 2].

Разом з тим, в деяких сучасних визначеннях конкурентних переваг автори намагаються поєднати декілька підходів, зокрема через взаємозв'язок ресурсних і ринкових чинників. Найбільш системне визначення поняття „конкурентні переваги” наводять Ю. Б. Іванов, О. Ю. Іванова та П. А. Орлов, які під конкурентною перевагою пропонують розуміти позитивні відмінності підприємства від конкурентів в деяких або усіх видах діяльності, які забезпечують підвищення соціально-економічної ефективності в короткостроковому періоді й виживання в довгостроковому за рахунок постійного пошуку нових можливостей і швидкої адаптації до навколишнього оточення за умов конкурентних боротьби, що змінюються [3, с. 32–33]. У цьому визначенні поєднані ресурсний і ринковий підходи, а також враховані можливості і адаптація підприємства до зовнішнього середовища та впливу конкуренції, що є особливо актуальним для промислових підприємств в сучасних економічних умовах.

На нашу думку, конкурентні переваги в сучасних умовах розвитку економіки слід розглядати як здатність сукупного потенціалу підприємства формувати й підтримувати систему задекларованих цінностей та ділових принципів, культуру якості ведення бізнесу, корпоративну філософію, місію і стратегію підприємства відносно його конкурентів, які задовольняють вимогам споживачів та партнерів, а також забезпечують можливість перспективного розвитку, враховуючи нестабільність ринкового середовища.

З метою виявлення основних стійких факторів формування конкурентних переваг промислових підприємств в сучасних умовах була здійснена оцінка та виявлення вагомих факторів впливу на діяльність окремих підприємств України на основі дослідження рядів динаміки за останніх п'ять років. За допомогою статистичних функцій Excel одержані парні коефіцієнти кореляції для аналізованих показників по досліджуваних дванадцяти промислових підприємствах України.

Нами побудовані множинні регресійні модулі для окремих підприємств (табл. 1, 2).

На попередніх етапах розрахунків було виявлено, що не усі фактори-ознаки є значимими і відповідно їх було виключено із моделей, внаслідок чого одержані рівняння включають від одного до трьох значимих факторів [4].

Перший етап моделювання передбачає визначення впливу факторів на основний результативний показник — обсяг реалізованої продукції підприємства.

Результативний показник (Y) — обсяг реалізованої продукції, тис. грн;

X_1 — витрати на якість продукції, тис. грн;

X_2 — кількість працівників, які зайняті в умовах, що не відповідають санітарно-гігієнічним нормам, осіб;

X_3 — витрати на інформатизацію, тис. грн.

Отримані моделі для конкретних промислових підприємств з результативним показником — обсяг реалізації продукції відображені у табл. 1.

Одержані результати дозволяють зробити наступні висновки:

— більшість моделей одержали дуже високий та високий ступінь адекватності за значенням коефіцієнта кореляції (за винятком моделі для дванадцятого підприємства, де жодний із визначених факторів, а також їх комбінації не дають високих результатів).

Це підтверджується також перевіркою за критерієм Фішера (табличне значення якого для досліджуваних моделей заходить в межах від 10,1 до 19,2);

— найбільш значимим фактором є перший (витрати на якість продукції), який було включено в сім моделей (при чому у чотирьох з них він залишився єдиним). Відповідно другий і третій фактор увійшли до п'яти і чотирьох побудованих регресійних рівнянь;

— другий фактор у більшості моделей здійснює зворотній вплив на величину результативного показника, що підтверджує його економічну суть і свідчить про вагому роль умов праці (в т.ч. санітарно-гігієнічних) для формування обсягу реалізації продукції.

Таким чином, проведений аналіз факторів формування конкурентних переваг промислових підприємств показав пріоритет економічних факторів і підкреслив їх вагомість для одинадцяти із дванадцяти досліджуваних підприємств.

Джерела конкурентних переваг для товаровиробників слід розглядати в такій послідовності:

— підвищення якості продукції;

— оптимізація асортименту;

- встановлення цін та їх ринкове регулювання;
- впровадження технологій виробництва, які дають можливість випускати унікальну продукцію;
- мотивація менеджерів;
- розташування постачальників сировини [6, с. 43].

Таблиця 1

Побудова моделей (результативний показник – обсяг реалізації продукції)
Розраховано за методикою [5]

Підприємство	Вид залежності	Коефіцієнт кореляції	F-критерій Фішера
1. ЗАТ „Преттль-кабель Україна”	$Y_1 = 96,144 X_1 - 8415,75 X_2 + 385,119 X_3 - 76984$	0,9958	79,0317
2. ВАТ „Красилівський машинобудівний завод”	$Y_1 = 77,179 X_2 + 320,73 X_3 + 3880,54$	0,9126	10,4416
3. ВАТ Акціонерна компанія „Адвіс”	$Y_1 = 251,197 X_3 + 18276,94$	0,9115	30,8983
4. ВАТ „Укрелектроапарат”	$Y_1 = -3624,18 X_2 + 233801$	0,9535	61,5161
5. ДП „Новатор”	$Y_1 = -591,858 X_2 + 262748,3$	0,9696	95,6842
6. ВАТ „Бердянські жниварки”	$Y_1 = 14,516 X_1 + 499,014 X_3 - 7435,97$	0,9979	475,1905
7. ВАТ „Мелітопольський завод тракторних гідроагрегатів”	$Y_1 = 18,031 X_1 + 16811,53$	0,9725	106,0909
8. Криворізьке учбово-виробниче підприємство „Луч”	$Y_1 = 13,9989 X_1 + 2350,39$	0,8236	14,0068
9. ВАТ завод „Точприлад”	$Y_1 = 5,301 X_1 + 6675,905$	0,9801	147,7538
10. ВАТ „Уманьфермаш”	$Y_1 = 13,9393 X_1 + 60824,13$	0,9649	82,4701
11. ВАТ Уманський завод „Мегомметр”	$Y_1 = 7,636 X_1 - 145,915 X_2 + 21513,07$	0,9939	162,9344
12. ВАТ „Електротермометрія”	$Y_1 = 28,246 X_2 + 63158,79$	0,2188	0,8402

Оскільки в такій структурі конкурентних переваг перше місце займає якість продукції, в якості результативного показника нами був вибраний показник – витрати на якість продукції.

Побудова моделей (результативний показник – витрати на якість продукції) (табл. 2).

Таблиця 2
Побудова моделей (результативний показник – витрати на якість продукції)
Розраховано за методикою [5]

Підприємство	Вид залежності	Коефіцієнт кореляції	F-критерій Фішера
1. ЗАТ „Претгль-кабель Україна”	$Y_2 = 12,557 X_1 + 0,197 X_2 + 0,542 X_3 - 958,471$	0,9998	1666,33 3
2. ВАТ „Красилівський машинобудівний завод”	$Y_2 = 17,059 X_3 + 4599,092$	0,7550	9,2449
3. ВАТ Акціонерна компанія „Адвіс”	$Y_2 = -42,744 X_1 + 0,3209 X_2 + 2628,235$	0,9931	143,9275
4. ВАТ „Укрелектроапарат”	$Y_2 = 29,398 X_3 + 13691,97$	0,9134	31,6420
5. ДП „Новатор”	$Y_2 = 0,7619 X_2 - 4387,53$	0,9819	162,745 9
6. ВАТ „Бердянські жниварки”	$Y_2 = -20,957 X_1 + 2894,63$	0,8465	16,5440
7. ВАТ „Мелітопольський завод тракторних гідроагрегатів”	$Y_2 = 0,403 X_2 - 1866,32$	0,8879	23,7618
8. Криворізьке учбово-виробниче підприємство „Луч”	$Y_2 = 0,3671 X_2 - 332,952$	0,9453	51,8446
9. ВАТ завод „Точприлад”	$Y_2 = 0,2854 X_2 - 1041,32$	0,9886	260,157 9
10. ВАТ „Уманьферммаш”	$Y_2 = 0,2522 X_2 - 1953,3$	0,9639	80,1025
11. ВАТ „Уманський завод Мегомметр”	$Y_2 = 0,1537 X_2 + 185,8281$	0,9757	120,456 8
12. ВАТ „Електротермометрія”	$Y_2 = 0,4411 X_2 - 4562,05$	0,8494	16,9203

Результативний показник (Y_2) – Витрати на якість продукції, тис. грн;

X_1 – кількість працівників, які мають повну вищу освіту, осіб;

X_2 – фонд оплати праці штатних працівників, тис. грн;

X_3 – витрати на інформатизацію, тис. грн.

Побудовані моделі для результативного показника „витрати на якість продукції” є адекватними, оскільки показують високу тісноту зв'язку для усіх об'єктів дослідження. Найбільш суттєвим є другий фактор, що увійшов до дев'яти моделей, причому у семи з них виступав єдиним значимим після попереднього відбору. Інші фактори лише було включено до трьох рівнянь відповідно.

У двох моделях перший фактор (кількість працівників, які мають повну вищу освіту) показав негативний вплив на величину витрат на якість продукції, що може свідчити про невідповідність номінального і фактичного рівня освіти на підприємствах, або неефективне використання наявного освітнього потенціалу (залучення працівників з вищою освітою на роботах, які не вимагають відповідного кваліфікаційного рівня).

Висновки з даного дослідження та перспективи подальших розробок у цьому напрямі. Таким чином, проведений аналіз факторів формування конкурентних переваг промислових підприємств підтвердив переважаючу значимість економічних факторів, показав значення зростання освітньо-професійного рівня персоналу та вкладення в інновації.

Щоб успішно конкурувати на ринку, сьогодні недостатньо мати лише матеріально-фінансові ресурси. В сучасних умовах зростає значення внутрішнього потенціалу підприємства, який визначає його конкурентні переваги. Такими визначальними конкурентними перевагами стають знання, кваліфікація, уміння, інформація. В результаті активного інвестування у підвищення якості продукції, яка на сьогодні визначає конкурентоспроможність і ефективність функціонування підприємств, стає можливим ефективно використання майстерності і здібностей персоналу, стимулюється новаторство та колективна співпраця працівників.

Отримані в ході оцінки результати засвідчили, що обсяг реалізації в більшому ступені залежить від витрат на якість продукції, що обумовлює необхідність розробки методології управління якістю продукції на основі оцінювання цих витрат.

Окремим напрямом підвищення якості продукції є збільшення витрат на інформатизацію, під якими розуміються витрати на придбання та створення програмного забезпечення, обчислювальної техніки, включаючи інтернет, витрати на оплату послуг сторонніх підприємств у сфері інформатизації, витрати на своєчасне і якісне інформаційне забезпечення працівників в процесі управління якістю продукції. Також результати оцінки вказують на необхідність активної інвестиційної підтримки інноваційної діяльності за такими напрямками: внутрішні та зовнішні науково-дослідні і дослідно-конструкторські роботи, придбання машин, обладнання, придбання інших зовнішніх знань, інші витрати, пов'язані з маркетинговими та організаційними інноваціями.

Виявлений у процесі факторного аналізу значний вплив умов праці на якість продукції обумовлює необхідність у розробці заходів з підвищення працездатності на основі інтегральної оцінки важкості праці, забезпечення сприятливих умов праці, удосконалення режимів праці і відпочинку, обмеження понаднормових робіт, робіт у нічний час, впровадження дієвих заходів з безпеки пра-

ці, гуманізації трудової діяльності, активного залучення позабюджетних коштів на охорону здоров'я працівників.

Низький вплив соціальних факторів на результативність діяльності підприємств потребує розробки системи заходів з активізації розвитку трудового потенціалу. Мова йде про забезпечення ефективного поєднання груп робітників кваліфікованої, високо- і малокваліфікованої праці, відповідності рівня кваліфікації робітників виконуваним роботам; рівня освіти керівників і службовців займаної посади; удосконалення системи професійної підготовки і виробничого навчання, розвитку інтелектуального капіталу, підтримку технічної творчості.

Соціальні пріоритети мають бути реалізовані в умовах негативних показників економічної динаміки, що спонукає до концентрації ресурсів та зусиль навколо найсуттєвіших напрямів. У контексті стимулювання підвищення якості праці важливого значення набувають питання розробки Державної програми попередження масового звільнення працівників підприємств; розробки системи заходів, що стимулюють перехід робітників на вакантні місця в інших підрозділах підприємства; вдосконалення інструментарію заохочення населення України до самозайнятості, заохочення підприємств до створення нових робочих місць; утворення на підприємствах цільових фондів зайнятості для фінансування процесів вивільнення, перерозподілу та перекваліфікації кадрів; сприяння підвищенню мобільності робочої сили; перегляд системи соціального захисту населення шляхом посилення її цільового характеру та внесення відповідних змін до Державного бюджету України; забезпечення цільового характеру пільг соціального спрямування тощо.

Література:

1. Нагірна Л. В. Теоретико-методологічні підходи до розкриття сутності поняття конкурентних переваг підприємства / Л. В. Нагірна // Економіка і регіон. — 2010. — № 2 (25). — С. 120-125.
2. Стеців Л. П. Конкурентні переваги: підходи до трактування та їх відмінності // Науковий Вісник Національного лісотехнічного університету: зб-к наук. праць / Л. П. Стеців. — Львів, 2009. — Вип. 19.12. — С. 263-270.
3. Конкурентні переваги підприємства: оцінка формування та розвиток: монографія / [Ю. Б. Іванов, П. А. Орлов, О. Ю. Іванова]. — Х.: ВД «ІЖЕК», 2008. — 352 с.
4. Тельнов А. С. Якість праці в системі показників діяльності промислових підприємств / А. С. Тельнов // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. — 2010. — Т. 3, №5. — С. 128—131.
5. Лук'янова В. В. Комп'ютерний аналіз даних / В. В. Лук'янова. — К: Академія, 2003. — 344 с.
6. Павлова В. А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення : [монографія] / В. А. Павлова. — Д. : Изд-во ДУЕП, 2006. — 276 с.

Abstract

Tel'nov A. S.

Analysis of factors of formings of competitive of competitive edges of industrial enterprises

Analysed going near determination of concept „competitive edges”, expounded results of analysis of factors formings of competitive edges of industrial enterprises of Ukraine, certain directions of improvement of activity of enterprises on the basis of activation of found out competitive edges.