

**УДК 658.011.46:658.012.1**

**О.Л. ЗАГОРЯНСЬКА**, к.е.н, доц., Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського, Кременчук;

**О.П. КОСЕНКО**, к.е.н, доц., НТУ «ХПІ», Харків;

**П.Г. ПЕРЕРВА**, д.е.н., проф. НТУ «ХПІ», Харків

## **ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ**

Запропоновано методичні підходи до визначення інтегрального показника конкурентних переваг вантажних автомобілів. Розроблено заходи щодо підвищення конкурентоспроможності та формування конкурентних переваг продукції машинобудівних підприємств.

Предложены методические подходы к определению интегрального показателя конкурентов-их преимуществ грузовых автомобилей. Разработаны мероприятия по повышению конкурентос-проможності и формирование конкурентных преимуществ продукции машиностроительных підприємств.

The methodical going is offered near determination of integral index of competitive edges of trucks. Measures are developed on the increase of competitiveness and forming of competitive edges of products of machine-building enterprises.

**Ключові слова:** конкурентна перевага, конкурентоспроможність, стратегія конкурентоспроможності, машинобудівні підприємства

**Вступ.** Продукція машинобудівних підприємств матеріало- і наукомістка. Реалізувати таку продукцію в ринкових умовах не завжди легко з тієї причини, що необхідно досягти оптимального співвідношення між розміром корисного ефекту в споживача й витратами виробника. Лише в цьому випадку виробники можуть розраховувати на успіх в умовах гострої конкурентної боротьби. Таке становище вимагає від підприємств машинобудівної галузі постійного підвищення конкурентоспроможності своєї продукції, розширення її частки на відповідному ринку за рахунок модифікації або випуску зразків, які задовольняють потреби споживачів на більш високому рівні ніж вироби підприємств-конкурентів, формування додаткових конкурентних переваг. В умовах глобальної фінансової кризи, недоступності кредитних ресурсів і різкого зменшення споживчого попиту, вітчизняні підприємства втрачають свою конкурентоспроможність у порівнянні з європейськими, азіатськими й американськими компаніями.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вирішенню окремих завдань проблеми підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств, присвячені дослідження вітчизняних і закордонних учених. Основні принципи і підходи до визначення суті, механізмів управління конкурентними перевагами підприємств на ринку промислової продукції в умовах нестабільності економічного середовища ґрунтуються на працях вітчизняних і зарубіжних вчених: Г.Азоева, Р. Акоффа, О.Алимова, О.Амоші, І. Ансоффа, В.Глушкова, О.Градова, В.Гриньової, П.Друкера, Ж.Ламбена, М.Лепа, Г. Перерви, М.Портера, О.Тридіда, М.Чорної, М.Чумаченка та ін. [1, 2, 3, 4, 5, 8, 10]

Проте, наукові дослідження на сучасному етапі здійснюються недостатньо. Має місце нагальна потреба в розробці напрямків підвищення конкурентоспроможності і формування додаткових конкурентних переваг для виробництва ключових видів продукції, зокрема, машинобудівних виробів.

**Постановка задачі** Недостатнє висвітлення методологічних і практичних проблем управління конкурентоспроможністю, а також відсутність чіткої методики визначення комплексного показника конкурентоспроможності продукції, визначають актуальність даної роботи.

**Методологія.** Теоретико-методологічної основної дослідження, результати которого представлені в даній статті, послужили труды отечественных и зарубежных ученых, посвященных проблеме маркетинговых исследований и управлению рынком машиностроительной продукции.

**Результати дослідження.** Питома вага машинобудування в структурі промислового виробництва України становить лише 13%, у той час як в економічно розвинених країнах він досягає 35-50% [9]. Понад 50% виготовленої в Україні машинобудівної продукції експортується, але обсяги імпорту цієї продукції в 2,4 рази перевищують обсяги її експорту. Темпи росту імпорту значно випереджають темпи експорту, що негативно впливає на торговельний баланс. В 2008 році частка продукції машинобудування в структурі експорту склала 16,4%, а в 2009 – 7,1%, імпорт в 2008 – 31,1%, тоді як в економічно розвинених країнах світу машинобудування визначає їхній експортний потенціал і забезпечує від 32 до 40% усього експорту [7]. Серед номенклатури експорту переважають: механічне устаткування, машини, механізми, транспортні засоби, прилади, а ринками збуту залишаються в основному Росія, Казахстан та інші країни СНД, імпортується ж наукомістке

устаткування, зокрема металургійне, поліграфічне, для текстильної промисловості, сільського господарства, медична техніка.

До настання кризи, машинобудування було лідером щодо росту обсягів реалізації продукції серед інших галузей промисловості. Ще в першому півріччі 2008 збільшення виробництва по галузі становило 29,5% (у середньому по промисловості – 7,7%). Машинобудування почало активно виходити на зовнішні ринки. У січні 2009 обсяги виробництва в машинобудуванні зменшилися в порівнянні з аналогічним періодом минулого року на 58,3%.

Галузі машинобудування мають різний потенціал розвитку після кризи. Зростання обсягів виробництва автомобілебудування залежить від поновлення кредитоспроможності банків, за рахунок чого формується основна частина попиту. Перспективним є виробництво електричного устаткування, попит на яке на світових ринках зберігся й надалі буде зростати. Нагальним є формування додаткових конкурентних переваг машинобудівних підприємств, до яких на нашу думку. В першу чергу слід віднести якість продукції, ефективність брендової політики, завоювання лояльності споживачів.

Обсяг ринку машинобудівної продукції в 2009 році склав 74 млрд. грн. (табл. 1). Це 15,5% від загального обороту обробної промисловості або 11% від обороту всіх українських промислових підприємств. Основною причиною такого різкого падіння обсягів виробництва в 2009 році, є зменшення споживчого попиту, а також використання імпортованих комплектуючих, вартість яких різко зросла з девальвацією гривні. Частка збиткових підприємств в 2009 році склала 47,4% [4].

Проведений аналіз показав незадовільний стан конкурентоспроможності української економіки, розвиток енерго-, капітало-, еколого-, трудомістких виробництв, які мають експортний потенціал, і зміцнення в системі міжнародного поділу праці її сировинної низько технологічної спеціалізації. У короткостроковому плані економіка одержує переваги від нарощування низько технологічного експорту, і це суперечить стратегічним інтересам України. Проведений моніторинг конкурентного стану основних галузей вітчизняної економіки виявив, що машинобудування на сьогодні є низько конкурентним і потребує технологічної модернізації та інвестиційної підтримки.

Таблиця 1 - Обсяги виробництва продукції машинобудівної галузі України, млрд. грн.

Роки	Транспортні засоби та обладнання	Електричне, електронне та оптичне обладнання	Машини та устаткування
2001	10	7	8
2002	12	7	9
2003	13	8	10
2004	17	17	18
2005	20	15	25
2006	22	18	25
2007	24	27	47
2008	39	24	60
2009	23	20	28
2010	24	21	33
2011	26	22	33

Кременчуцький регіон представлений наступними підприємствами (табл. 2), які займають провідне місце в промисловості України.

Таблиця 2 - Характеристика машинобудівних підприємств м. Кременчука [3].

Найменування підприємства	Сфера діяльності	Обсяги реалізації продукції		
		2008	2009	2010
ХК «АвтоКрАЗ»	Виробництво автомобілів вантажопідйомністю від 10 до 27 т.	3413 шт.	278 шт.	1002 шт.
ВАТ «Колісний завод»	Виробництво коліс для вантажних і легкових автомобілів, с/г техніки	3474,18 тис. шт.	1528,64 тис. шт.	2160,51 тис. шт.
ВАТ «Крюківський вагонобудівний завод»	Виробництво: - вантажних вагонів; - пасажирських вагонів; - вагонів метро	6420 107 -	3314 25 -	9090 38 20
ВАТ «Кредмаш»	Асфальтозмішувальні установки	102	26	47
ВАТ «Завод технічного вуглецю»	Виробництво 10-ти марок технічного вуглецю (N539, N550, N339, N330, N375, N220, N660)	68996 тонн	35822 тонн	40191 тонн
ТОВ «Автоскладальний завод»	Крупноузлове складання автомобілів наступних марок: ВАЗ, FAW, Ssangyong, Geely, Great	7670 штук	3748 штук	6341 штук

Дані табл. 2 показують, що в 2009 році всі машинобудівні підприємства м. Кременчука різко знизили обсяги виробництва продукції. Кризові явища в країні негативно вплинули на діяльність цих підприємств. Основними причинами такого стану стали зовнішні фактори, неефективне управління, а також відсутність стратегії розвитку та стабілізації.

Діяльність підприємства повинна бути спрямована на виробництво продукції для певного сегмента ринку, що є важливою його конкурентною перевагою. Забезпечуючи й підтримуючи конкурентоспроможність продукції, виробники несуть відповідні витрати й дуже важливо, щоб рівень цих витрат був оптимальним (дозволяв продукції бути конкурентоспроможним, а підприємству рентабельним). У свою чергу, таку оптимізацію необхідно здійснювати на всіх етапах підвищення конкурентоспроможності продукції, враховуючи особливості кожного сегмента ринку, виходячи з наступної, запропонованої класифікації (табл. 3) .

Таблиця 3 - Класифікація ринків збуту машинобудівної продукції [3]

Найменування сегменту ринку	Основні ознаки				
	Платоспроможність	вимоги стандартів	вимоги до післяпродажного сервісу	якість товарів - конкурентів	імідж підприємства-виробника
Сегмент А	низька	середньої жорсткості	низька	низького рівня	середньої важливості
Сегмент В	низька	середньої жорсткості	низька	середнього рівня	середньої важливості
Сегмент С	середня	жорсткі	середня	середнього рівня	середньої важливості
Сегмент D	висока	жорсткі	висока	високого рівня	важливий

Така класифікація базується на основних положеннях теорії маркетингу що дозволяє характеризувати кожний сегмент ринку за однаковими показниками. Виділення окремого сегмента ринку базується на наступних критеріях: змінюваність сегмента, доступність впливу на сегмент, обсяг сегмента й подібність представників сегмента. Сегментування ринку використовується при позиціонуванні товару, яке визначається тим, що споживач думає про товар і з яким набором властивостей він його ідентифікує, що доведено в роботі [3].

Таким чином, кожний ринок збуту, виходячи зі своїх особливостей функціонування, висуває різні вимоги до продукції й головне завдання створеної на підприємстві системи економічних заходів щодо підвищення рівня конкурентоспроможності продукції, полягає в поліпшенні споживчих характеристик продукції згідно тих або інших вимог ринку.

**Висновки.** У статті, з урахуванням особливостей періоду становлення в Україні ринкових відносин, специфіки й виняткової важливості машинобудування для економіки держави, встановлено, що реальне підвищення конкурентоспроможності вітчизняного машинобудування може забезпечити лише комплекс макро- і мікроекономічних заходів по посиленню існуючих та формуванню нових конкурентних переваг машинобудівних підприємств та їх продукції, а саме:

- активізація інноваційних процесів на машинобудівних підприємствах, що дозволить виготовляти продукцію для різних сегментів ринку, враховуючи їх вимоги;
- технологічне відновлення виробничих фондів машинобудівних підприємств;
- активізація системного стратегічно-орієнтованого управління конкурентоспроможністю машинобудівних підприємств;
- підвищення якості продукції до рівня провідних світових виробників;
- розвиток брендової політики та підвищення авторитету вітчизняного машинобудування на світовому ринку.

**Список література:** 1. *Азоев Г. Л., Челенков А. П.* Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л.Азоев, А.П.Челенков — М.: ОАО «Типография «НОВОСТИ», 2000. — 256 с. 2. *Загорянська О.Л.* Визначення комплексного індексу конкурентоспроможності вантажних автомобілів / О.Л. Загорянська // Регіональні перспективи. 2002. - №1 (20). - С. 61-63. 3. *Загорянська О.Л.* Проблеми становлення конкурентоспроможності машинобудівних підприємств в сучасних умовах розвитку / О.Л.Загорянська // Електронне наукове видання Дніпропетровського державного аграрного університету "Ефективна економіка" №6, 2011 р.- Режим доступу: <http://economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=607> 4. *Лена Н. Н.* Управление конкурентными преимуществами предприятия /Н.Н.Лена //НАН Украины. Институт экономики промышленности. - Донецк: ООО «Юго-Восток, Лтд» 2003. - 296 с. 5. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. Електронний ресурс <http://www.ukrstat.gov.ua>. 6. *Павленко Ф.* Підвищення конкурентоспроможності виробництва в країнах з перехідною економікою/ Ф. Павленко, М. Якубовський // Економіка України. — 1998. — № 11. — с. 42–51. 7. *Пасхавер О.* Економічна криза в Україні: наслідки та ефективність антикризової політики. Електронний ресурс <http://www.c-e-d.info>. 8. *Портер М.* Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / Майкл Е. Портер // Пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. — 715 с. 9. *Фаринович І. В.* Тенденції розвитку машинобудівної галузі в економічному розвитку України / І. В. Фаринович // Науковий вісник НЛТУ України. 2009. - № 19. - С. 83-88. 10.

*Чорна М.В.* Трансформація підходів до визначення джерел формування конкурентних переваг підприємства/*М.В. Чорна*// Вісник економічної науки України.- 2009.- №1.- С.184-186

Надійшло до редколегії 13.12.2011