

Оцінка конкурентоспроможності машинобудівних підприємств Хмельниччини

На основі аналізу конкурентного середовища машинобудівної галузі здійснена оцінка конкурентоспроможності підприємств Хмельниччини та запропоновано критерії і шляхи її підвищення.

The analysis of the competitive environment are allocated assessed competitiveness uprising and proposed criteria and character.

Ключові слова: конкурентоспроможність, машинобудівні підприємства.

Вступ. За умов ускладнення міжфункціональних внутрішніх та зовнішніх зв'язків машинобудівних підприємств існує потреба у створенні механізму оцінки рівня конкурентоспроможності як галузі в цілому, так і окремих машинобудівних підприємств з метою управління їх конкурентними перевагами. Даний механізм повинен включати комплекс постійно діючих функціональних заходів інноваційного, інвестиційного, маркетингового, товарного та експортного спрямування на встановлення, забезпечення та підтримку необхідного рівня конкурентоспроможності машинобудівних підприємств.

Постановка завдання. Проблеми підвищення рівня конкурентоспроможності промислових підприємств завжди були в центрі уваги зарубіжних та вітчизняних вчених: Азоєва Г. Л., Брю С. Л., Завялова П. С., Макконела К. Р., Маршала А., Райзберга Б. А., Перцовського М. І., Портера М., Спірідонова І. А., Фатхутдінова Р. А. та багатьох інших.

Серед наукових шкіл, які розробляли проблематику питання рушійних сил конкуренції методів та моделей оцінки конкурентоспроможності слід назвати школи США, Японії, європейських країн, які в основу розвитку і функціонування промислових підприємств ставили питання забезпечення їх конкурентних переваг як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Результати. Оцінка конкурентного потенціалу є вихідною для розробки стратегій розвитку підприємств, спрямованих на підвищення його рівня. Оцінка конкурентного потенціалу саме машинобудівних підприємств зумовлена їх

роллю в національній економіці як підприємств, що визначають певний розвиток інших галузей промислового виробництва.

Конкурентний потенціал підприємств машинобудування характеризує його здатність здійснювати і розвивати в даній країні, відповідати існуючому попиту на машинобудівну продукцію.

Метою оцінки рівня конкурентоспроможності та її динаміки є: виявлення існуючих тенденцій і найбільш загальних факторів зміни конкурентоздатності галузі за певний період; залежність обсягів виробництва і продажу продукції, які пов'язані з коливанням кон'юнктури, від факторів підвищення її конкурентоспроможності [1].

За останні роки біля половини продукції машинобудівної галузі реалізується на внутрішньому ринку. Така значна питома вага реалізації робить стійкою роботу підприємств цієї галузі, а її продукцію конкурентоздатною. Слід зазначити, що лише третина продукції машинобудування реалізується за кордон. Більша частина її, а саме 20-30 % приходить на російський ринок. Решта продукції реалізується в країни СНД та дальнього зарубіжжя.

Нами здійснено оцінку конкурентоспроможності вітчизняних машинобудівних підприємств на російському ринку машинобудування, виходячи із даних експорту української машинобудівної продукції, обсягів виробництва, експорту та імпорту машинобудівної продукції в Російську Федерацію в доларовому еквіваленті (табл. 1).

Питома вага вітчизняної машинобудівної продукції на російському ринку є низькою, як в абсолютному, так і у відносному виразі.

Проведений аналіз стану машинобудівних підприємств України вказує на необхідність запровадження дієвих заходів щодо збільшення обсягів виробництва конкурентоспроможності продукції.

Не зважаючи на кризові явища в економіці країни, певні зміни в машинобудівній галузі все ж таки відбуваються. У промисловості економічно розвинутих країн на машинобудування припадає 25-40 % вартості виробленої промислової продукції, при цьому середній показник в Україні становить лише 11 %.

Аналіз даної таблиці вказує на те, що з кожним роком відносна ринкова частка вітчизняного машинобудування на російському ринку падає.

Конкурентоспроможність вітчизняного машинобудування російського ринку

Показники конкурентоспроможності	Роки					
	2004	2005	2006	2007	2008	2009
1. Частка вітчизняного машинобудування на російському ринку, %	5,36	5,68	5,4	5,7	5,2	4,8
2. Частка російського машинобудування на російському ринку, %	58,8	65,9	66,2	65,4	69,1	71,2
3. Відносна ринкова частка вітчизняного машинобудування на російському ринку (1:2)	0,091	0,086	0,087	0,0865	0,075	0,067

Глибокий економічний спад торкнувся, перш за все, великих промислових підприємств. Частка реалізованої продукції машинобудування в загальному обсязі реалізованої продукції у 2010 р. становила 8,7 %, поступаючись лише металургійному виробництву й виробництву металевих виробів, частка яких склала 19,6 %.

Індекси обсягів промислової продукції підприємств машинобудівної галузі за роками вказують на певний спад у 2008-2009 р. і певне підвищення обсягів виробництва у 2010 році (табл. 2).

Таблиця 2

Індекси обсягів виробництва промислової продукції та машинобудування

Показники обсягів	Роки				
	2005	2006	2007	2008	2009
Промисловість, в цілому	103,1	106,2	110,2	96,6	78,1
Машинобудування, в цілому	107,1	111,8	128,6	108,6	55,1
– виробництво машин та устаткування;	112,2	102,9	115,3	105,2	62,4
– виробництво електричного та електронного устаткування	90,8	110,7	122,6	108,3	71,8

Як бачимо, обсяги виробництва у 2009 році як в цілому по промисловості, так і в машинобудуванні та його підгалузях, значно скоротилися. Дані тенденції спостерігаються й на більшості машинобудівних підприємств Хмельниччини, так як, власне, й всіх промислових підприємств.

Частка промислової продукції у загальному обсязі галузей економіки Хмельниччини перевищує 40 %, де створюється майже чверть валової доданої вартості. У промисловості області зосереджена майже третина основних засобів. Інноваційна діяльність підприємств області залишається низькою.

Аналіз показав, що вищу та середню інноваційну зацікавленість на Хмельниччині виявили лише підприємства машинобудування. Найбільша частка інвестицій іноземного капіталу надійшло з Нідерландів (82 %) – 108 млн. дол. США. Збільшилася частка експорту продукції, зокрема, трансформаторів до Литви та Нігерії. Хмельницька область за складовими конкурентоспроможності займає наступні рейтингові місця: за макростабільністю – 6, розвиненістю інфраструктури – 6, за наявністю суспільних установ – 3, за рівнем бізнесу – 7, за інноваційним потенціалом – 9, за оснащеністю «ноу-хау» – 5, за ефективністю ринку товарів і послуг – 4, за рівнем фінансового ринку – 7-ме місце.

Машинобудівна галузь має характерне конкурентне середовище, де звужені межі ринку і номенклатури продукції, існує спад науково-дослідних розробок, кількість конкурентів з кожним роком збільшується у зв'язку з членством України в СОТ. Через те, необхідна розробка механізму підвищення конкурентоспроможності підприємства у забезпеченні його конкурентних переваг, який має включати як інструменти, методи, прийоми, так і набір заходів для підвищення конкурентоспроможності та набір стратегій подальшого розвитку у залежності від рівня конкурентних переваг на діючому чи потенційному ринку [2].

За кількістю промислових підприємств у 2009 році в Хмельницькій області показник у порівнянні з 2005 роком зменшився на 4,1 % (табл. 3).

Таблиця 3

Темпи зростання і розвитку машинобудівних підприємств Хмельниччини

Показники	Роки					Темпи зростання, 2009/2005, %
	2005	2006	2007	2008	2009	
Загальна кількість промислових підприємств	1416	1365	1393	1376	1358	95,9
Загальна кількість машинобудівних підприємств	238	212	204	201	196	82,3
Обсяги виробництва продукції машинобудівних підприємств	96,3	88,3	89,9	87,4	86,5	89,8
Питома вага машинобудівних підприємств	16,8	15,5	11,1	10,6	10,4	61,9
Рентабельність операційної діяльності	0,6	0,7	0,8	0,84	0,86	143,3

За обсягами виробництва продукції машинобудування Хмельниччини спостерігається постійний спад до попереднього року. Зменшились як обсяги виробництва продукції машинобудування, так і частка машинобудівної галузі у загальній структурі промисловості (табл. 4).

Таблиця 4

Динаміка обсягів виробництва продукції за підгалузями машинобудування Хмельниччини

Показники	Роки				
	2005	2006	2007	2008	2009
Машинобудування	112,6	115,2	121,6	116,8	114,1
Виробництво машин і устаткування	123,5	101,9	103,8	101,4	101,2
Виробництво електронного та оптичного устаткування	109,5	122,9	127,0	114,2	108,3
Виробництво транспортних засобів	104,3	83,8	124,4	101,2	100,6

До основних критеріїв підвищення конкурентних переваг машинобудівних підприємств, на нашу думку, слід віднести наступні положення:

а) економія на витратах за рахунок збільшення обсягів виробництва продукції, особливо за рахунок непрямих витрат;

б) диференціація товарного випуску продукції; тобто, коли у підприємства є збутовий бренд слід випускати аналогічні товари, які у деякій мірі відрізняються за ціною, якісними привабливостями, збільшенням комфорту від їх використання;

в) при переході на випуск іншого товару слід максимально поліпшити його якісні характеристики, щоб споживачі все ж таки купляли дану продукції;

г) при перевитратах слід створити і запатентувати існуючі технології, розробити заходи щодо доступу до дешевих ринків сировини, нових каналів збуту продукції зменшити транспортні витрати тощо;

г) застосовувати на першопочаткових стадіях при входженні на ринок цінові зниження на продукцію.

Висновки. Отже, аналіз діяльності машинобудівних підприємств Хмельниччини показав, що у напрямку підвищення їх конкурентоспроможності слід віднести наступні шляхи:

– впровадження новітніх інформаційних технологій і доведення ремонтоздатності техніки до світових стандартів якості;

- зниження загальної трудомісткості продукції за рахунок автоматизації трудових процесів;
- застосування мікропроцесорної техніки для оснащення устаткування з метою оптимізації їх режимів роботи [3];
- поліпшення організаційно-технічних умов на основі використання мікроелементного нормування трудових процесів, застосування новітніх технологій;
- пристосування техніки, що випускається, до вимог споживачів як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках;
- технічний сервіс та обслуговування устаткування, яке поставляється споживачам продукції машинобудівної галузі для проведення активної маркетингової діяльності.

Подальші дослідження мають бути спрямовані на пошук складових елементів механізму підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств у забезпечення їх конкурентних переваг як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Література

1. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г. Л. Азоев. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.
2. Перцовский Н. И. Международный маркетинг / Н. И. Перцовский, И. А. Спиридонов, С. В. Барсукова ; под ред. Н. И. Перцовского. – М. : Высш. шк, 2001. – 239 с.
3. Фатхутдинов Р. А. Стратегический менеджмент / Р. А. Фатхутдинов. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Дело, 2001. – 448 с.