

**КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ФІРМИ НА
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОМУ РИНКУ**

*Томілін О.О., доцент, Полтавська філія Європейського
університету*

*Гаврилова О.А., доцент, Полтавська філія Європейського
університету*

Проведено розрахунки за обсягами впровадження нової продукції підприємства. Визначено конкурентоспроможність продукції технологічного устаткування. Розроблено рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності машинобудівного комплексу.

Постановка проблеми в загальному вигляді. Метою діяльності будь-якого підприємства в ринковому середовищі є підвищення конкурентоспроможності, яка є джерелом прибутковості і забезпечує перемогу над конкурентами.

Для досягнення поставленої мети були сформульовані такі завдання: аналіз ефективності управління конкурентоспроможністю ВАТ «Полтавський автоагрегатний завод»; обґрунтування напрямків поліпшення конкурентоспроможності ВАТ «Полтавський автоагрегатний завод».

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретичні основи дослідження конкурентоспроможності підприємств, як і методи її оцінки та діагностики, а також науково-практичні рекомендації щодо її організаційного забезпечення вимагають більш комплексного аналізу та обґрунтування з врахуванням особливостей національної економіки [1- 7].

Цілі статті. Метою статті є обґрунтування шляхів вдосконалення управління конкурентоспроможністю підприємства та розробка на цій основі рекомендацій щодо забезпечення його стійкого функціонування.

Виклад основного матеріалу. Відмінною рисою досліджуваного підприємства, є те, що на підприємстві створена не тільки виробнича база, а й науково-технічний потенціал по розробці, дослідженню, випробуванню різних пневматичних приводів вантажних автотранспортних засобів. Завдяки цьому, ВАТ «Полтавський автоагрегатний завод» може запропонувати споживачеві

нові продукти, тобто на підприємстві існують достатні передумови по технічній інноваційній діяльності.

Розрахунки за обсягами впровадження нових гальмових апаратів представлені в табл. 1.

Таблиця 1

Плановані обсяги впровадження нових гальмових апаратів ВАТ «Полтавський автоагрегатний завод» у 2007-2009 рр.

№ п/п	Позначення апаратів	Проектна ринкова ціна, грн. без ПДВ, IV шкала	2007 рік		2008 рік		2009 рік	
			Випуск у рік, тис. шт.	Сума, тис. грн.	Випуск у рік, тис. шт.	Сума, тис. грн.	Випуск у рік, тис. шт.	Сума, тис. грн.
1	11.3537310	93,0	10000	930,0	20000	1860	37200	3459
2	11.3522008	163,8	5000	819,0	15000	2457	37200	6093
3	14.3515410	72,8	10000	728	30000	2184	51700	3764
4	11.3536008	360,0	5000	1800	35000	12600	67520	24307
5	11.3537410	70,0	7000	490	18000	1260	29460	2062
6	11.3514308	150,0	4500	675	20000	3000	35000	5250
7	11.352141041	20,0	10000	200	20000	400	31000	620
8	11.352151051	25,0	10000	250	18000	450	32700	817,5
	РАЗОМ:			5892		24211		46372

Як видно з табл. 1, нарощування обсягів випуску нової продукції буде відбуватися протягом 2007-2009 років й обсяги продажів по нових вузлах складуть в 2007 - 5 892 тис. грн., в 2008 - 24 211 тис. грн., в 2009 - 46 372 тис. грн.

Серед трьох товарних груп представлених на ВАТ «Полтавський автоагрегатний завод» доцільно здійснити пошук резервів конкурентоспроможності продукції для пневмоапаратів для технологічного устаткування.

Таблиця 2

Характеристика пневмоапаратів для технологічного устаткування

Обрані експертами параметри якості	Кількісні характеристики			
	піз	пі	нік	аі
Потужність	100	90	80	0,7
Довговічність, років	10	5	8	0,1
Дизайн, бали	10	5	10	0,2

На основі табл. 2 визначимо конкурентоспроможність пневмоапаратів для технологічного устаткування.

$$K = \sum a_i \frac{n_i}{n_i^*} = 0,7 \frac{90}{100} + 0,1 \frac{5}{10} + 0,2 \frac{5}{10} = 0,63 + 0,05 + 0,10 = 0,78$$

$$K_k = \sum a_i \frac{n_i^k}{n_i^*} = 0,7 \frac{80}{100} + 0,1 \frac{8}{10} + 0,2 \frac{10}{10} = 0,56 + 0,08 + 0,2 = 0,84$$

$\Pi_k = 20$ тис. грн., а $\Pi = 22$ тис. грн. Цих даних досить, щоб розрахувати інтегральний показник конкурентоспроможності пневмоапаратів для технологічного устаткування ВАТ «Полтавський автоагрегатний завод».

$$\overline{K\overline{C}} = (K \cdot \Pi_k) / (K_k \cdot \Pi) = (0,78 \cdot 20 \cdot 103) / (0,84 \cdot 22 \cdot 103) = 0,84$$

Виходячи з вище проведених розрахунків можна зробити наступні висновки:

а) оскільки $K < K_k$ це означає, що ВАТ «Полтавський автоагрегатний завод» програє конкуренцію ще на стадії створення товару й повинна вжити заходів до зміни технічних параметрів виробу й наближення їх до еталонної моделі;

б) якщо ніякі зміни в товарі ВАТ «Полтавський автоагрегатний завод» вже неможливі, то вкладати в нього гроші недоцільно;

в) крім збільшення K для підвищення конкурентноздатності завжди непогано переглянути можливості зниження ціни Π .

При цьому, відразу можна відповісти на запитання якою повинна бути ціна Π для забезпечення конкурентноздатності пневмоапаратів для технологічного устаткування на ринку. Для цього треба скористатися вищенаведеними рекомендаціями й вважати, що конкурентоспроможність повинна бути більше, ніж 1,4.

$$1,4 = (K \cdot \Pi_k) / (K_k \cdot \Pi) = (0,78 \cdot 20) / (0,84 \cdot \Pi);$$

$$\Pi = (0,78 \cdot 20) / (1,3 \cdot 0,84) = 14,3$$

Розглянемо тепер з урахуванням вище наведеного алгоритму стратегії підвищення конкурентноздатності пневмоапаратів для технологічного устаткування.

Прийmemo, що $\Pi = \Pi_k = 20$ тис. грн. і використовуючи вже розраховані значення K та K_k , визначимо, як базову величину для подальшого аналізу.

$$\overline{K\overline{C}} = \frac{K \cdot \Pi_k}{K_k \cdot \Pi} = \frac{0,78 \cdot 20}{0,84 \cdot 20} = 0,928.$$

При цьому приймалося $\Pi = \Pi_k = 20$ тис. грн.

Переконавшись, що отримане в розрахунку значення менше необхідного значення, рівного 1,4, приступаємо до пошуку напрямків підвищення величини. Спочатку складемо перелік можливих дій:

а) збільшити K за рахунок зниження ціни Π ;

- б) збільшити КС за рахунок поліпшення дизайну;
- в) збільшити КС за рахунок збільшення довговічності.

Збільшення потужності двигуна до 100 л.с. як напрямок підвищення КС, тримаємо в резерві, тому що двигуни надходять по комплектації. Розглядаємо кожне з напрямків докладніше.

- а) Виходячи з рекомендацій бажаного значення КС розраховуємо конкурентну ціну нашого виробу.

$$1,4 = \frac{K \cdot C_k}{K_k \cdot C} = \frac{0,78 \cdot 20}{0,84 \cdot C}; \quad C = \frac{0,78 \cdot 20}{0,84 \cdot 1,4} = \frac{15,6}{1,17} = 13,26$$

Далі виявляємо собівартість (15,38 тис. грн.) і рівень прибутку в ціні стосовно собівартості (30%). Враховуємо, що ПДВ і мито рівні 0, а транспортні витрати для простоти в першому розрахунку враховувати не будемо. Як видно з розрахунку навіть при нульовому прибутку конкурентна ціна продукту ВАТ «Полтавський автоагрегатний завод» менше собівартості, що неможливо.

Встановлюємо ціну C на рівні 18 тис. грн., тоді прибуток буде дорівнювати 2,62 тис. грн. або 17,03% від собівартості. При цьому буде дорівнювати:

$$K_C = \frac{K \cdot C_k}{K_k \cdot C} = \frac{0,78 \cdot 20}{0,84 \cdot 18} = \frac{15,6}{15,12} = 1,031$$

Робимо перший висновок: за рахунок зниження ціни можна підвищити конкурентоспроможність, але цього зниження недостатньо для виходу продукту на ринок.

- б) Дослідимо, що нам дасть збільшення дизайну до 8 балів (обережна оцінка) з урахуванням зміни ціни до 18 тис. грн.:

$$K = \sum a_i \frac{n_i}{n_i^*} = 0,63 + 0,05 + 0,2 \frac{8}{10} = 0,84$$

$$K_C = \frac{K \cdot C_k}{K_k \cdot C} = \frac{0,84 \cdot 20}{0,84 \cdot 18} = 1,11$$

Знову $K_C < 1,4$, отже за рахунок перших двох напрямків досягти бажаного результату не вдається.

- в) Відразу спробуємо визначити необхідне значення довговічності з урахуванням змін у ціні й у дизайні, позначивши шукане значення довговічності через x .

$$1,4 = \frac{K \cdot 20}{0,84 \cdot 18}; \quad K = \frac{1,4 \cdot 0,84 \cdot 18}{20} = 1,0584.$$

$$K = 1,0584 = 0,63 + 0,1 \frac{x}{10} + 0,16 \quad x = 26.$$

Оскільки таке значення довговічності недосяжне, повертаємося до перших двох напрямків. Знижуємо ціну до 16 тис. грн. (при цьому рентабельність знизиться до 4%), приймаємо значення показників за дизайном - 9 балів, за довговічністю - 10 років. При цьому $K = 0,63 + 0,1 + 0,18 = 0,91$

$$\overline{K\overline{C}} = \frac{K \cdot \overline{C}_k}{K_k \cdot \overline{C}} = \frac{0,91 \cdot 20}{0,84 \cdot 16} = \frac{18,2}{13,44} = 1,354$$

Можна зробити висновок, що в цьому випадку спроба вивести продукт ВАТ «Полтавський автоагрегатний завод» на конкурентний ринок майже досяжна. Однак видно, що не змінюючи технологію виробництва й обігу, а з нею пов'язані й завищені витрати виробництва й обігу, забезпечити стійке положення продукту ВАТ «Полтавський автоагрегатний завод» на ринку досить важко.

Залишається тільки використати останній резерв і збільшити до 100 л.с. потужність пневмоапарату технічного устаткування, що дозволить збільшити на 0,07 значення якості K. При цьому величина також збільшиться:

$$\overline{K\overline{C}} = \frac{0,98 \cdot 20}{0,84 \cdot 16} = \frac{19,6}{13,44} = 1,458$$

Задіявши всі резерви ми наблизилися до бажаного результату, але не будемо забувати, що поліпшення дизайну, збільшення довговічності й заміна двигуна на потужніший, все це зажадає збільшення собівартості, а резерв по рентабельності практично обраний повністю.

Таким чином, використання вищенаведеного алгоритму страхує ВАТ «Полтавський автоагрегатний завод» від капіталовкладень у неконкурентоспроможну продукцію й забезпечує йому пошук стійких позицій на ринку.

Висновки. В результаті проведеного дослідження зроблено наступні висновки:

1. Управління конкурентоспроможністю підприємства являє собою певний аспект менеджменту підприємства, спрямованого на формування, розвиток та реалізацію конкурентних переваг та забезпечення життєздатності підприємства як суб'єкта економічної

конкуренції. Основою управління конкурентоспроможністю підприємства є концептуальні положення сучасної економічної та управлінської теорії, зокрема - ключові положення теорії ринку, теорії конкуренції та конкурентних переваг, концепції стратегічного управління.

2. На основі аналізу конкурентоспроможності продукції ВАТ «Полтавський автоагрегатний завод» розроблено наступні рекомендації, які спрямовані на підвищення ефективності продукції ВАТ «Полтавського автоагрегатного заводу»:

- створенню сприятливого конкурентного середовища для ВАТ «Полтавський автоагрегатний завод» можуть сприяти заходи, спрямовані на удосконалення цінової, податкової, облікової політики держави;

- використання на рівні галузі стратегії кооперації з провідними виробниками продукції з метою входження до розвинутого ринку країн Західної Європи. Цьому сприяють конкурентні переваги ВАТ «Полтавський автоагрегатний завод» щодо вартості робочої сили і металоконструкцій, наявність значних виробничих потужностей і конкурентні переваги західноєвропейських виробників щодо навісного обладнання, систем безпеки, знання місцевого ринку і т.п.

Таким чином, проведені дослідження дають нам підстави вважати, що система запропонована в проведених дослідженнях є не точним розрахунком, але матрицею, на якій у ВАТ «Полтавський автоагрегатний завод» побудована ефективна інноваційна товарна політика й раціональна система ціноутворення підприємства. Підприємство має всі можливості по провадженню інноваційної політики для підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Література.

1. Войчак А.В. Камішніков Р.В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація // Маркетинг в Україні. – 2005. – №2. – С. 50-53.
2. Должанський І.З., Загорна Т.О. Конкурентоспроможність підприємства: Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
3. Котельников Д.І., Задорожна С.М. Управління конкурентоспроможністю. Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. – К.: Видавничий Дім «Слово», 2004. – 168 с.
4. Язвінська Н.В. Конкурентний потенціал та ринкові бар'єри як складові конкурентоспроможності підприємства // Теорія Мікро-Макроекономіки. Збірник Наукових праць професорсько-викладацького складу і аспірантів. Випуск 18 – 2005. – С. 284-290.