

УДК 339.137.22.25.001.73(100):629.351

Латишев К.О.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу**Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського***Пирогов Д.Л.***кандидат технічних наук,
доцент кафедри економіки**Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського*

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОЮ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ВАЖКОГО АВТОМОБІЛЕБУДУВАННЯ

У статті висвітлюється проблема підвищення міжнародної конкурентоспроможності продукції автомобілебудівного підприємства, вирішення якої сприятиме залученню новітніх технологій, створенню нових робочих місць, зростанню експортних можливостей країни, розширенню асортименту продукції. На основі аналізу підходів до визначення основних чинників впливу на рівень конкурентоспроможності продукції автомобілебудування розроблено їх класифікацію, що дозволяє виявити сильні та слабкі сторони діяльності підприємств досліджуваної галузі, та спонукає розробці заходів щодо підвищення її міжнародної конкурентоспроможності. Розроблено організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю продукції автомобілебудівного підприємства, основою якого є сукупність елементів, взаємодія яких визначає здатність підприємства відповідати вимогам конкурентного середовища, зовнішнім та внутрішнім чинникам світового авторинку, інтересам національної економіки та мінливим споживчим уподобанням.

Ключові слова: міжнародна конкурентоспроможність продукції, автомобілебудування, управління, конкурентне середовище, світовий авторинок.

Латышев К.А., Пирогов Д.Л. ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТЯЖЕЛОГО АВТОМОБИЛЕСТРОЕНИЯ

В статье освещается проблема повышения международной конкурентоспособности продукции автомобилестроительного предприятия, решение которой будет способствовать привлечению новейших технологий, созданию новых рабочих мест, росту экспортных возможностей страны, расширению ассортимента продукции. На основе анализа подходов к определению основных факторов влияния на уровень конкурентоспособности продукции автомобилестроения разработана классификация, позволяющая выявить сильные и слабые стороны деятельности предприятий исследуемой отрасли и побуждающая к разработке мероприятий по повышению международной конкурентоспособности продукции. Разработан организационно-экономический механизм управления конкурентоспособностью продукции автомобилестроительного предприятия, основой которого является совокупность элементов, взаимодействие которых определяет способность предприятия отвечать требованиям конкурентной среды, внешним и внутренним факторам мирового авторынka, интересам национальной экономики и меняющимся потребительским предпочтениям.

Ключевые слова: международная конкурентоспособность продукции, автомобилестроение, управление, конкурентная среда, мировой авторынok.

Latyshev K.A., Pyrogov D.L. IMPROVING THE MANAGEMENT OF INTERNATIONAL COMPETITIVENESS OF PRODUCTION HEAVY AUTOMOTIVE

The article reveals the problem of increasing international competitiveness of automobile enterprise, the resolution of which will attract new technologies, create new jobs, increase export opportunities for the country, expand the product range. Based on the analysis of approaches to determine the main factors influencing the level of competitiveness of automotive products was developed their classification, which allows to identify the strengths and weaknesses of the companies studied area, and encourages the development of measures to improve international competitiveness. Was developed organizational and economic management mechanism of competitiveness on automobile enterprise, basis of which is set of elements whose interaction determines the company's ability to meet the demands of the competitive environment, external and internal factors of the global automotive market, the interests of the national economy and changing consumer preferences.

Keywords: international competitiveness of products, automotive, management, competitive environment, the global car market.

Постановка проблеми. Під час здійснення діяльності вітчизняних машинобудівних підприємств на світовому ринку особливо актуальним питанням національного масштабу є підвищення міжнародної конкурентоспроможності їх продукції. Міжнародна конкуренція сприяє залученню новітніх технологій, створенню нових робочих місць, зростанню експортних можливостей країни, розширенню асортименту продукції. Багаторічний досвід провідних автомобільних компаній свідчить, що здобути успіх на зовнішньому ринку можна за рахунок більш високої якості або низьких цін. Для будь-якої країни наявність однієї національної автомобілебудівної компанії на світовому ринку вантажівок є свідченням значного рівня науково-технічного розвитку її еко-

номіки. Конкурентна автівка – це результат ефективної кооперації автовиробників із багатьма підприємствами суміжних галузей. Холдингова компанія «АвтоКрАЗ» є єдиним міжнародним брендом важкого автомобілебудування України. Її автомобілі користуються попитом як в Україні, так і у багатьох країнах ближнього та дальнього зарубіжжя. Аналіз характеристик зарубіжних вантажівок, які є аналогами автомобілів КрАЗ, дозволяє стверджувати, що вітчизняна автомобільна продукція за деякими специфічними показниками не відповідає сучасним світовим вимогам. Отже, виникає необхідність розробки відповідних заходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності продукції вітчизняних автовиробників на міжнародному ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми конкурентоспроможності вивчаються на міжнародному рівні. Вагомий внесок у розробку теоретико-методологічних засад конкурентоспроможності зробили І. Ансофф, Р. Вентуччі, А. Дайан, Ф. Котлер, Л. Нассер, Р. Пейс, Р. Ротвелл, Б. Скотт, Й. Шумпетер. Актуальним питанням конкурентних відносин у вітчизняній економіці присвячені роботи І. Балабанової, І. Вовк, Ю. Іванова, О. Кратта, Н. Красностанової, П. Перерви, І. Цветкової, В. Юхименко. Серед авторів з країн СНД конкурентні відносини досліджували А. Дагаєв, О. Попова, Е. Торгунаков, Р. Фатхутдінов, Л. Шеховцева, О. Шигапова, А. Юданов. Зростання конкурентоспроможності підприємства залежить, з одного боку, від управлінських рішень на рівні самих підприємств, з іншого – від державної та регіональної політики у сфері створення відповідного економіко-правового середовища й державної підтримки зусиль суб'єктів господарювання щодо управління їх конкурентоспроможністю.

Постановка завдання. Мета даного дослідження полягає в розробці механізму управління міжнародною конкурентоспроможністю продукції підприємств важкого автомобілебудування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Підвищення конкурентоспроможності підприємства потрібно розглядати як довготерміновий послідовний процес пошуку й реалізації управлінських рішень у всіх сферах його діяльності, здійснюваний плановірно, відповідно до обраної стратегії довготермінового розвитку, зі врахуванням змін у зовнішньому оточенні та стану засобів самого підприємства, і внесенням відповідних коректив [1, с. 43-244]. Саме тому у сучасних умовах функціонування підприємств, коли існує загострення конкуренції на ринку сировини та продукції, виникає необхідність формування організаційно-економічного механізму підвищення конкурентоспроможності продукції підприємств автомобілебудівної галузі, який представляє собою сукупність організаційно-правових та соціально-економічних взаємодіючих елементів та інструментів, що сприяє посиленню конкурентних переваг та забезпеченню конкурентоспроможності автомобілебудівних підприємств в цілому. Однією з важливих передумов формування організаційно-економічного механізму підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства є визначення сукупності чинників, вплив яких може підвищувати та знижувати її загальний рівень. Аналіз таких чинників допомагає виявити сильні й слабкі сторони діяльності як самого підприємства так і його конкурентів, розробити заходи щодо підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства [2, с. 58]. На основі аналізу різних підходів до визначення основних чинників [1; 3; 4; 5], які впливають на рівень конкурентоспроможності продукції автомобілебудівного підприємства, розроблена і представлена їх класифікація (рис. 1). Таким чином, на конкурентоспроможність продукції підприємств автомобілебудівної галузі впливає ряд чинників, які можна віднести у три групи: техніко-

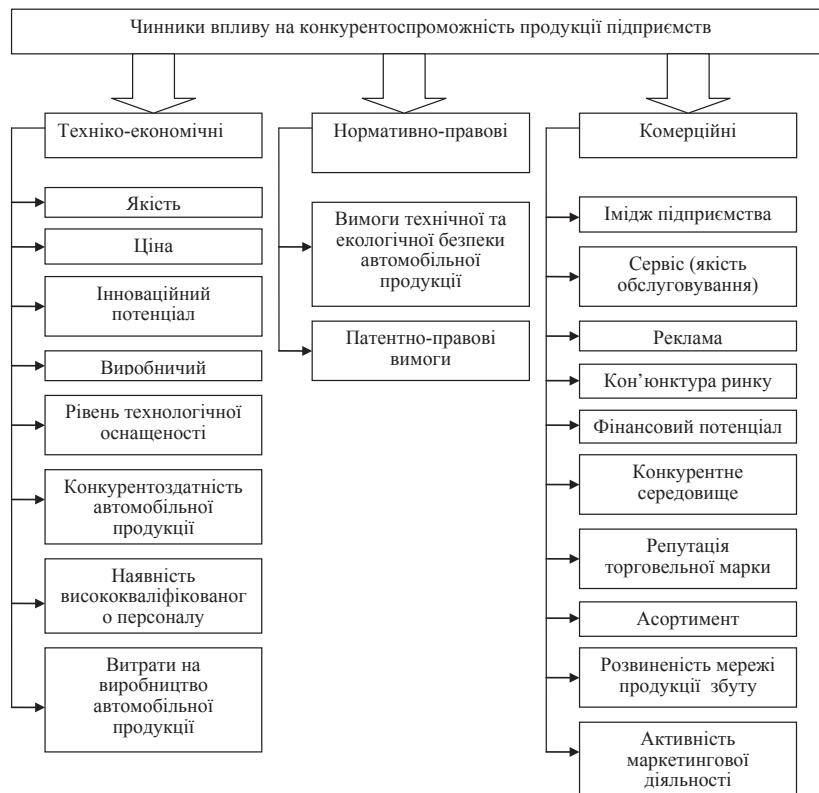


Рис. 1. Класифікація чинників конкурентоспроможності продукції автомобілебудівних підприємств

економічні, нормативно-правові та комерційні. Техніко-економічні чинники включають якість, ціну реалізації та витрати на виробництво автомобільної продукції, рівень технологічної оснащеності, забезпечення висококваліфікованим персоналом, що в сукупності впливає на виробництво якісної продукції. У свою чергу, комерційні фактори включають кон'юнктуру ринку, рівень обслуговування, розвиток маркетингової діяльності на підприємстві, наявність і дієвість рекламної політики, імідж підприємства та репутація торговельної марки, що характеризує умови реалізації автомобільної продукції на конкретному ринку.

Тому в умовах посилення конкуренції високого рівня невизначеності й ризику вітчизняних ринків вважаємо за доцільне рекомендувати українським підприємствам систему управління конкурентоспроможністю продукції підприємства, яка являє собою специфічну багатофункціональну та багатокомпонентну систему, що складається з комплексу взаємопов'язаних блоків, що відчують на собі вплив зовнішніх та внутрішніх чинників і створюють певну цілісність [6, с. 162]. Основними видами ресурсів, що використовуються підприємством для здійснення виробничо-господарської діяльності, а відтак і забезпечення належного рівня його конкурентоспроможності пропонується виділяти такі [7]: 1. Технічні ресурси. Це, насамперед, основні фонди: обладнання, устаткування, будівлі, споруди, виробничі площі, інвентар. 2. Технологічні ресурси – використовувані технології та особливості організації виробничого процесу, динамічність технологічних змін, інновацій, наявність конкурентоспроможних ідей та наукових розроблень. 3. Матеріальні ресурси. Це сировина, матеріали, особливості їхнього використання, обробки, збагачення, утилізації. 4. Трудові

ресурси. Люди, здатні до праці, становлять основний елемент продуктивних сил суспільства, оскільки саме вони сполучають засоби і предмети праці, і в результаті трудових зусиль створюється готова продукція. 5. Фінансові ресурси. Придбання технічних і матеріальних ресурсів та найм робочої сили неможливо здійснити без важливого елемента фінансових ресурсів – грошових коштів. 6. Нематеріальні ресурси. Вони забезпечують економічну користь протягом тривалого періоду, але не мають матеріальної основи для отримання доходів. 7. Просторові ресурси. Це характер виробничих приміщень й території підприємства, наявність і стан комунікацій, можливість їх розширення, місцезнаходження і розташування підприємства, відстань від постачальників та споживачів, наближеність до транспортних шляхів. 8. Інформаційні ресурси. Важливе значення мають характер інформації, доступ до неї, можливість розширення інформації і підвищення її ймовірності та інше. 9. Час. Він є специфічним і, на відміну від інших, не відновлюваним ресурсом. 10. Ресурси організаційної структури управління – характер та гнучкість керівної системи, способи підпорядкування, обсяги повноважень та відповідальності, швидкість проходження керівних впливів.

Під організаційно-економічним механізмом управління конкурентоспроможністю продукції автомобілебудівних підприємств необхідно розуміти сукупність елементів, взаємодія яких визначає здатність підприємства відповідати вимогам конкурентів, наблизеність до транспортних шляхів. 8. Інформаційні ресурси. Важливе значення мають характер інформації, доступ до неї, можливість розширення інформації і підвищення її ймовірності та інше. 9. Час. Він є специфічним і, на відміну від інших, не відновлюваним ресурсом. 10. Ресурси організаційної структури управління – характер та гнучкість керівної системи, способи підпорядкування, обсяги повноважень та відповідальності, швидкість проходження керівних впливів.

Під організаційно-економічним механізмом управління конкурентоспроможністю продукції автомобілебудівних підприємств необхідно розуміти сукупність елементів, взаємодія яких визначає здатність підприємства відповідати вимогам конкурентів

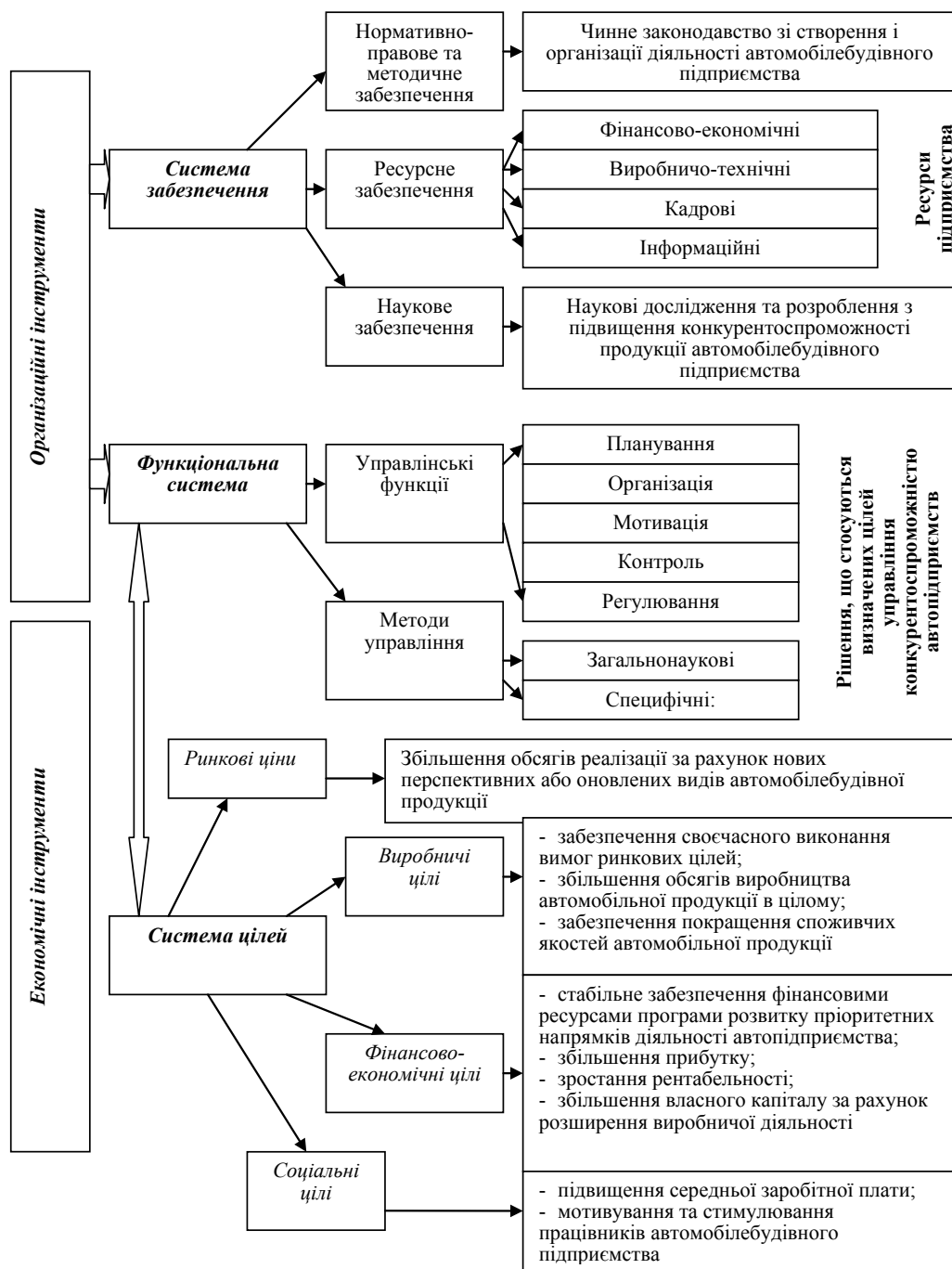


Рис. 2. Організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю продукції автомобілебудівного підприємства

ного ринку, запитам покупців, протистояти іншим виробникам, що поставляють на ті ж ринки аналогічні товари. Виходячи з вищенаведеного визначення поняття організаційно-економічного механізму, доцільно виділити три його компонентні складові: систему забезпечення, функціональну систему, цільову систему, які забезпечують управління підвищенням конкурентоспроможності продукції підприємств автомобілебудівної галузі (рис. 2). Система забезпечення являє собою нормативно-правове, ресурсне та наукове забезпечення управління підвищенням конкурентоспроможності продукції автомобілебудівного підприємства, на основі визначення його ресурсного потенціалу, використання розроблених нововведень та регулювання діяльності на основі вимог чинного законодавства. Функціональна система базується на організації та здійсненні управлінського процесу, яка включає виділення функцій, методів управління та відповідних управлінських рішень, що впливають на систему цілей діяльності підприємства. У свою чергу, реалізація управлінських рішень із забезпечення підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства автомобілебудівної галузі залежить від таких функцій, як планування, організація, мотивація, контроль та регулювання виробничого процесу. Наступним етапом управлінського процесу забезпечення підвищення конкурентоспроможності продукції є перетворення методів управління у відповідні управлінські рішення. Управлінське рішення – це результат застосовуваних методів менеджменту, на основі яких організовується і скеровується у певне русло діяльність трудового колективу, що забезпечує досягнення мети, поставленої перед підприємством. Практикою перевірено, що на даний момент на більшості підприємств автомобілебудівного виробництва при прийнятті управлінських рішень керівництво намагається робити ставку на якнайшвидшому отриманні прибутку, а не на довготермінову перспективу, що відповідно призводить до відсутності інвестицій в інноваційну діяльність підприємств. Розвиток підприємництва у напрямку максимізації прибутку сприяє ігноруванню критеріїв збільшення вартості власного капіталу як необхідної умови для стійкого розвитку. З огляду на це необхідно розвинути стратегічне управління, що базується на вартісному підході [9, с. 205]. Не менш важливим елементом організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю продукції автомобілебудівного підприємства є система цілей, від правильного визначення якої залежить його успішне функціонування. Загалом цілі управління конкурентоспроможністю продукції підприємства автомобілебудівної галузі пропонується структурувати таким чином [8, с. 27]: ринкові цілі (критерії: частка ризику, обсяг реалізації, зміна пропорцій, пріоритетів у товарній політиці); виробничі цілі (критерії: обсяг виробництва, показники якості); фінансово-економічні цілі (критерії: прибуток, рентабельність, фінансова стійкість, приріст власності тощо); соціальні цілі (критерії: рівень життя працівників, заробітна плата, соціальний захист та інше). У результаті проведеного

дослідження було встановлено, що існує ряд чинників, які можуть позитивно та негативно впливати на конкурентоспроможність продукції автомобілебудівних підприємств. Запропоновано класифікувати ті чинники за трьома групами: техніко-економічні, нормативно-правові та комерційні. Проведення аналізу їх впливу на діяльність підприємства дозволить своєчасно виявити слабкі сторони, розробити та застосувати заходи по підвищенню конкурентоспроможності його продукції. Саме тому з метою ефективного та стабільного функціонування, необхідно створення систем управління підприємством, які повинні бути адаптовані до ринкових відносин.

Висновки з проведеного дослідження. Запропонований механізм управління конкурентоспроможністю продукції підприємств автомобілебудівної галузі представляє собою сукупність організаційно-економічних інструментів, які на організаційному рівні забезпечують реалізацію управлінських функцій, що направлені на досягнення цілей управління підприємством. У свою чергу, економічна складова механізму забезпечує досягнення результатів діяльності за рахунок правильного використання елементів систем забезпечення та функціонування, що в цілому дозволить підвищити рівень конкурентоспроможності продукції підприємств важкого автомобілебудування.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Міценко Н.Г. Конкурентоспроможність і конкурентні переваги підприємства в сучасних ринкових умовах / Н.Г. Міценко, О.С. Смик // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19.3. – С. 243–247.
2. Бондаренко С.А. Про механізм формування конкурентоспроможності продукції промислового підприємства. / С.А. Бондаренко, В. Боній // Економіка підприємств. – 2001. – Вип. 9 – С. 58–59.
3. Печеркина Е.В. Классификация факторов конкурентостойкости предприятия / Е.В. Печеркина // Вестник ОГУ. – 2005. – № 8. – С. 89–95.
4. Гаркавенко С.С. Маркетингові дослідження в системі управління конкурентоспроможністю продукції / С.С. Гаркавенко // Збірник наукових праць Східноукраїнського національного ун-ту ім. В. Даля. – Луганськ : СНУ, 2002. – № 8. – С. 38–44.
5. Харченко Т.Б. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств як засіб ринкового реформування економіки // АПЕ. – 2003. – № 2. – С. 70–73.
6. Козакевич А.С. Організаційно-економічний механізм системи управління конкурентоспроможністю підприємства / А.С.Козакевич // АПЕ. – 2006. – № 5. – С. 161–166.
7. Вовк І. Класифікація ресурсів підприємства. Сучасні підходи [Електронний ресурс] / І. Вовк // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2011. – Вип. 1(4). – Режим доступу до журн. : <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2011/11vipssp.pdf>.
8. Торгунаков Е.А. Управление конкурентоспособностью предпринимательских структур в условиях трансформации рыночной среды: автореф. дис. канд. экон. наук: спец. 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством / Е.А. Торгунаков; Санкт-Петербургская академия управления и экономики. – Ст.-Петербург, 2011. – 30 с.
9. Мельник Л. Організаційно-економічний механізм управління забезпеченням конкурентоспроможності підприємства меблевого / Л. Мельник, А. Грод // Соціально- економічні проблеми і держава. – 2012. – Вип. 2(7). – С. 200–208.