

промислових підприємств в сучасних умовах/ Н.Є. Каличева, С.Є. Бохан// Науковий огляд. Науковий журнал. – Київ, ТОВ «Меганом», 2017. – Вип. 5 (37). С. 5 – 15.

14. Дикань В.Л. Розвиток промислового потенціалу українських підприємств / В.Л. Дикань// Вісник економіки транспорту і промисловості: збірник наукових праць. – Харків: УкрДАЗТ. - 2014. - Вип. 46. - С. 136 - 142.

15. Ринок інформаційних технологій у 2016 році: шлях крізь терни // Ракурс [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ua.racurs.ua/1070-rynok-informaciyh-tehnologiy-u-2016-roci-shlyah-kriz-ternu>

16. Ринок АСК ТП // Комп'ютерворд [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.osp.ru/cw/2000/08/3349/>

УДК 656.078.8:629.48

DOI: <https://doi.org/10.18664/338.47:338.45.v0i59.113543>

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ ВАГОНОБУДУВАННЯ

Кузуб А.В., аспірант (УкрДУЗТ)

В статті проаналізовано такі поняття як «конкуренція» та «конкурентоспроможність». Надана класифікація факторів конкурентоспроможності підприємств вагонобудівної галузі, яка підрозділяється на внутрішні: НІОКР, виробництво, персонал та зовнішні: імідж, здатність реагувати на ринкову ситуацію.

Запропоновано заходи, які сприяють підвищенню конкурентоспроможності не тільки вагонобудівних підприємств, але й вітчизняної економіки загалом.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, вагонобудівні підприємства, виробництво.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ВАГОНОСТРОЕНИЯ

Кузуб А.В., аспирант (УкрГУЖТ)

В статье проанализированы такие понятия как «конкуренция» и «конкурентоспособность». Предоставленная классификация факторов конкурентоспособности предприятий вагоностроительной отрасли, которая подразделяется на внутренние: НИОКР, производство, персонал и внешние: имидж, способность реагировать на рыночную ситуацию.

Предложены мероприятия, которые способствуют повышению конкурентоспособности не только вагоностроительных предприятий, но и отечественной экономики в целом.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, вагоностроительные предприятия, производство.

THEORETICAL BASIS OF COMPETITIVENESS OF DOMESTIC ENTERPRISES OF WAGON-BUILDING

Kuzub A.V., postgraduate student (USURT)

The article analyzes such concepts as "competition" and "competitiveness". Given their definition, competition - is a rivalry between the producers of goods and services for the best, economically advantageous conditions for the production and sale of products to meet the needs of consumers. Competitiveness of wagon-building enterprises is the ability of an enterprise to provide higher efficiency of production, which uses a higher priority of consumers in the conditions of effective economic activity and its practical, profitable realization in the conditions of a particular market.

The classification of factors of competitiveness of enterprises of the railcar industry is divided into internal ones: R & D, production, personnel and external: image, ability to react to market situation.

The measures, which promote competitiveness increase not only of car-building enterprises, but also of the domestic economy as a whole, are offered.

Keywords: *competition, competitiveness, car manufacturing enterprises, production.*

Постановка проблеми. Для економіки України особливе значення має галузь вагонобудування, яка є однією з основних ланок промислового виробництва України та має значний потенціал для забезпечення потреб світового ринку та ринку країн СНД.

Конкурентоспроможність одна з найважливіших умов, яка забезпечує сталий розвиток галузі. В умовах глобалізації світової економіки глобалізується і конкуренція підприємств. Практично, це завжди конкуренція з відомими світовими виробниками. Сьогодні не можна розраховувати на те, що знайдеться ринок, недоступний для світових виробників, тому проблема забезпечення конкурентоспроможності вагонобудівних підприємств потребуватиме постійних рішучих дій для свого вирішення.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Дослідження питання теоретичних основ конкурентоспроможності підприємств висвітлені в працях таких зарубіжних та вітчизняних вчених: Г.Л. Азоев, В.Л. Дикань, І.З. Должанський, Т.О. Загорна, Ю.Б. Іванов, Н.Є. Каличева,

Г.Я. Кіперман, М.Портер, Р.А. Фатхутдінов, І.П. Фамінский, С.О. Шевельова, З.Є. Шершньова [14].

Мета статті полягає в аналізі та виявленні теоретичних основ конкурентоспроможності вітчизняних підприємств вагонобудівних підприємств.

Виклад основного матеріалу Дослідження «конкурентоспроможності підприємства» передбачає з'ясування сутності категорії «конкуренція», оскільки вони тісно взаємозв'язані як в етимологічному, так і в чисто логічному сенсі – про конкурентоспроможність можна говорити тільки при наявності конкуренції між виробниками певної продукції.

Виникнення і розвиток суспільства супроводжується формуванням явища конкуренції, яка є одним із постійно діючих чинників його прогресивного руху вперед. Конкуренція змушує суб'єктів підприємницької діяльності не зупинятися на досягнутому, а постійно самовдосконалюватися, знижати витрати на виробництво, покращувати якість продукції, що пропонуються на ринку, підвищувати свою конкурентоспроможність.

В працях більш пізнього періоду, конкуренція трактується, перш за все, як суперництво:

1. суперництво, боротьба за досягнення кращих результатів будь – якої діяльності;

2. боротьба між фірмами (підприємствами) за найбільш вигідні умови виробництва та збуту продукції;

3. боротьба між країнами за джерела сировини, ринки збуту і сфери положення капіталу.

Існують і інші визначення поняття «конкуренція», одне з них надає нам вітчизняний науковець В.Л. Дикань: під конкуренцією слід розуміти процес суперництва між учасниками господарського обігу та ринку, коли не один з них не може впливати на загальні умови реалізації на ринку даного товару [2].

Отже, на думку автора в сучасних умовах господарювання, конкуренція – являє собою суперництво між виробниками товарів та послуг за кращі, економічно вигідні умови виробництва та реалізації продукції для задоволення потреб споживачів.

Розглянемо погляди різних науковців до визначення поняття конкурентоспроможності.

В вітчизняній економіці, вчений, який розглядав конкурентоспроможність підприємства являється Дикань В.Л. - забезпечення конкурентоспроможності неминуче зв'язано з підвищенням ефективності виробництва, останнє являється законом для підприємницької діяльності. Економічна ефективність передбачає, що підприємство буде отримувати даний обсяг виробництва товарів чи послуг при найменших витратах.

Так під конкурентостійкістю товару чи продукції розуміють, по-перше, відносну характеристику товару, яка відображає його відмінність в кращу сторону від товару фірми-конкурента, по-

друге, витрати на виробництво, реалізацію і експлуатацію (споживчу ціну) товару. Таким чином, конкурентоспроможність товару визначає реальну можливість збуту даного товару на конкретному ринку (внутрішньому чи зовнішньому) [2].

Класиком теорії конкуренції і конкурентоспроможності по праву вважається М. Портер, вагомим внеском якого є дослідження поняття «конкурентних переваг» – ключових факторів успіху, характерних для певного підприємства (галузі) чинників, що дають йому переваги над конкурентами (іншими галузями), наприклад, у боротьбі за інвестиції за рахунок більшої прибутковості або швидкості обороту капіталу тощо. Він писав, що конкурентні переваги поділяються на два основних види: більш низькі витрати та диференціація товарів [7].

Аналізуючи різні підходи до пояснення природи конкурентоспроможності підприємства й національної економіки, Портер дійшов висновку, що конкурентна перевага як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках залежить від наявності й ефективності використання ресурсів, що перебувають у розпорядженні фірми. Причому комбінація ключових факторів успіху не є постійною та універсальною для всіх галузей промисловості. Кожна окрема галузь має свої специфічні вимоги до такої комбінації.

З.Є. Шершньова, С.В. Оборська визначають: «Конкурентоспроможність підприємства – рівень його компетенції відносно інших підприємств-конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу певної спрямованості, а також його окремих складових: технології, ресурсів, менеджменту (особливо – стратегічного поточного планування), навичок і знань персоналу тощо, що знаходить вираження в таких результативних показниках, як

якість продукції, прибутковість, продуктивність тощо.

Конкурентоспроможність продукції – ступінь її відповідності на певний момент вимогам цільових груп споживачів або обраного ринку за найважливішими характеристиками: технічними, економічними, екологічними тощо» [11].

На думку Ю.Б. Іванова: «Під конкурентоспроможністю, по-перше, розуміють ступінь відповідності конкретного товару в кожний даний момент часу вимогам обраного ринку за технічними, економічними і іншими характеристиками. По-друге, це комплекс факторів, що відображають як техніко-економічні характеристики продукції, так і умови їхньої реалізації. По-третє, під конкурентоспроможністю товару розуміється комплекс споживчих і вартісних характеристик, у зв'язку з якими відбувається розподіл попиту між даним товаром і іншими товарами, що обертаються на ринку [4].

Конкурентоспроможність підприємства – це можливість ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку, тобто основна увага приділяється фінансовій стороні діяльності підприємства, зазначає Азоев Г.Л. [1].

Українські вчені І. Должанський та Т. Загорна трактують конкурентоспроможність підприємства як здатність виробляти й реалізовувати продукцію швидко, в достатній кількості, при високому технологічному рівні обслуговування та як можливість ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку [3].

Як зазначає Р.А. Фатхутдінов, конкурентоспроможність є властивістю об'єкта та системи сервісу, що характеризується ступенем реального або потенційного задоволення ним конкретної

потреби у порівнянні з аналогічними об'єктами на даному ринку. [8].

Кіперман А.Я. трактує конкурентоспроможність підприємства як здатність протистояти на ринку іншим виробникам і постачальникам аналогічної продукції за ступенем задоволення своїми товарам [6].

Ліпсіц І.В., Фамінський І.П. визначають конкурентоспроможність підприємства як можливість запропонувати товар, який задовольнить конкретні вимоги споживача відносно якості та вигідних умов [9].

Незважаючи на наведені положення, вважаємо, що ґрунтувати визначення конкурентоспроможності підприємства лише на предметі конкуренції є спрощеним розумінням даної категорії, адже такі визначення передбачають як основу концепцію конкурентоспроможності товару та в меншому ступені відображають результативність діяльності господарюючого суб'єкта.

На думку автора, в економічній науці не існує єдиної ознаки, яку можна було б розглядати як показник рівня конкурентоспроможності суб'єкта господарювання. В формах статистичної звітності промислових підприємств сьогодні відсутній як показник прогнозної здатності вести суперництво у ринкових умовах господарювання, тобто показник конкурентоспроможності, так і показник успішності фактичної конкурентної боротьби, тобто показник конкурентоспроможності.

Підходи до визначення поняття конкурентоспроможності підприємства являються різноманітними. Проаналізувавши та узагальнивши існуючу літературу можна дати наступне визначення для вагонобудівних підприємств: конкурентоспроможність підприємств – це здатність підприємства забезпечити більш високу ефективність виробництва, яка користується більш

пріоритетним попитом у споживачів за умови ефективної господарської діяльності та її практичної прибуткової реалізації в умовах конкретного ринку.

Значення параметрів конкурентоспроможності вагобудівної галузі на світовому ринку та ринках СНД залежать від впливу зовнішніх та внутрішніх факторів. Надавання великого значення дослідженню своїх сильних і слабких сторін для оцінювання реальних можливостей у конкурентній боротьбі й

розробленні заходів та накопичення коштів, за рахунок яких воно змогло б підвищити конкурентоспроможність і забезпечити свій успіх на ринку. У процесі такого дослідження використовують якісні та кількісні показники, які свідчать про ступінь стабільності підприємства, здатності випускати продукцію в оптимальному обсязі, яка користується попитом, а крім того, що забезпечує одержання намічених і стабільних результатів (рисунк 1).



Рис. 1. Фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємства

Зовнішні фактори – це такий вплив який зі сторони фірми неможливий або вкрай обмежений. Внутрішні – це ті, на які повністю або в значній мірі може впливати управління фірми [2].

До вищесказаного можна додати та виділити наступні фактори конкурентоспроможності вагобудівних підприємств:

1. НІОКР: якість наукових досліджень, що проводяться; можливість інновацій у виробничому процесі; можливість розробки нових удосконалених пасажирських та вантажних вагонів; оволодіння існуючими технологіями та

освоєння нових технологій виробництва. Вагомі кроки до НІОКР були застосовані в 2017 році. В вересні 2017 року було передано до експлуатації 7 оновлених купейних вагонів, що пройшли капітально-відновлювальний ремонт (КВР). До кінця року планується оновити 20 вагонів. В оновлених вагонах встановлено сучасні системи клімат-контролю, завдяки чому поїзна бригада має змогу підтримувати комфортну температуру у вагоні незалежно від того, яка погода надворі. Сучасні вакуумні туалети забезпечують чистоту і зручність для пасажирів, а також дозволяють зменшити забруднення

навколишнього середовища.

Вітчизняний майстер колісно-роликового цеху вагоно-ремонтного цеху Купянськ - Юрій Клейн виготовив обладнання, яке дозволяє виконувати ремонт буксового вузла без демонтажу внутрішніх кілець. Для ремонту цього вузла доводиться демонтувати внутрішні кільця роликів підшипників із шийок осей колісних пар, аби усунути виявлені дефекти. Ця робота копітка і забирає чимало часу (більше 2 годин). Із впровадженням обладнання для шліфування кілець роликів підшипників на шийці вісі колісних пар тривалість цієї операції становить лише півгодини.

2. Виробництво: низька собівартість продукції (досягнення економії на масштабах виробництва і т.д.); якість продукції (зниження кількості дефектів, зменшення потреб в ремонті); висока можливість використання виробничих потужностей; вигідне розташування підприємств вагонобудування; доступ до кваліфікованої робочої сили; висока продуктивність праці; спроможність виготовлення досить великої кількості вагонів. ПАТ «Українська залізниця» приділяє значну увагу оновленню рухомого складу. До кінця 2017 року на власній виробничій базі компанії буду капітально відремонтовано 91 вагон. Ще 62 одиниці пройдуть КВР на сторонніх підприємствах. А вже починаючи з наступного року, планується відновити по 200 одиниць щороку, що дає змогу суттєво підвищити рівень обслуговування пасажирів на Українській залізниці.

3. Персонал: організація і управління в області контролю за якістю; компетентність в області виробництва; здатність швидко трансформувати нові товари з стадії розробки в промислове виробництво. Для досягнення покращення роботи персоналу керівництво підприємств вагонобудівної галузі в вересні 2017 року для мотивування персоналу планує ввести додаткове преміювання робітників у розмірі

25-30% на місяць.

4. Організація: рівень інформаційних систем; здатність швидко реагувати на ринкову ситуацію, що змінюється; високоефективна стратегія управління на різних етапах виробництва. На думку автора важливим показником є те, що на передодні сезону масових перевезень нового врожаю 2017 року було відремонтовано понад 13,2 тис. найдефіцитніших піввагонів. Вагонобудівні філії ПАТ «Українська залізниця» продовжили будувати новий рухомий склад, а на заводах ПАТ «Української залізниці» на момент 2017 року вже виготовлено 664 піввагони та 2 окатишевози.

5. Інше: сприятливий імідж; вигідне розташування; організаційна культура на високому рівні.

Наведена класифікація хоча й у неявному вигляді теж підрозділяє характеристики конкурентоспроможності вагонобудівних підприємств на внутрішні (НЮОКР, виробництво, персонал) та зовнішні (імідж, здатність реагувати на ринкову ситуацію та інші).

Основними завданнями у сфері підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств вагонобудування можна визначити такі:

- усунення бар'єрів підприємницькій діяльності, зменшення податкового тиску;
- державна підтримка вагонобудівних підприємств: створення служб інформації про новітні технології, зміни у законодавстві, вихід на перспективні світові ринки та ринки країн СНД;
- фінансове та соціальне стимулювання інноваційної діяльності підприємств щодо створення нових вагонів. Шляхом до покращення інноваційної діяльності, ефективного виробництва керівництво галузі має наміри зацікавити молодь для співпраці та дає можливість будувати кар'єру саме в вагонобудівній галузі. Одним з важливих умов може стати

відновлення програми будівництва житла: служба, або інші варіанти.

Перелічені заходи сприяють підвищенню конкурентоспроможності не тільки вагонобудівних підприємств, а й вітчизняної економіки загалом.

Висновки.

Конкурентоспроможність вагонобудівних підприємств – це здатність підприємства забезпечити більш високу ефективність виробництва, яка користується більш пріоритетним попитом у споживачів за умови ефективної господарської діяльності та її практичної прибуткової реалізації в умовах конкретного ринку.

Конкурентоспроможність підприємства характеризує можливість та ефективність його адаптації до умов конкурентного середовища.

Значення параметрів конкурентоспроможності вагонобудівної галузі на світовому ринку та ринках СНД залежать від впливу зовнішніх та внутрішніх факторів. Надавання великого значення дослідженню своїх сильних і слабких сторін для оцінювання реальних можливостей у конкурентній боротьбі й розробленні заходів та накопичення коштів, за рахунок яких воно змогло б підвищити конкурентоспроможність і забезпечити свій успіх на ринку. У процесі такого дослідження використовують якісні та кількісні показники, які свідчать про ступінь стабільності підприємства, здатності випускати продукцію в оптимальному обсязі, яка користується попитом, а крім того, що забезпечує одержання намічених і стабільних результатів.

СПИСКИ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г.Л. Азоев. – М.: Центр экономики и маркетинга. 1996. – 208 с.

2. Дикань В.Л. Обеспечение

конкурентоустойчивости предприятия: монография / В.Л. Дикань. – Харьков: Основа, 1995. – 160 с.

3. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства / І.З. Должанський, Т.О. Загорна/. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 384с.

4. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность в системе категорий рыночной экономики / Ю. Иванов // Бизнес Информ. – 1994. – № 11. – С. 11- 14.

5. Каличева Н.Є. Напрями забезпечення ефективного розвитку промислових підприємств в сучасних умовах/ Н.Є. Каличева, С.Є. Бохан // Науковий огляд. Науковий журнал. – Київ, ТОВ «Меганом», 2017. – Вип. 5 (37). С. 5 – 15.

6. Киперман Г. Я. Показатели и нормативы в новых условиях хозяйствования. Оценка деятельности предприятия [Текст] / Г. Я. Киперман – М.: Финансы и статистика, 1989. – С. 176.

7. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.

8. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА-М. – 2000. – 312 с. – (Серия “Высшее образование”)

9. Фаминский И. П. Основы внешнеэкономических знаний [Текст] / И.П. Фаминский. – М.: Международные отношения, 1994. – 382 с.

10. Шевельова С.О. Конкурентоспроможність молочного підкомплексу [С.О. Шевельова]. Монографія – Тернопіль: Збруч, 2001. – 408 с.

11. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: Навч. Посібник / З. Є. Шершньова, С. В. Оборська – К.: КНЕУ, 1999. – 384 с.