

ОЦІНКА ФАКТОРІВ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА МЕТАЛУРГІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

МЕЗЕНЦЕВА О. О.

аспірантка

Київ

Для визначення конкурентних позицій фірми на ринку необхідно виділити фактори, що впливають на можливості виграшу або програшу в конкурентній боротьбі, їх аналіз та оцінка допомагає виявити сильні й слабкі сторони у діяльності підприємства та в роботі його конкурентів, розробити заходи й засоби, за рахунок яких підприємство змогло б підвищити конкурентоспроможність і забезпечити свій успіх, збільшити свою частку в продажах на конкретному товарному ринку.

Розгляду окремих аспектів конкуренції та конкурентоспроможності присвячені праці російських учених Є. Горбашко [5], Г. Азоева [1, 2], І. Ліфіца [11], П. Зав'ялова [21], Р. Фатхутдінова [18; 19] тощо. Серед вітчизняних науковців проблемам конкурентоспроможності підприємств присвятили свої дослідження О. Костусев [10], І. Сіваченко [17], А. Балабанова [3], Д. Корж [15], В. Дикань [6, 7], Т. Загородня [8], В. Савчук [15], А. Воронкова [4], В. Холод [3] тощо.

Проте, слід зазначити, що питання теорії і практики щодо конкурентоспроможності підприємств та оцінки факторів ще недостатньо вивчені й вимагають поглибленого дослідження.

Метою статті є аналіз та оцінка ключових факторів сучасного конкурентного середовища металургійних підприємств України, визначення особливості кількісного та якісного підходів до оцінки факторів конкурентоспроможності даних підприємств.

Рівень конкурентоспроможності підприємства в кожний конкретний момент часу визначається спільним впливом ряду факторів. Ці фактори неоднакові за походженням, характером і рівнем впливу, у зв'язку з цим ефективно управління конкурентоспроможністю підприємств можливо за умови виявлення її факторів.

При оцінці факторів конкурентного середовища доцільно використовувати модель М. Портера, яка є дієвим інструментом при систематичній діагностиці конкурентних сил, що впливають на ринок, і визначенні ступеня дії кожної з них.

До основних факторів конкурентного середовища відносяться:

1. Рівень «вхідного бар'єру» визначається низкою факторів, серед яких необхідно виділити:

Економія на масштабах збуту. Підприємства з великими обсягами закупівель можуть собі дозволити встановлення низьких торгових надбавок, однак це не

завжди є перевагою над конкурентами. У більшості випадків невисокий рівень торгової надбавки встановлюється на стандартизовану продукцію з метою прискорення обіговості оборотних коштів.

У цілому за підсумками чотирьох місяців 2011 року вітчизняні металурги працюють на стабільному рівні: не дуже високому, але і не низькому. Правда, у квітні і за десять днів травня темпи виробництва виявилися трохи знижені. Виробництво чавуну в квітні склало 2,413 млн тонн (середньодобове виробництво – 80,4 тис. тонн), сталі – 3,008 млн тонн (100,3 тис. тонн), прокату – 2,682 млн тонн (89,4 тис. тонн).

Ступінь диференціації продукції. За перший квартал 2011 року збільшилися поставки холоднокатаного листа, швелера і балки на 52,9%, 45,4% і 40,6% відповідно, у порівнянні з аналогічним періодом 2010 року.

У структурі поставок металопрокату можна відзначити збільшення частки продукції некомерційного сортаменту за аналізований період з 27,7% до 32,6%. Даному зростанню сприяло збільшення частки чавуну на 1,4 процентного пункту і злиwkів на 1,5 п. п. Частка гарячекатаного листа зменшилася на 2,6 п. п.

Потреба в додаткових фінансових вкладеннях. Необхідність залучення значних фінансових ресурсів для нового підприємства є найбільш значимим фактором, що обумовлює входження нових підприємств у галузь. За оцінками Міністерства економіки, загальна потреба в інвестиціях для структурної перебудови економіки України та, зокрема, металургійної галузі становить від 140 до 200 млрд дол. США, а щорічна потреба – близько 40 – 50 млрд дол. США.

Чинником, що визначає проникнення нових підприємств у галузь, є реакція з боку діючих підприємств-конкурентів. Для досліджуваних великих металургійних підприємств-конкурентів характерна ситуація наявності приблизно однакових можливостей ведення конкурентної боротьби, які провадять достатньо слабку рекламну політику, не застосовується стимулювання збуту на вітчизняному ринку металопродукції та має місце квотування на український імпорт металуза кордоном. У розрізі галузевого споживання за підсумками першого кварталу на адресу металоторгових компаній поставлено 27% металопрокату, на адресу трубних заводів – 24,5%, на потреби машинобудівної галузі – 20,8% загального обсягу поставок. Для вітчизняних виробників сталі ключове значення має Близький Схід – точніше, регіон MENA (Близький Схід і Північна Африка), на який разом з Туреччиною в 2010 році припало близько 40% експортних поставок. Проте тут ситуація залишається вкрай складною, і помітного покращення в найближчі місяці не передбачається.

Внутрішній ринок споживання металопрокату в Україні в січні – березні 2011 року збільшився на 36% в порівнянні з аналогічним періодом 2010 року – до 1671 тисячі тонн. При цьому, в березні 2011 року поставки металопрокату збільшилися на 31,4% в порівнянні з березнем 2010 року і на 23,6% в порівнянні з лютим 2011 року. Частка імпорту за підсумками першого кварталу складала 21,3% проти 23,4% за аналогічний період 2010 року. Безумовно, однією з причин такого несприятливого розвитку подій стало надвиробництво. У першому кварталі 2011 року, за даними World Steel Association, у світі було виплавлено 374,5 млн тонн сталі, що на 8,9% перевищує показники аналогічного періоду попереднього року. Зростання рееструвалося не тільки в Китаї та Індії. Більш ніж на третину збільшилася виплавка сталі в Туреччині, де в минулому році стали до ладу нові заводи, в силу тієї ж причини на 23,9% розширили обсяги випуску корейські металурги. Навіть у країнах ЄС виробництво сталі зросло на 7,3% в порівнянні з першим кварталом минулого року. В Україні збільшення складало 7,7%, у Росії – більше 11%.

Конкурентна сила постачальників – третя сила конкуренції. Важливість даної сили конкуренції пов'язана з функцією посередника між постачальником і покупцем, яку виконує торгівля. Скоригований балансовий графік забезпечення підприємств залізородною сировиною (ЗРС) в квітні виконаний на 97%, агломерату – на 100%, аглоруди – на 89%, концентрату – на 95%. У січні – квітні забезпечення металургів окатишами складало 98%, агломератом – 102%, аглоруди – 90%, концентратом – 95%. Імпортні поставки ЗРС у квітні склали 158,9 тис. тонн, у тому числі концентрату – 85,1 тис. тонн, аглоруди – 39,3 тис. тонн, окатишів – 34,5 тис. тонн. Імпорт ЗРС у січні – квітні скоротився в порівнянні з аналогічним періодом минулого року на 59% – до 486,6 тис. тонн, у тому числі імпорту концентрату впав на 83% – до 140,6 тис. тонн, імпорту аглоруди знизився на 18,2% – до 249,3 тис. тонн, імпорту окатишів зріс на 82,8% – до 96,7 тис. тонн, імпорту агломерату не здійснювався. Коксохімізаводи в квітні поставили металургам 1,23 млн тонн коксу.

Визначальними факторами при закупівлі є ціна і якість сировини, на другому місці знаходяться форми і умови оплати, а також умови постачання.

Наступна сила конкуренції – це *конкурентна сила споживачів*.

Останнім часом споживачі стають все більш впливовою конкурентною силою із зростанням їх можливості впливати на ціни, якість, рівень обслуговування та умови продажів. Саме покупець визначає наявність окремих конкурентних переваг. Наразі на ринку металу відбувається спадання споживачьких зацікавленості, підсилення якого компенсується перевиробництвом металургійної продукції в світі. Ціни на плоский прокат по всьому світу знаходяться в застоя або почали падіння. Вартість російських гарячекатаних ролонів скоротилася більш ніж на 130 доларів за тонну в порівнянні з піком, досягнутому на початку березня. Європейські компанії були змушені опустити ціни на лис-

тову сталь на 70 – 80 євро за тонну в порівнянні з лютим. Китайський гарячий прокат з початку березня не може відірватися від позначки 700 доларів за тонну FOB. Час від часу експортери намагаються підняти ціни на 20 – 30 доларів за тонну, але вони одразу знижуються.

Інтенсивність конкуренції на ринку – найвпливовіша сила конкуренції, оскільки зі всіх п'яти конкурентних сил найбільший вплив робить конкурентна боротьба між підприємствами, що реалізують однотипні товари і послуги. Втрата традиційних ринків в Туреччині та країнах Близького Сходу стала причиною агресивності українських і російських постачальників гарячого прокату, які у квітні вели «захватницьку» політику на європейському ринку, пропонуючи свою продукцію на 80 – 100 євро за тонну дешевше, ніж місцеві виробники. З тієї ж причини турецька арматура створює додатковий тиск на ринок Південно-Східної Азії, а китайська оцинкована сталь – в Європі і США. Звичайно, значною мірою спад останніх місяців першого кварталу 2011 року пояснюється низьким споживанням сталі. Споживачі і трейдери, закупивши великі обсяги продукції на початку року, тепер витрачають запаси і вичікують, не без підстав розраховуючи на подальше зниження цін.

Станом на 1 травня 2011 року на підприємствах діяли 30 доменних печей з 36 (83%), 19 конвертерів з 21 (90%), 17 мартенівських печей з 30 (57%) і 7 електропечей з 15 (47%).

В останні десятиліття одним з напрямків, що найбільш активно розвиваються в економічній теорії конкуренції, є розробка методології і методичних підходів до кількісної оцінки конкурентоспроможності підприємств і організацій, від рівня фірми до рівня країни в цілому. Зокрема, в науковій літературі міститься опис багатьох, нерідко якісно різноманітних методик кількісної оцінки конкурентоспроможності підприємств. В основі кожної з таких методик лежать ті чи інші представлення про економічну суть поняття конкурентоспроможності підприємства (фірми) і його показників.

Економічна криза 2008 р. виявила, що багато підприємств, що вважалися взірцем конкурентоспроможності, у лічені місяці виявилися на межі виживання. Такі обставини ставлять під сумнів ефективність існуючих методик оцінки конкурентоспроможності.

Одну з можливих причин нездатності об'єктивно оцінювати рівень конкурентоспроможності підприємств становить відсутність обліку в сучасних методиках оцінки її тимчасового аспекту.

Якісний аналіз стану підприємств металургійного комплексу та тенденцій його розвитку вступає в протиріччя з результатами застосування ряду кількісних методик оцінки рівня конкурентоспроможності металургійних підприємств.

Джерелом такої некоректності можуть служити як неточності визначення самого поняття конкурентоспроможності, так і суперечності між якісними і кількісними оцінками конкурентоспроможності металургійних підприємств України. В її основі лежить структура використовуваних у кількісних методиках первинних показників, серед яких домінують поточні фактичні

показники діяльності підприємства, такі, зокрема, як обсяги випуску продукції і продажу, рівень використання виробничих потужностей, прибуток і рентабельність виробництва і продажів, частка ринку тощо. Однак такі показники безпосередньо характеризують не рівень конкурентоспроможності підприємства, тобто його здатність до економічного суперництва, а результати фактичної реалізації цих здібностей в конкретних зовнішніх для підприємства умовах. Безсумнівно, результати такого суперництва залежать від рівня конкурентоспроможності підприємства, але не визначаються ним однозначно.

У міру переходу світової економіки на інноваційну модель розвитку і підвищення ролі інноваційного чинника у формуванні конкурентоспроможності економічних суб'єктів акцент став зміщуватися у бік факторів, що визначають умови розвитку підприємств, аж до повної відмови від урахування стану факторів виробництва. Наприклад, десять золотих правил конкурентоспроможності країн, на котрих базується методика Міжнародного інституту розвитку менеджменту, ставлять акцент на стабільності і прогнозованості законодавства, гнучкості економіки, інвестиції, соціальну рівновагу, паритет між рівнем заробітної плати, продуктивністю праці та податками і т. п.

У цілому вирішити протиріччя між кількісними оцінками конкурентоспроможності підприємств і якісними уявленнями про конкурентоспроможність підприємств можна на шляху вдосконалення методики розрахунку оцінок конкурентоспроможності в наступних напрямках:

1. Методи оцінки конкурентоспроможності мають враховувати принцип відносності оцінок конкурентоспроможності при різних зовнішніх умовах, тобто конкурентний потенціал в короткостроковій та довгостроковій перспективі, котрі оцінюються за різними економічними показниками.

2. Зовнішні та внутрішні фактори конкурентоспроможності являються ключовими та такими, які в часовому вимірі по-різному впливають на результати економічної конкуренції та конкурентоспроможність підприємства.

3. Достовірну оцінку конкурентоспроможності підприємства можна отримати, використовуючи оцінки короткострокової (поточної) та довгострокової конкурентоспроможності. До факторів короткострокової конкурентоспроможності входять такі як якість продукції і ефективність виробництва. Фактори довгострокової конкурентоспроможності включають характеристики інноваційного та інвестиційного потенціалів підприємства, котрі визначають його спроможність до розвитку.

ВИСНОВКИ

Стрімко наростаючі в економіці України кризові явища змушують по-новому оцінити відомі методичні прийоми оцінки конкурентоспроможності підприємств, а також саме економічний зміст поняття конкурентоспроможності. З одного боку, поняття конкурентоспро-

можності характеризує потенційні можливості підприємства в економічному суперництві з конкурентами, з іншого боку, конкретні прояви цих здатностей визначається цілою низкою чинників поточної діяльності, під дією яких підприємство може виявитися нежиттєздатним і припинити своє існування протягом короткого проміжку часу.

Очевидно, методики оцінки конкурентоспроможності підприємств повинні адекватно враховувати часовий характер дії всіх основних факторів конкурентоспроможності.

Кількісний підхід до оцінки конкурентоспроможності підприємства є прийнятним для оцінки конкурентного середовища в умовах різноманітних і динамічних реалій ринку, а задля проведення більш повної оцінки безпосередньо конкурентоспроможності підприємства, що діє в цьому середовищі необхідний розподіл всіх факторів на фактори поточної та довготривалої дії для більш точного вимірювання рівня конкурентоспроможності підприємств в цілому. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. **Азоев Г. Л.** Конкурентные преимущества фирмы / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков.– М.: Топография : Новости, 2000.– 256 с.
2. **Азоев Г. Л.** Конкуренция: анализ, стратегия, практика / Г. Л. Азоев. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1996.– 208 с.
3. **Балабанова Л. В.** Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємств / Л. В. Балабанова, В. В. Холод.– К. : ВД Професіонал, 2006.– 448 с.
4. **Воронкова А. Э.** Стратегическое управление конкурентным потенциалом предприятия: диагностика и организация / А. Э. Воронкова.– Луганск : Изд-во ВНУ ім. В. Даля, 2000.– 315 с.
5. **Горбашко Е. А.** Менеджмент качества и конкурентоспособности : учеб. пособ. / Е. А. Горбашко.– СПб. : Изд-во ГУЭФ, 1998.– 207 с.
6. **Дикань В. Л.** Обеспечение конкурентной устойчивости предприятия : монография / В. Л. Дикань.– Харьков : Основа, 1995.– 160 с.
7. **Дикань В. Л.** Обеспечение конкурентоспособности предприятия / В. Л. Дикань.– Харьков : Основа, 1995.– 160 с.
8. **Должанський І. З.** Конкурентоспроможність підприємств : навч. посіб. / І. З. Должанський, Т. О. Загородня.– К. : Центр навчальної літератури, 2006.– 384 с.
9. **Костин А. В.** Конкурентоспособность и ее формирование в переходной экономике : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / А. В. Костин.– Казань, 2003.– 145 с.
10. **Костусев О. О.** Конкурентна політика в Україні : монографія / О. О. Костусев.– К. : КНЕУ, 2004.– 310 с.
11. **Лифиц И. М.** Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг / И. М. Лифиц.– М. : Юрайт-М, 2001.– 221 с.
12. **Николаев А. Ю.** Механизм управления конкурентоспособностью предприятия как основа его экономического развития : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / А. Ю. Николаев.– М., 2003.– 170 с.
13. **Оливье А.** Академия рынка: Маркетинг / А. Оливье, А. Дайан, Р. Урсе ; [пер. с франц. А. Дайан, Ф. Буккерель, Р. Ланкар и др.]– М. : Экономика, 1993.– 512 с.

14. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер ; [пер. с англ. под ред. В. Д. Щетинина]. – М. : Междунар. отношения, 1993.

15. Савчук В. І. Системи управління конкурентоспроможністю : підручник / В. І. Савчук, Д. А. Корж. – К. : Знання, 2002. – 310 с.

16. Томсон А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии / А. А. Томсон, А. Дж. Стрикленд. – М., 1998. – С. 151.

17. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства (організації) : навч. посіб. / [за ред. І. Ю. Сіваченка]. – К. : ЦУЛ, 2003. – 186 с.

18. УкрМет (портал гірничо-металургійного комплексу України) [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://ukrmet.com.ua/news>.

19. Асоціація гірничорудних підприємств України «Укррудпром» [Електронний ресурс] / Режим доступу : www.ukrruciprom.com/news.

20. Кошеленко В. О. Дифференциация факторов конкурентоспособности предприятия на основе временного фактора / В. О. Кошеленко // Економіка та управління підприємствами. – 2009. – № 8(98). – С. 85 – 97.