

ПРІОРИТЕТИ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ ВІТЧИЗНЯНИХ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Черномазюк А.Г.

Хмельницький національний університет, м. Хмельницький

В сучасних умовах функціонування машинобудівних підприємств діагностика конкурентних переваг стає об'єктивною необхідністю, оскільки в конкурентній боротьбі за ринки збуту продукції виграє той, хто точніше оцінює ситуацію і використовує результати проведеної аналітичної роботи для формування конкурентної стратегії. Тлумачення в економічній літературі конкурентної переваги підприємства дозволяє розглядати її як унікальну цінність підприємства порівняно з конкурентами, здатність адаптуватися до мінливих умов, можливість ефективнішого функціонування підприємства порівняно з конкурентами і збереження його міцних ринкових позицій.

Кожне підприємство володіє унікальним набором ресурсів і це впливає на вибір підприємством певної конкурентної стратегії. У роботі проаналізовано конкурентні стратегії провідних машинобудівних підприємств Хмельницької області. Встановлено, що більшість із них дотримується стратегії диференціації, урізноманітнюючи товарний асортимент новими модифікаціями з урахуванням індивідуалізованих потреб цільових груп споживачів. Особливістю цих підприємств є те, що вони виготовляють продукцію кінцевого споживання. Це такі державні підприємства як «Новатор», «Красилівський агрегатний завод», ПАТ «Укрелектроапарат», ПАТ «Темп» та деякі інші. Ті ж підприємства, що входять у технологічний ланцюжок, постачаючи комплектуючі виробнику кінцевого продукту, здебільшого орієнтуються на конкурентну стратегію лідерства за витратами.

На жаль, ця конкурентна стратегія не дає змоги вітчизняним машинобудівникам виступати важливою ланкою процесу створення споживчої цінності і, відповідно, підтримувати виробництво високорентабельним. Водночас її поширення у практиці їх діяльності зумовлено низькими інноваційними можливостями машинобудівних підприємств. Висловлено припущення, що саме з цих причин рівень операційної рентабельності вітчизняних машинобудівників коливається в межах 3-5%.

За результатами дослідження зроблено висновок про доцільність розвитку тих ресурсних складових машинобудівних підприємств, які можуть стати основою конкурентної стратегії диференціювання та інноваційної монополії. Передусім це інтелектуальна складова, втілена у нематеріальних активах підприємства – і не тільки у сфері інженерного винахідництва, а й у сфері управлінських технологій. Дослідження можливості використання їх потенціалу для розвитку конкурентних переваг вищого порядку і стане предметом наступних досліджень.