

УДК 346.545  
Павлова Ольга Володимирівна  
аспірантка Гуманітарного університету ЗІДМУ

## **Фактори формування конкурентоспроможності продукції підприємств сільськогосподарського машинобудування**

**Анотація.** У статті розглянуто систему показників продукції, які найбільш повно характеризують її конкурентоспроможність. Визначено, що рівень конкурентоспроможності продукції підприємств сільськогосподарського машинобудування визначається співвідношенням між показниками, що оцінюють рівень корисності продукції для споживача (якості продукції, сервісних послуг, маркетингового просування продукції) та рівень її вартості протягом корисного строку служби продукції.

**Ключеві слова.** Конкурентоспроможність, продукція, показники, технічний рівень, якість, сервісні послуги, ціна споживання.

Сучасні процеси глобалізації світової економіки, світові інтеграційні процеси призвели до зростання конкуренції як на світових ринках, так і на внутрішньому ринку України. Найважливішою передумовою ефективного функціонування виробника в сучасних умовах є знання потреб і особливостей його потенційних ринків збуту, рівня конкурентоспроможності на них як товаровиробника в цілому, так і окремих видів продукції, що ним випускається. Встановлення системи показників оцінювання рівня конкурентоспроможності продукції підприємств сільськогосподарського машинобудування, виявлення складових, спливаючих на цей рівень, дослідження технічних і економічних показників конкурентоспроможності - потреба економічної дійсності. Дослідження показують, що саме невірна оцінка даних показників має найбільшу питому вагу серед основних причин комерційних невдач. Звідси випливає, що аналізу ринку, конкурентоспроможності на ньому відповідної продукції і виробника повинно бути приділено максимум уваги при організації виробничої і збутової діяльності будь-якого підприємства.

Відбитком важливості вивчення даної проблеми є велика кількість досліджень у зазначеному напрямку. Методологічні основи та практичні

аспекти аналізу факторів формування конкурентоспроможності продукції відображені в працях вітчизняних і зарубіжних вчених, таких як А.Сміт, Д.Рікардо, Дж.Робінсон, Дж.Кейнс, Й.Шумпетер, Ф.Найт, Ф.Хайек, К.Р.Макдонел, С.Л.Брю, М.Портер, Г.Л.Азоєв, Р.А.Фатхутдінов, Д.Ю.Юданов та інші. Проте, незважаючи на численні дослідження, окремі аспекти проблеми, а також безліч конкретних практичних питань щодо формування оптимальної системи показників конкурентоспроможності продукції підприємств сільськогосподарського машинобудування потребують доопрацювання. Тому метою написання статті є визначення системи показників продукції підприємств сільськогосподарського машинобудування, які найбільш повно характеризують її конкурентоспроможність з урахуванням призначення та галузі застосування сільськогосподарської техніки.

Конкурентоспроможність продукції підприємств сільськогосподарського машинобудування залежить від багатьох факторів і тому є поняттям багатоаспектним і комплексним. Вона повинна відображати ступінь задоволеності економічних інтересів споживача і виробника сільськогосподарської техніки. З точки зору виробника, конкурентоспроможність продукції – це досягнення безумовної рентабельності у своїй діяльності і створення позитивного іміджу у своїх споживачів. Для забезпечення переваг товару, що поставляється на ринок, виробник змушений, як правило, витратити додаткові кошти з прибутку підприємства. Тому, для виробника, умови конкурентоспроможності його товару в практичному плані оцінюються як відношення загального виторгу від реалізації до сукупних витрат на виготовлення, доставку і сервісне обслуговування товару. З погляду споживача конкурентоспроможність – це більш високе, в порівнянні з аналогами-замінниками, співвідношення сучасних якісних характеристик товару і витрат на його придбання та споживання. Зазначені аспекти оцінки конкурентоспроможності продукції повинні бути взаємопов'язані поміж собою як елементи оцінки єдиної системи “виробник-споживач”.

На конкурентоспроможність сільськогосподарської техніки впливають її власні особливості (рівень якості, в тому числі патентоздатність, відповідність

нормам і вимогам міжнародних і національних стандартів, рекомендацій, правил з техніки безпеки, охорони здоров'я й оточуючого середовища тощо); рівень передпродажних та продажних послуг; умови гарантійного і безгарантійного обслуговування, включаючи забезпечення запасними частинами і необхідною технічною документацією, навчання покупців правилам експлуатації, строки гарантій; наявність сертифіката якості або Знака відповідності; наявність патентної чистоти, патентного захисту, зареєстрованого товарного знака; строки і умови оплати – надання кредиту, розстрочення платежів, розмір початкового і наступного внесків, механізм просування продукції на ринок.

Крім вищенаведених факторів, конкурентоспроможність продукції підприємств сільськогосподарського машинобудування визначають наступні показники: рівень державного регулювання та загальні тенденції розвитку економіки; розміри ринку збуту, які позначаються на величині попиту на продукцію; стабільність ринкової позиції виробника, що зумовлюється сформованим іміджем та діловою репутацією виробника; позиціонування продукції на ринку, яке встановлюється на підставі конкурентних переваг продукції; ринковий потенціал продукції, який формується залежно від етапів життєвого циклу продукції; кількість конкурентів-аналогів та конкурентів-субститутів, яка зумовлюється ступенем новизни (унікальності, неповторності) продукції.

Для визначення рівня конкурентоспроможності важливими є показники якості продукції, які характеризують продукцію як об'єкт експлуатації. Згідно з сучасною термінологією, регламентованою міжнародними стандартами в галузі менеджменту якості, якість продукції - це ступінь, до якого ступінь відмітних властивостей продукції задовольняє загальнозрозумілі або обов'язково сформульовані потреби чи очікування споживачів [ксер, 140].

Основними причинами зниження якості сільськогосподарської техніки є погана якість сировини, низький рівень технології, організації виробництва і кваліфікації робітників, неритмічність виробництва тощо [174]. Підвищення якості — одна із форм конкурентної боротьби, завоювання і втримання позицій

на ринку. Високий рівень якості продукції сприяє підвищенню попиту на продукцію і збільшенню суми прибутку не лише за рахунок обсягу продажів, а й за рахунок вищих цін [175].

Існують різні думки з приводу набору показників якості. Узагальнюючи інформацію джерел [1,2,14,21,71,93,98,135,172], зазначаємо, що набір цих показників буде оптимальним у тих випадках, коли продукція буде цілком задовольняти запити споживачів. Класифікація витрат на забезпечення якості може змінюватися залежно від типу виробництва, унікальності продукції, роботи підприємства на базі конструкторської або технологічної документації.

На думку автора для оцінки рівня якості продукції підприємств сільськогосподарського машинобудування (технічного рівня) доцільно застосовують слідуєчі групи показників [ксер].

Показники призначення характеризують основні функції, для виконання яких продукція виготовляється і купується. До показників призначення відносяться класифікаційні показники, що характеризують приналежність продукції до певного типорозмірного чи параметричного ряду; конструктивні показники, які характеризують основні проектно-конструкторські рішення, зумовлені призначенням продукції; показники функціональної і технічної ефективності, які визначають корисний ефект від експлуатації техніки, в тому числі і показники універсальності продукції, що характеризують спроможність продукції бути застосованою у виробничому процесі споживача з різною метою, тобто багатоваріантність продукції [124, ксер]. Підвищення безвідмовності роботи впродовж визначеного терміну і збільшення гарантійного терміну експлуатації є вагомими та характеристичними показниками технічного рівня сільськогосподарської техніки.

Показники надійності визначають і характеризують спроможність продукції виконувати необхідні функції в заданих умовах протягом заданого періоду часу. При цьому для визначення надійності в промисловості немає твердих стандартів. Надійність стає важливим критерієм ефективності, в галузі створення засобів виробництва. Вони оцінюють ступінь зміни основних характеристик машини за термін часу від введення її в експлуатацію до

списання. Надійність і довговічність машини забезпечуються на всіх етапах її створення.. Надійність сільськогосподарської техніки характеризується наступними одиничними показниками: безвідмовністю, довговічністю, ремонтоздатністю, а також і комплексним показником — коефіцієнтом готовності техніки. Показники безвідмовності характеризують властивості технічно складних виробів безупинно зберігати працездатність протягом деякого часу або деякого наробітку. Показники довговічності характеризують властивість товару виконувати свої функції до настання граничного стану, що вказує на можливість подальшої експлуатації (споживання) виробів. *Показники ремонтоздатності характеризують пристосованість товару до попередження й виявлення причин ушкодження і їхньому усуненню шляхом профілактичного огляду, ремонту й технічного обслуговування.* Ремонтпридатність виробів залежить від конструкції й застосування уніфікованих деталей і вузлів.

Ергономічні показники забезпечують зручність і комфорт експлуатації виробів у системі "людина-середовище-виріб", оптимізацію фізичного й психічного навантаження людини, пов'язаної з одержанням корисного ефекту. До групи ергономічних показників відносять наступні підгрупи показників: гігієнічні, антропометричні, фізіологічні, психофізіологічні а також психологічні.

Екологічні показники характеризують рівень шкідливих впливів на навколишнє середовище, що виникають при експлуатації або споживанні продукції.

Показники безпеки характеризують особливості продукції, що обумовлюють при її споживанні або експлуатації безпеку людини.

Особливу групу оціночних показників машинобудівної продукції займають регламентовані (нормативні) показники. Вони характеризують патентну чистоту товарів, вимоги їхньої сертифікації і відповідності міжнародним, національним і регіональним стандартам і законодавству [124].

Державний нагляд за якістю продукції підприємств здійснюють Державний комітет України по стандартизації, метрології та сертифікації

(Держстандарт України) та територіальні центри стандартизації, метрології та сертифікації. У кожній країні існує своя система стандартизації товарів, що відповідає ступінь розвитку національної економіки, науки, техніки й технології. Разом з тим у міру поглиблення інтеграції національної економіки у світову економіку й розширення зовнішньоекономічного співробітництва товаровиробників все більшого значення набувають розвиток міжнародної стандартизації товарів і досягнення відповідності національних стандартів міжнародним вимогам якості товарів. Міжнародні стандарти усувають обмеженість, різноманітність, суперечливість національних норм і правил різних країн.[130]. У цих цілях функціонує спеціально створена Міжнародна організація стандартизації (ISO – International Organisation for Standardisation). Міжнародний координаційний центр по стандартизації - постійно діюча Рада урядових посадових осіб при Європейській Економічній Комісії ООН. Рада розробляє рекомендації урядам країн-членів щодо стандартизації товарів, найбільш важливих для міжнародної торгівлі. Недотримання стандартів при виготовленні може призвести до втрати споживачів. Уже сам по собі факт невідповідності виробу, що випускається, прийнятим на конкретному ринку стандартам знімає питання про можливість постачання і зводить нанівець всю іншу роботу з підвищення рівня якості виробу. Особливій жорсткості підлягають у даний час у більшості країн стандарти, що забезпечують екологічну чистоту, високу ступінь уніфікації продукції, міри безпеки і захисту здоров'я людини.

У галузі машинобудування для АПК (сільгоспмашинобудування та машинобудування для харчової і переробної галузей промисловості) діє майже 860 державних (ДСТУ), галузевих (ГСТУ) та прирівняних до них інших нормативних документів. Міжнародна (ISO) та Європейська (EN) системи стандартизації у машинобудуванні для АПК налічують понад 350 стандартів.

Функціональні показники визначають, яку основну потребу і який саме спосіб задовольняє товар як предмет споживання на відміну від інших товарів, що утворюються на ринку. Вони характеризують корисний ефект від експлуатації або споживання продукції й прогресивність технічних рішень, що закладають у

неї. Чим вище значення функціональних показників, тим повніше вироб задовольняє потреби людини. Номенклатура цих показників для різних товарів неоднакова. Вона визначається їх призначенням.

Гігієнічні показники характеризують умови, які при експлуатації виробів впливають на організм і працездатність людини. До них відносяться освітленість і приміщення, температура й вологість повітря, шум, вібрація й ін.

Естетичні показники характеризують здатність виробів виражати в почуттєво сприйманих ознаках форми свою суспільну цінність (соціально-культурну значимість, ступінь доцільності, корисності, раціональності й ін.). Вони визначають естетичну цінність продукції й здатність задовольняти естетичні потреби людини. До естетичних показників відносяться художня виразність, раціональність форми, цілісність композиції, досконалість виробничого виконання й стабільність товарного виду.

Показники якості сервісних послуг дозволяють оцінити послуги з погляду їх можливості задовольняти встановлені або передбачувані потреби споживачів протягом процесу купівлі та використання продукції за сукупністю корисних властивостей сервісних послуг. Особливості визначення показників якості сервісу зумовлюються специфікою послуг. Вони визначають величину витрат, які оплачуються споживачем та включаються до вартості придбання продукції. Показники вартості сервісу в процесі експлуатації продукції характеризують величину витрат, які, залежно від терміну гарантійного обслуговування, слід оплатити виробнику або споживачу.

При дослідженні показників якості надання сервісних послуг слід враховувати інформаційний, організаційний та технічний аспект сервісу продукції. Показники послуг з інформаційного обслуговування характеризують рівень якості послуг, пов'язаних із процесом теоретичного або практичного ознайомлення споживачів із експлуатаційними параметрами продукції. Організаційні показники якості послуг визначають рівень якості процесів передачі права власності на продукцію від виробника (продавця) до споживача та організації надання послуг протягом процесу експлуатації. Показники послуг з технічного обслуговування (гарантійного та післягарантійного)

характеризують рівень послуг, що забезпечують підтримання продукції в працездатному стані протягом всього часу її експлуатації у споживача. Такі показники дозволяють оцінити рівень сервісу за умовами гарантійного обслуговування (терміни гарантій, повнота номенклатури та регулярність гарантійних послуг) та якість технічних послуг (швидкість, надійність послуг та інше).

До економічних показників, що визначають конкурентоспроможність продукції, відносяться повні витрати споживача (одноразові витрати) і витрати, зв'язані з їх експлуатацією (експлуатаційні або поточні).

Фактором особливої важливості для забезпечення конкурентоспроможності продукції підприємств сільськогосподарського машинобудування є вартість продукції. У вітчизняній літературі часто використовують термін “повна ціна споживання” продукції для позначення суми цін придбання та експлуатації продукції [12, 49, 66 перв из посл].

Одноразові витрати являють собою постійну складову ціни споживання технічної продукції. У загальному виді вони включають: ціна товару; витрати на транспортування товару до місця використання; вартість пристосування, монтажу, приведення в працездатний стан; навчання обслуговуючого персоналу; витрати на паливо (електроенергію); заробітна плата обслуговуючого персоналу; витрати на післягарантійний сервіс і покупку запасних частин; податки; витрати на утилізацію виробу після виробітку ресурсу; непередбачені витрати.

Останнім часом, набуває особливої значущості цінова політика підприємств та методи визначення ціни, що її формують. У теорії ціноутворення існує велика кількість методів [198.] визначення витрат та рівня ціни на продукцію. Конкурентна боротьба примушує підприємство-виробника орієнтуватися не стільки на власні витрати, скільки на ціни конкурентів аналогічної продукції. Конкурентоспроможність його продукції може бути забезпечена лише за умови, що якісні характеристики продукції не поступаються конкурентам, а ціна не перевищує ціни конкурентів; а якщо підприємство забезпечить своїй продукції додаткові конкурентні переваги, то



його можна вважати переможцем у конкурентній боротьбі.

В умовах надзвичайно низької завантаженості вітчизняних підприємств сільськогосподарського машинобудування всі загальновиробничі витрати розподіляються між невеликою кількістю виготовленої продукції, що призводить до значного збільшення реалізаційних цін на неї. Висока ціна сільськогосподарської техніки та низька платоспроможність споживачів деяких сегментів ринку вимагають від підприємств-виробників гнучкої системи знижок, впровадження лізингових операцій [199], якісної комерційної роботи з клієнтами.

Вартість технічної продукції може бути розрахована тільки в комплексі з експлуатаційними характеристиками продукції. Навіть з меншою номінальною ціною продукція може програти в конкурентній боротьбі, якщо вартість технічної продукції, що виготовляють конкуренти, нижча. Витрати на післязбутове обслуговування сільськогосподарської техніки в декілька разів перевищують її номінальну ціну [66,121,163].

Поточні (експлуатаційні) витрати є перемінною складовою вартості технічної продукції. Вони включають: витрати на експлуатацію (паливо, енергія, придбання основних і допоміжних матеріалів), витрати на ремонт і покупку запасних частин, витрати на післягарантійне технічне обслуговування, податки, страхові внески, витрати на експлуатацію виробу після вироблення ресурсу.

Оскільки вартість технічної продукції має перемінну і постійну складові, необхідно враховувати терміни експлуатації товарів. Період за який досягається оптимальний рівень вартості технічної продукції, при нормальній інтенсивності експлуатації, називається економічним ресурсом виробу. З його закінченням споживач повинний припинити використання даного товару і замінити його новим або провести ремонт, тобто відновити в тім або іншому ступені економічний ресурс.

Актуальною для вітчизняних виробників залишається проблема вдосконалення механізму просування продукції на ринок. Внаслідок цього до

пріоритетів регулювання конкурентоспроможності продукції можна віднести маркетингове сприяння збуту продукції.

Метою маркетингового сприяння збуту продукції є забезпечення конкурентних переваг продукції підприємства в процесі її просування на цільові сегменти ринку через систему маркетингових комунікацій. Просування продукції здійснюється шляхом залучення споживачів до процесу купівлі продукції через їх інформування та стимулювання.

Система формування попиту та стимулювання збуту продукції включає комплекс взаємопов'язаних елементів: рекламу, паблік рилейшнз, стимулювання збуту. Товаровиробник обирає таку структуру системи, яка б дозволила використати найважливіші переваги кожного з елементів.

Діяльність з маркетингового сприяння збуту продукції забезпечує виконання таких основних завдань: формування іміджу та підвищення рейтингу товаровиробника, його торгової марки, інформування про властивості виготовлюваної продукції, стимулювання попиту, повідомлення про участь в ярмарках та виставках тощо.

Стимулювання збуту здійснюється з використанням різних заходів. Виходячи з класифікації [4, с.453], можна запропонувати три групи заходів з маркетингового сприяння продажу продукції промислового призначення: використання стимулів у системі збуту виробника (матеріальне та моральне заохочення персоналу, надання додаткових відпусток тощо); сприяння посередникам (надання знижок з цін, надання виключного права продажу продукції на визначеному сегменті ринку – для незалежних посередників; часткове компенсування витрат на навчання і підвищення кваліфікації персоналу посередника, відшкодування витрат на проведення реклами продукції виробника – для залежних посередників); сприяння споживачам (надання знижок з ціни, безкоштовне надання супутніх товарів, надання товарного кредиту, гарантій та інше).

Залежно від цілей оцінювання конкурентоспроможності продукції сільськогосподарського машинобудування до кожного виду продукції може бути здійснена персоніфікація систем показників, які найбільш повно

характеризують її конкурентоспроможність. Обґрунтування вибору індивідуальної системи показників конкурентоспроможності за кожною групою здійснюється з урахуванням призначення та галузі застосування конкретної продукції.

Кількість, зміст та значущість (важливість) показників конкурентоспроможності за групами зумовлюються такими факторами: характером причини виникнення попиту на продукцію; станом розвиненості та умовами конкурентної боротьби на ринку (сегменті) збуту продукції; особливостями споживачів та специфікою використання продукції; життєвими стадіями продукції; суб'єктом та ціллю проведення оцінювання рівня конкурентоспроможності; вимогами до точності при оцінюванні рівня конкурентоспроможності.

Залежно від цілей оцінювання конкурентоспроможності деякі з складових перерахованих вище груп показників можуть бути відсутні. За необхідністю вводяться додаткові показники груп, що характерні для оцінюваної продукції.

Таким чином, на думку автора конкурентоспроможність продукції з урахуванням вимог конкретного ринку зумовлюється оптимальним на даний час співвідношенням між рівнем якості продукції, рівнем її маркетингового просування, рівнем сервісу та витрат на її придбання й використання. Оптимальне співвідношення означає взаємовигідність умов продажу та використання продукції як для споживачів, так і для виробників. Оптимальність та прийнятність цього співвідношення для конкретної сільгосптехніки забезпечує високу імовірність її вибору та купівлі споживачами.