

## **4.2. ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ**

Глобалізація світової економіки – це процес взаємозв'язку економік різних країн світу, що збільшується внаслідок зростання трансграничних переміщень товарів і послуг, експорту капіталів, інтенсивного обміну інформацією і технологіями, міграції робочої сили. За суттю, глобалізація логічно виражає зростаючу інтернаціоналізацію господарського життя. Глобалізація на рівні окремої країни визначає взаємозв'язок її економіки зі світовою економікою за допомогою головних показників, що показують рівень інтегрованості економік різних держав у глобальну економіку, а саме: співвідношення зовнішньоторговельного обігу та ВВП; прямі іноземні інвестиції, які спрямовуються в економіку країни й з країни, та портфельні інвестиції; потік платежів роялті в країну та навпаки. На рівні промислового виробництва глобалізація визначається тим, наскільки конкурентоспроможність окремої компанії в даній країні взаємопов'язана з рівнем конкурентоспроможності компанії в іншій країні. Чим більше глобалізовано промислове виробництво, тим більше переваг отримує компанія від упровадження інноваційних технологій виробничого процесу; має тенденцію домінувати на кожному ринку одним і тим самим набором глобальних компаній, що координують між собою стратегічні дії в усіх країнах своєї активності.

Процес глобалізації ставить питання щодо обґрунтування трансформаційних змін в економіці та інноваційної моделі розвитку України. Складність ситуації полягає в тому, що темпи концентрації та інтеграції капіталу, які полягають в основу великого виробництва, явно недостатні [1, с.83]. Необхідність відповідності форм і методів реалізації національних інтересів умовам глобалізації потрібна для того, щоб поєднувати вимоги світового ринку із забезпеченням інноваційно-технологічного розвитку, розмежовувати та одночасно пов'язувати суспільні завдання з потребами окремих корпорацій, інтересами національного та міжнародного капіталу. Важливе значення надається формуванню інноваційної моделі розвитку в Китаї. Цьому сприяє державна політика щодо залучення національних та іноземних інвестицій, головним напрямом якої є зона зовнішньої відкритості в економіці. Вважаємо, що першочерговою проблемою сучасного стану конкурентоспроможності промислового виробництва на глобальних ринках є прискорення інноваційного розвитку, формування нових технологічних устроїв, підтримка розвитку наукомістких виробництв, особливо на початкових етапах.

У сучасних умовах трансформації України, коли продовжує відбуватися реформування всіх сфер національної економіки, конкурентоспроможність потенціалу підприємства характеризується показниками розвитку промислового виробництва. Особливості конкурентоспроможності потенціалу підприємства потребують

удосконалення методичних основ оцінювання її рівня в умовах зовнішнього середовища.

Теорія конкуренції не є новою в науковому світі: А. Сміт ще у 1776 р. сформулював поняття конкуренції як певного виду суперництва, що впливає на зміну цін, розробив механізм конкуренції, який об'єктивно врівноважує галузеву норму прибутку, визначив основні умови ефективної конкуренції. Певний внесок у розвиток теорії конкуренції зробили такі вчені, як Д. Рікардо, М. Портер, К.Р. Макконел, С.Л. Брю, А.П. Градов, Г.А. Азоєв, Р.А. Фатхутдінов, Д.Ю. Юданов та ін. Теоретико-методологічні погляди на конкурентоспроможність на межі ХХ – ХХІ ст. комплексно подано в роботі [2, с.16]. Спільною є думка, що здатність суб'єктів економічної діяльності витримувати конкурентну боротьбу на глобальних ринках економічних благ можлива при ефективній адаптації промислового виробництва до нових умов господарювання з метою підвищення його конкурентоспроможності.

Дослідження вітчизняних, зарубіжних авторів, досвід країн світу свідчать, що конкурентоспроможність потенціалу підприємства, як проблема, є актуальною і потребує докладного вивчення. Дослідження провідних вчених, досвід їх розробок щодо розвитку теорії формування конкурентоспроможності потенціалу підприємства подані в багатьох наукових працях. Теоретичні основи, рекомендації з економічної діяльності компаній на локальному й міжнародному ринках, практичні приклади з конкурентної боротьби наведено М. Портером [3, с. 85]. Принципи, методи й технології проведення діагностичного дослідження підприємства висвітлено в роботі [4, с. 105]. Методичний апарат вирішення актуальних проблем конкуренції на ринку промислової продукції, послідовність діагностики конкурентного середовища підприємства, прийоми і методи аналізу діяльності конкурентів, методика формування стратегії конкуренції й шляхи її реалізації в різних ринкових умовах подано в монографії [5, с.101].

Питанням, як вижити компанії та стати конкурентоспроможною в сучасних ринкових умовах присвячене дослідження [6, с.23]. Нові теоретичні погляди на сутність конкурентоспроможності підприємства подано в монографії [7, с. 146]. Проте у вітчизняних наукових працях недостатньо розроблені теоретичні й методологічні питання щодо оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства переробної галузі, а саме: теоретичні та практичні засади розробки механізму оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства та напрями й методи оптимізації визначення факторів формування конкурентоспроможності потенціалу підприємства.

В основу формування економічної категорії конкурентоспроможності потенціалу підприємства полягають концептуальні положення теорії конкуренції та теорії потенціалу підприємства. Феномен симбіозу теоретичних і методичних засад двох теорій має бути представлений економічним інструментарієм, який містить такі поняття, як конкуренція, конкуренти, конкурентоспроможність підприємства, виробництва, продукції,

потенціалу підприємства, маркетингової діяльності, ємкість ринку, конкурентні переваги, ринкова ніша тощо.

Конкурентоспроможність потенціалу підприємства є важливою характеристикою та сучасним показником розвитку промислового виробництва в умовах подолання наслідків економічної кризи в Україні. В табл. 1 подано пріоритетні напрямки дослідження конкурентоспроможності потенціалу підприємства. Якщо підприємство має великий набір компетенції на основі комплексу інтелектуальних, технічних, технологічних, організаційних та економічних характеристик в умовах змін зовнішнього середовища, то конкурентоспроможність його потенціалу забезпечує успішну діяльність на ринку.

Таблиця 1

**Пріоритетні напрями дослідження конкурентоспроможності потенціалу підприємства**

Пріоритетний напрямок	Обґрунтування та мета
Визначення та аналіз ринкового потенціалу підприємства та конкурентної структури	Зручним інструментом порівняння можливостей підприємства та основних конкурентів є побудова багатокутників конкурентоспроможності, які являють собою графічні поєднання оцінок становища підприємства та конкурентів за найбільш значущими напрямками діяльності [8, с.136]. <i>Мета:</i> побудова багатокутника конкурентоспроможності
Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства	Конкурентоспроможні продукти – це результат функціонування конкурентоспроможної організації [9, с.71]. <i>Мета:</i> ефективне використання та розвиток наявного потенціалу
Конкурентоспроможність потенціалу підприємства та її рівні	Конкурентоспроможність потенціалу підприємства - це комплексна порівняльна характеристика, яка відображає рівень переваження сукупності показників оцінки можливостей підприємства [10, с.53]. <i>Мета:</i> визначення успіху підприємства на певному ринку за певний період часу стосовно сукупності аналогічних показників підприємств - конкурентів
Сутність та рівні конкурентоспроможності потенціалу підприємства	Конкурентоспроможність потенціалу підприємства - це комплексна порівняльна характеристика, яка відображає рівень переваги сукупності індикаторів якості використання ресурсів та організації взаємозв'язків між ними [11, с.42]. <i>Мета:</i> визначення ефективності потенціалу підприємства на певному ринку в певний період часу щодо сукупності індикаторів підприємств - аналогів
Сутність маркетингового потенціалу підприємства	Конкурентоспроможність маркетингового потенціалу підприємств являє собою рівень використання маркетингового потенціалу у порівнянні з конкуруючим об'єктом [12, с.56]. <i>Мета:</i> ефективне використання маркетингового потенціалу

	підприємства
Потенціал конкурентоспроможності підприємства	Потенціал конкурентоспроможності підприємства - це властивість носія забезпечити потреби ринку за кожною номенклатурною позицією продукції за обсягом, характеристиками, якістю та ціною в межах виробничого та економічного потенціалу підприємства на певному рівні [13, с. 102]. <i>Мета:</i> оцінка потенціалу підприємства

Ці особливості конкурентоспроможності потенціалу потребують розробки науково-методичного інструментарію для оцінки її рівня на підприємствах в ринкових умовах. Проведення критичного аналізу, дослідження основних інструментів оцінки конкурентоспроможності підприємства, визначення методики, напрямів практичного застосування і оптимізації впливу факторів конкурентоспроможності потенціалу підприємства зроблено на прикладі переробної галузі. Основою реалізації поставлених проблем є умови трансформації економіки в Україні.

Узагальнення вітчизняного та російського досвіду дає змогу зробити висновок, що концепція конкурентоспроможності потенціалу підприємства є відносно самостійним напрямом дослідження. Складність та невирішеність проблем формування конкурентоспроможності потенціалу підприємства та завдань з її забезпечення в переробній галузі на сьогодні на українських підприємствах визначили необхідність подальшого системного наукового дослідження.

Конкуренція є елементом ринкового механізму, який дозволяє зрівноважити попит і пропозицію, скоординувати, узгодити поведінку різних суб'єктів ринку, а також є важливою рушійною силою розвитку економічної системи, складовою господарського механізму. Конкуренція діє через попит, пропозицію й ціну. Конкуренція показує економічне змагання виробників однакових видів продукції на ринку за залучення більшої кількості покупців та одержання доходу в короткостроковому або довгостроковому періодах. Конкурентоспроможність галузі обумовлюється здатністю компаній входити до складу галузі, швидко реагуючи на зміну в її структурі, брати до уваги тенденції до зміни, відновлювати свої соціально – економічні системи і зберігати досягнутий рівень конкурентоспроможності виробництва. Особливість конкурентоспроможності потенціалу підприємства полягає в тому, що вона не є внутрішньою природною якістю системи його взаємопов'язаних ресурсів і може бути оцінена тільки за наявності конкурентів. Конкурентоспроможність потенціалу підприємства є відносним поняттям і має різний рівень його використання стосовно ринкових конкурентів. Визначення конкурентоспроможності потенціалу підприємства має не тільки важливе наукове, а й практичне значення, оскільки уявлення

про її сутність надає промисловим підприємствам можливість створити стратегію власної поведінки на ринку.

На нашу думку, конкурентоспроможність потенціалу підприємства як економічна категорія надає порівняльну характеристику та відображає рівень переваги результативних показників оцінки стану системи його ресурсів і можливостей відносно аналогічних показників конкурентних підприємств на ринку. Крім того, це поняття, яке враховує взаємодії всіх складових елементів потенціалу, реально оцінює його позиції на ринку, ринкову частку, можливості стосовно просування продукції, ефективність збуту. Важливою теоретичною характеристикою є категоріальний апарат, який містить поняття конкуренти; конкурентоспроможність підприємства, продуктів, потенціалу, маркетингової діяльності; ємкість ринку; конкурентні переваги; ринкова ніша.

Концепція міжнародної конкурентоспроможності базується на системі оцінок порівняльних переваг національних економік за складним переліком індикаторів, що більш-менш повно відображують вплив ключових факторів на різні сторони економічної діяльності на макро- та мікрорівні [2, с.72].

Незважаючи на розробку й появу на світовому ринку нових будівельних матеріалів, виробництво цементу у світі зростає щорічно на 3%. Особливості таких процесів можна простежити на прикладі деяких країн.

КНР – на сьогодні єдина країна, якій вдається впродовж більш ніж десяти років утримувати темпи зростання ВВП на рівні вище 8 % у рік. 2007 року ВВП КНР склав 2,7 трлн. дол., США – 13,2 трлн. дол., Бразилії – 1,06 трлн., РФ – 985 млрд., Індії – 873 млрд. дол. Китай є лідером у світовому виробництві цементу. За останні три роки темпи зростання обсягу виробництва з галузі склав 103%. Така ситуація на світовому ринку виробників цементу спостерігається, починаючи ще з 1985 року. Китай остаточно і беззаперечно посів перше місце у світі за обсягами виробництва цементу. Частка китайських виробників цього будівельного матеріалу у світовому обсязі виробництва складає майже 50 %, причому обсяги внутрішнього виробництва цементної галузі демонструють стабільну динаміку зростання. У Китаї діють 5 000 цементних заводів, працюють 1,35 млн. фахівців у цементній галузі.

Також необхідно зазначити, що кількість нерентабельних фабрик досягає 2000, а це 38% від усієї кількості. Світовий лідер виробляє великі обсяги цементу, але при цьому використовує застарілі технології, тим самим забруднює довкілля. Політика Комісії Китаю з національного розвитку та реформування направлена на скорочення кількості таких фабрик до 3 500 за наступні 5 років. У цілому, експерти Асоціації виробників цементу відзначають, що, незважаючи на всі прийняті державою заходи, обсяг виробництва цементу продовжуватиме зростати. І сприяти цьому буде освоєння нових виробництв, значне вдосконалення виробничої й технологічної бази, бурхливий розвиток будівельної галузі. Економіка країни

набуває усе більш широкого розмаху, чим підтверджує, що дана ситуація зберігатиметься ще тривалий час (рис. 1.).

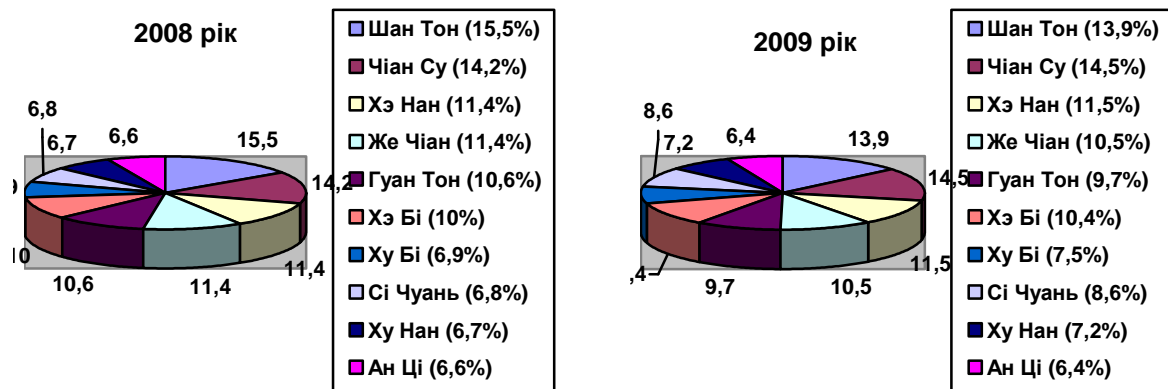


Рис. 1. Територіальна структура реалізації цементу в Китаї у 2008 – 2009 рр.

Індія посідає друге місце за обсягом виробництва цементу у світі. У цементній промисловості країни здійснені роботи з технологічного оновлення галузі, що привело до значного збільшення масштабів виробництва. За період 2000-2006 рр. обсяги виробництва цементу в країні збільшилися в 1,7 разів і досягли 159 млн. т. Частка країни у світовому виробництві цементу перевищує 6%. Цементна промисловість Індії представлена як маленькими підприємствами (потужність печі 10 т на добу), так і великими підприємствами (потужність до 7 500 т на добу). На великих підприємствах країни виробляється 85% цементу, їх потужність більше 1 мільйонів тонн на рік. У країні працюють 124 великих підприємства та 365 міні-заводів. 2009 року потужність випуску цементу в країні складала 195,2 млн. т, а попит на цемент –168,2 млн. т. Більшість цементних підприємств в країні знаходиться поблизу джерел сировини та енергії, тому близько 50 % цементу виробляється в південних районах країни.

США – найбільший світовий імпортер цементу. Обсяг виробництва будівельних матеріалів США складає близько \$75 млрд., у тому числі 60 % доводиться на цемент і бетон. Більшість потужностей з виробництва цементу в країні належить зарубіжним компаніям Holcim (Швейцарія), Сетех (Мексика), Buzzi Unicem (Італія) і Lafarge (Франція). Промисловість будівельних матеріалів країни представлена 120 цементними компаніями, сотнями місцевими виробниками піску й гравію та багатьма виробниками бетону. Крім того, 130 компаній управляє цегельними заводами, 500 компаній виробляє асфальт, 200 компаній виробляють продукцію з гіпсу, 1 000 компаній здійснюють випуск бетонних блоків і труб. Основною конкуруючою перевагою є випуск продукції за новою «сухою» технологією, проте цей спосіб є більш капіталомістким. 2007 р. у США було вироблено 96,3 млн. т цементу, у тому числі 92,1 млн. т портландцементу, на 113 цементних заводах, розташованих у 37 штатах. Два заводи з випуску цементу знаходяться в Пуерто-Рико. Загальні потужності з випуску цементу в країні складають 127 млн. т на рік. Потужності з випуску клінкеру в країні в 2007 році склали 102 млн. т на рік. Споживання цементу того ж року в країні в порівнянні з 2006 р. зменшилося на 11,4 %, що складало 118 млн. т. Зниження обсягів споживання цементу пов'язано з кризою іпотечного кредитування на будівельному ринку. За даними PCA Economic Research, у 2009 р. споживання портландцементу в США складе порядку 102,7 млн. т, знизилось на 10 %, а в 2009 році ще на 3,6 %. Високі ціни на паливо і криза іпотечного кредитування негативно впливають на економіку країни. Якщо, навіть, у поточному році станеться відновлення економіки, то воно майже не торкнеться будівельної галузі й цементної промисловості. За даними PCA, відновлення економіки почалося лише в другій половині 2009 р., що привело до зростання споживання цементу в країні на 5,2 % у 2010 році і прогнозується до подальшого зростання в 2011 році.

Росія посідає провідне місце у виробництві цементу. У країні, що увійшла до п'ятірки найбільших виробників цементу, відбувається бурхливе зростання будівельної індустрії. У середньому за 2001-2007 рр. темпи виробництва

цементу збільшилися на 10,6 %, що викликало попит на цемент в обсязі 4 млн. т на рік за умови, що житлове будівництво в Росії споживає 50% виробленого цементу. В 2008 р. обсяг виробництва цементу в Росії оцінювався на рівні 55 млн. т., у 2009 року – досяг 44,3 млн. т. Зниження виробництва цементу обумовлене зростанням імпорту після введення з початку 2008 р. нульових імпорتنних мит. Останні 4 роки імпорт цементу зростає випереджаючими темпами, з 366 тис. т в 2005 р. до 663 тис. т у 2006 році та 2,4 млн. т у 2007 році. Стрімке зростання імпорту з Туреччини та Китаю обумовлене високим попитом на цемент та агресивною ціновою політикою монополіста «Євроцемент груп», що займає біля 50% ринку.

За даними Держкомстату, цемент в Україні виробляють 17 підприємств. 15 з них входять до Українського концерну підприємств і організацій цементної та азбестоцементної промисловості «Укрцемент». У 2009 р. загальний обсяг випуску склав 9,02 млн. т цементу, що на 4,89 млн. т менше ніж 2008 р. За даними концерну «Укрцемент» і двох заводів, що не входять до його складу, загальні виробничі потужності всіх українських цементних заводів складають 21,4 млн. т на рік. Але це лише на папері. Реально український цементний потенціал значно менший. Наприклад, ВАТ «Балцем» (р. Балаклея, Харківська область), за його власним визнанням, виробляє в два рази менше замовлених 4 млн. тонн у рік (потужність заводу): причина – морально і фізично зношене устаткування. То ж можна сказати о більшості українських підприємств (рис.2).

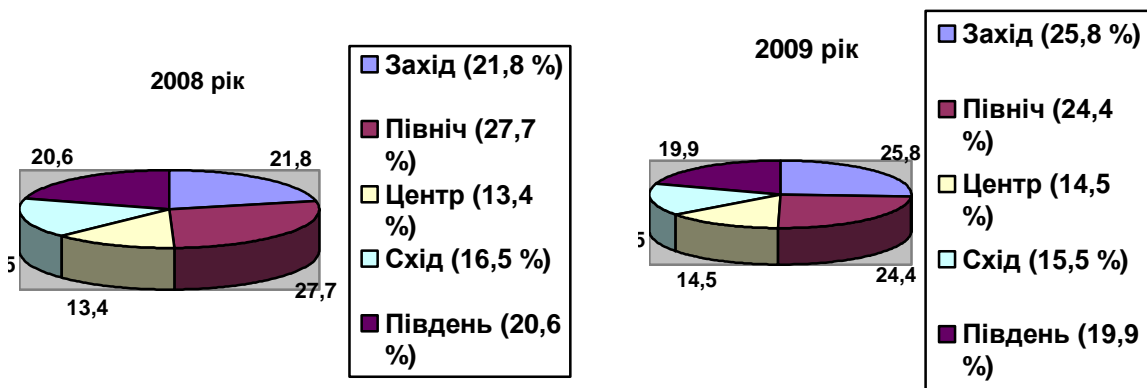


Рис. 2. – Територіальна структура реалізації цементу в Україні в 2008 – 2009 рр.

У цементній промисловості України в 2000 році було залучено зарубіжних інвесторів. Компанії світового масштабу CRH Group (Ірландія), Lafarge (Франція), Dycerhoff (Німеччина), Міжнародний концерн Heidelbergcement контролюють виробництво більше 60% на українському цементному ринку. Західні власники проводять реконструктивні перетворення щодо впровадження системи автоматичного управління, оптимізації процесів приготування шламу, дозування, відвантаження та упакування готової продукції. На сьогодні лише три підприємства в Україні працюють за новою технологією – «сухим» способом виробництва: ВАТ «КривийРогЦемент», ВАТ «Днепроцемент» і ЗАТ «Дніпропетровський цементний завод». За висновками експертів технологія «сухий» спосіб є найбільш ефективною традиційною технологією (на 25-30%).



За даними концерну “Укрцемент” у цементне виробництво ВАТ “Івано-Франківськцемент” інвестовано більше 25 млн. грн. на переобладнання технологічної лінії з виробництва клінкеру. В 2009 р. загальні виробничі потужності українських цементних заводів склали 21,4 млн. т на рік. Завантаження виробничих потужностей українських цементних підприємств ускладнюється станом морального та фізичного зношення фондів і низькими темпами їх оновлення.

Будівельний бізнес – складна та багатокомпонентна структура, успішна робота якої заснована на злагодженій роботі чисельних суміжних галузей народного господарства: цементної, бетонної, металопрокатної та ін. Соціальний попит і доступність банківських кредитів спровокували в нашій країні розвиток будівельної галузі, який активно збільшувався з 2004 р. Саме в цей час спостерігається активний вихід на вітчизняний ринок іноземних будівельних компаній, що призвело до посилення конкурентної боротьби на ринку виробництва товарного бетону та ЖБК. З'явилося багато нових підприємств, на будівельний ринок активно проникали лідери світового виробництва цементу, що виявили зацікавленість до виробництва бетону. Варто зазначити, що на сьогодні вся цементна галузь України належить іноземним компаніям - німецьким, французьким, російським, португальським та ірландським, що не могло не ускладнити ринкову ситуацію, істотно загостривши конкурентну боротьбу. Проблема досягнення конкурентоспроможності потенціалу підприємства в переробній галузі є актуальною і вимагає детального вивчення.

Конкурентоспроможність потенціалу виробників бетону в Одеському регіоні забезпечується шляхом структурної перебудови й оновлення підприємств, їх реконструкції, розвитку інвестиційного потенціалу, а саме, власних інвестиційних ресурсів, іноземних інвестицій, банківських кредитів. Для переробної галузі строк окупності інвестицій встановлюється на рівні 5-7 років. При всіх показниках ефективності, що сприяють створенню конкурентоспроможності галузі й окремих її підприємств, можна зробити висновок щодо необхідності виявлення пріоритетних конкурентів і визначення їхньої позиції. Залежно від своєї позиції в конкурентній боротьбі переробні підприємства в сучасних умовах мають займати місце ринкового лідера, претендента, послідовника та компаній, що знайшли ринкову нішу. В Одеському регіоні існують більше 40 виробників товарного бетону. Незважаючи на те, що всі ці підприємства займаються випуском одного продукту, кожне з них відрізняється власною матеріально-технічною базою, технологією виробництва, ціновою політикою на даному ринку, рівнем рекламної діяльності тощо. Серед виробників товарного бетону в Одеському регіоні можна виділити таких головних найпотужніших виробників: ТОВ «Комфорт ЛВ», компанія «Дікергофф-бетон», ТОВ «Хай – Райз констракшнз», ТОВ «ВЕСТТ».

Лідиром серед них за обсягом виробництва ТОВ «Комфорт ЛВ», яке можна віднести до організації з найбільшою ринковою часткою в галузі.

Найсучаснішими в плані матеріально-технічної бази, технології виробництва є компанії «Дікергофф-бетон» та «Хай-Райз констракшнз». Вищезазначені компанії можна віднести до ринкових претендентів, що борються за збільшення своєї ринкової частки, за входження в коло лідерів. Компанія "Хай-Райз констракшнз" виробляє повний цикл робіт від проектування й будівництва об'єктів до їх реалізації та подальшої експлуатації. Власний завод з виробництва бетону обладнано бетонозмішувальним устаткуванням німецької фірми Liebherr, що дозволяє випускати високоякісний товарний бетон широкого спектра марок. Мікропроцесорна система управління зберігає рецептури бетону й дозволяє з високою точністю дозувати компоненти бетону будь-якого складу з використанням декількох сотень добавок - модифікаторів, які підвищують якість бетону і додають йому спеціальні властивості, прискорюють темпи будівництва, значно знижують його вартість. Власна сертифікована лабораторія забезпечує постійний контроль якості як використовуваних матеріалів, так і готових бетонних сумішей.

Компанія «Дікергофф-бетон» є однією з найстаріших європейських компаній, яку було засновано більше 150 років тому як невелике цементне виробництво. На сьогодні компанія має більше ніж 40 заводів у 7 країнах світу. 2008 року «Дікергофф-бетон» став членом Групи Buzzi Unicem, увійшовши до складу компаній світового масштабу з виробництва цементу, бетону та інертних компонентів таких, як пісок і щебінь. Головний офіс «Дікергофф-бетон» розташовано в м. Вісбаден (Німеччина). Головний вид діяльності, довкола якого ведуться всі інші види діяльності, – це виробництво цементу, який виробляється на власних підприємствах у Німеччині, США, Люксембурзі, Чехії, Польщі, Росії та Україні.

На українському ринку компанія «Дікергофф-бетон» з'явилася в 2000 році, відкривши підприємство в Києві. Ця керуюча компанія координує всю діяльність та розвиток трьох українських цементних підприємств, які було придбано у 2000 році: ВАТ «Волинь-цемент», ВАТ «Югцемент» та ВАТ «Київцемент». Компанія «Дікергофф-бетон» в Україні впроваджує традиційну німецьку якість, стабільність і надійність. Для досягнення цієї мети компанія проводить комплексну реконструкцію ВАТ «Волинь-цемент», ВАТ «Югцемент» і ВАТ «Київцемент» з метою поліпшення екологічних і економічних стандартів їх діяльності і вдосконалення якості продукції. Компанія «Дікергофф-бетон» в Україні розпочала виробництво товарних бетонних сумішей на власних заводах у Києві, Севастополі, Одесі та Миколаєві. Усі бетонні заводи компанії «Дікергофф-бетон» є сучасними з усією необхідною інфраструктурою, комп'ютерним управлінням та мають сертифіковані лабораторії якості.

В м. Одеса новий бетонозмішувальний вузол виробництва Німеччини забезпечує повністю автоматизований процес приготування бетонних сумішей з дотриманням точного дозування компонентів суміші відповідно до рецепту. Продуктивність заводу 100 куб. метрів бетонної суміші на годину орієнтовано на масштабне будівництво, що потребує значних обсягів товарного бетону

стабільної якості в обмежений період часу. До ринкового послідовника можна віднести компанію «ВЕСТТ», що проводить політику проходження за галузевими лідерами, зберігає свою ринкову частку, не приймає ризикованих рішень.

Вищезазначені компанії дозволяють виробляти більше 100 тис. м<sup>3</sup> бетону в рік. Кожна з цих компаній має власну територіальну перевагу. Наприклад, ТОВ «Комфорт ЛВ» і ТОВ «ВЕСТТ» завдяки своєму територіальному розташуванню мають перевагу в центральних районах міста, компанія «Дікергофф-бетон» обслуговує будівельні організації південних районів міста і частково Одеську область, компанія "Хай-Райз констракшнз" працює на будівництвах північно-західних районах міста.

Особливістю сучасного будівельного бізнесу Одеського регіону є те, що багато великих будівельних компаній, наприклад, СК «Стікон», «Прогрес – Строй», «БМУ – 463», «ЮГ – Строй» вважають за краще мати власні виробничі бази, де встановлено бетонні вузли з вироблення товарного бетону, зводячи до мінімуму вжиток бетону, виробленого сторонніми організаціями. Така практика дає цікавий та актуальний приклад зростання конкурентоспроможності потенціалу будівельного підприємства, при цьому зростає автономність підприємства і конкурентна боротьба на ринку будматеріалів. Структуру виробництва бетону в Одеському регіоні подано на рис. 3

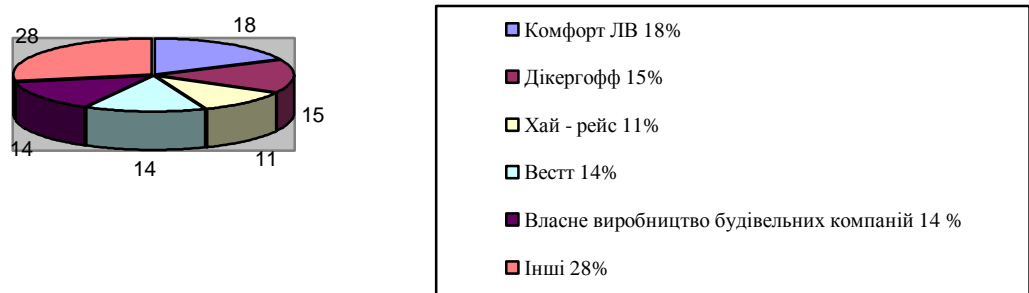


Рис. 3. Виробництво бетону на підприємствах переробної галузі Одеського регіону

З погляду результативності діяльності фірм-конкурентів на будівельному ринку Одеського регіону можна виділити такі головні фактори, які впливають на завоювання ними конкурентних і сильних позицій: імідж фірми; концепція продукту, на якій базується діяльність фірми; якість продуктів, рівень їхньої відповідності світовому рівню; рівень диверсифікованості виробничо-господарської діяльності, різноманітність номенклатури продуктів; сумарна ринкова частка головних видів бізнесу; потужність науково – дослідної й конструкторської бази; потужність виробничої бази, що характеризує можливості перебудовуватися на випуск нових продуктів і нарощувати обсяги випуску освоєних продуктів; фінанси, як власні, так і залучені з боку; ринкова ціна з урахуванням можливих знижок чи націнок; частота і глибина проведених маркетингових досліджень, їхній бюджет; ефективність збуту з погляду використання каналів товарообігу; рівень стимулювання збуту; рівень рекламної діяльності; політика фірми у зовнішньому підприємницькому

середовищі, що характеризує здатність фірми керувати в позитивному плані відносинами з державною і місцевою владою, громадськими організаціями, пресою, населенням.

Дослідження факторів свідчить, що в сучасних умовах на підприємствах Одеського регіону гостро постає проблема збору інформації про конкурентів. Ця проблема для різних галузей і видів діяльності збирається з різним ступенем складності. Так, для підприємств, що входять до складу галузей, що тяжіють до монополістичних чи олігополістичних структур, легше одержувати інформацію з вторинних джерел (обсяги й асортимент продукції, що випускається, ціни, обсяги продажів на різних ринках, фінансове становище підприємств тощо). Для підприємств, що входять до складу сильно дисперсних галузей, зростає роль первинної інформації, що збирається від споживачів, посередників, з інших джерел. Клієнт у подібних випадках дуже неохоче надає інформацію щодо послуг фірм-конкурентів. У будь-якому випадку велика роль неформальних методів збору даних, які здійснюються, найчастіше, шляхом проведення технічної, комерційної, маркетингової розвідки.

Конкурентоспроможність потенціалу підприємства, на нашу думку, є економічною категорією, яка надає порівняльну характеристику та відображає рівень переваги результативних показників оцінки стану системи його ресурсів і можливостей відносно аналогічних показників конкурентних підприємств на ринку.

В цементній галузі система спостереження за конкурентоспроможністю потенціалу підприємства створює комплекс взаємопов'язаних компонентів, представлений підсистемами індикаторів конкурентоспроможності потенціалу, що входять до системи оцінок порівняльних переваг національних економік в глобальному просторі.

Індикатори конкурентоспроможності потенціалу цементного виробництва – це оцінні критерії, що визначають вплив факторів виробництва на різні сторони господарчої діяльності підприємства та відображають тенденції світової конкурентоспроможності.

Особливу методологію наукового мислення в економічній теорії визначає системний підхід. Системне уявлення конкурентоспроможності потенціалу підприємства пояснює його прогресивний розвиток абсолютно у всіх сферах діяльності. Конкурентоспроможність потенціалу підприємства, на нашу думку, є економічною категорією, яка надає порівняльну характеристику та відображає рівень переваги результативних показників оцінки стану системи ресурсів і можливостей відносно аналогічних показників конкурентних підприємств на ринку.

Таким чином, можливо зробити висновок, що конкурентоспроможність виробництва цементу – це порівняльна характеристика, яка відображає рівень переваги можливостей окремих виробників відносно конкурентів в умовах глобального ринку. Глобалізація передбачає, що країни стають не просто взаємозалежними з причини формування системи міжнародного інтегрованого виробництва, а й вразливими щодо негативного впливу світогосподарських

зв'язків. Виграш від глобалізації розподіляється далеко не рівномірно між країнами та виробниками.

Позитивні можливості підприємств переробної галузі на конкурентному ринку України потребують теоретичного, методичного обґрунтування аспектів формування конкурентоспроможності потенціалу, за яким має бути побудовано дійсний механізм спостереження за конкуренцією. Поширення інвестицій супроводжується залученням банків до інвестиційних проектів забезпечення росту переробних підприємств. Основою взаємодії банків і підприємств мають стати методики оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємств як інструмент оптимальних інвестиційних можливостей підприємства.

### Список літературних джерел

1. Стратегічні виклики ХХІ століття суспільству та економіці України: каталог в 3 т./ [ред. акад. НАН України В.М. Геєць, акад. НАН України В.П. Семиноженко, чл. –кор. НАН України Б.Є. Кваснюк]. – К.: Фенікс, 2007 – [Інноваційно – технологічний розвиток економіки]. Том 2. – 564 с.
2. Стратегічні виклики ХХІ століття суспільству та економіці України: В 3т./ [ред. акад. НАН України В.М. Геєць, акад. НАН України В.П. Семиноженко, чл. –кор. НАН України Б.Є. Кваснюк]. – К.: Фенікс, 2007. – [Конкурентоспроможність української економіки]. Т. 3. – 2007. – 556 с.
3. Портер Майкл. Конкуренція / Пер. с англ. Вільямс, 2000. – 304 с.
4. Афанасьєв М.В., Білоконенко Г.В. Економічна діагностика: Навч. посібник. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2007. – 296 с.
5. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 207 с.
6. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика: Учеб. пособие. – М.: «ГНОМ и Д», 1998. – 381 с.
7. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М.: ИНФРА – М, 2000 – 312 с.
8. Попов Е.В. Рыночный потенциал предприятия / Е.В. Попов – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2002. – 559 с.
9. Шершньова З. Є., Оборська С.В. Стратегічне управління: Навч. Посібник – КНЕУ, 1999. – 384 с.
10. Федонін О.С., Рєпіна І.М., Олексюк О.І. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2004. – 316 с.
11. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства, формування та оцінка; Навчальний посібник. - Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 352 с.
12. Балабанова Л.В., Мажинський Р.В. Управління маркетинговим потенціалом підприємства: Навч. посібник. – К.: ВД «Професіонал», 2006. – 288 с.
13. Бачевський Б.Є., Заблодська І.В., Решетняк О.О. Потенціал і розвиток підприємства: Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 400с.