

Мустафаева С.Р.

УДК 338.45:621

**К МЕТОДИКЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО
МАШИНОСТРОЕНИЯ УКРАИНЫ**

Постановка проблемы. Процессы глобализации экономики, охватившие Украину в 21 веке оказывают огромное влияние на внутренний рынок страны. По сути, происходящие изменения, начавшиеся со вступления Украины в ВТО и продолжающейся подготовкой вступления в ЕС, явились для отечественного производителя настоящим испытанием, практически во всех сферах деятельности. Наполнение рынка товарами зарубежного происхождения, по более упрощенной системе таможенных сборов, выступило своего рода «естественным отбором» где «выживает сильнейший» для отечественных производителей. С одной стороны, такое положение дел оставляет на рынке наиболее устойчивых, быстро реагирующих, стремящихся к успеху производителей, которые в сложившихся условиях, будут стремиться за темпами технического прогресса, внедрять инновации, увеличивать эффективность производства, с целью производства продукции способной конкурировать с зарубежными аналогами. С другой стороны, в Украине имеется ряд отраслей народного хозяйства, которые не смогут без соответствующей государственной поддержки продолжить свое функционирование. К данным отраслям относится и отрасль сельскохозяйственного машиностроения.

Анализ литературы. Проблеме конкуренции посвящено множество трудов ученых-экономистов. Так, авторы В.В.Благая, В.В.Благой, Ю.Ю. Терехина [5], занимались исследованием проблемы повышения конкурентоспособности. В трудах М.Портера [4] рассматриваются концепции конкурентной стратегии и международной конкурентоспособности. Э.В. Минько [3] рассматривал проблему качества и конкурентоспособности продукции во взаимной связи. Несомненно, что труды данных ученых внесли существенный вклад в экономическую науку, однако в данной работе представляет интерес рассмотрение проблемы конкурентоспособности непосредственно отрасли сельскохозяйственного машиностроения.

Цель: изучить методические подходы к оценке конкурентоспособности отрасли сельскохозяйственного машиностроения Украины и дать предложения по ее повышению.

Результаты. На современном этапе большая часть присутствующей в Украине техники иностранного производства, согласно данных информационного агентства УНИАН доля импортной сельскохозяйственной техники на внутреннем рынке Украины составляет около 80% [1]. Хотелось бы обратить внимание на то, что после вступления в ВТО в 2008 году импорт увеличился практически в два раза с 1240 млн. долл. в 2007 году до 2500 млн. долл. в 2008 году [2].

Также по данным УНИАН, Министерство промышленной политики Украины отмечает, что производственные мощности отечественных сельхозмашиностроительных предприятий могут практически полностью удовлетворить потребности сельскохозяйственных производителей в технических средствах, а именно, механизировать примерно 82% технологических процессов в сельском хозяйстве [1].

Исходя из вышеизложенной информации, можно утверждать, что осуществляемое Украиной предложение сельскохозяйственной техники не в полной мере пользуется спросом у покупателей. В ситуации, когда помимо отечественных производителей, множество зарубежных фирм одновременно предлагают технику способную удовлетворить определенную образовавшуюся потребность в ней, предпочтение покупателя отдается товару, который именуется в экономической литературе конкурентоспособным [3].

В целом понятие «конкуренция» большинство ученых-экономистов трактует, как процесс взаимодействия и борьбы между выступающими на рынке агентами в целях обеспечения лучших возможностей сбыта своей продукции и удовлетворения разнообразных потребностей покупателей.

Майкл Портер в своем труде «Конкуренция» [4] описал, что существуют три основные стратегии бизнеса, следуя которым, предприятия пытаются добиться конкурентных преимуществ:

1. Стремиться стать производителем с низкими издержками производства, для выпуска продукции с наименьшей себестоимостью в данной отрасли или сфере бизнеса.

2. Стремиться к дифференциации изделий и услуг для более полного удовлетворения нужд и запросов потребителей, что в свою очередь предполагает более высокий уровень цен.

3. Сфокусировать внимание на основных сегментах рынка, для удовлетворения нужд и запросов строго очерченного круга потребителей, либо за счет низкой цены, либо высокого качества.

Авторы Благая В.В., Благой В.В., Терехина Ю.Ю [5], выделяют следующие основные составляющие конкурентоспособности продукции:

1. Качество товара. Данный фактор составляет 30-35% при принятии решения о приобретении товара.

2. Сервисное обслуживание приобретаемых товаров.

3. Субъективный фактор, все, что связано с предпочтениями потребителя как отдельного человека

Существует множество методик определения конкурентоспособности предприятия, одной из таких методик является методика «4P» [6], которая основана на сравнительном анализе организации и предприятий конкурентов по следующим факторам: продукт (**Product**), цена (**Price**), продвижение на рынке (**Promotion**), регион и каналы сбыта (**Place**). Всем факторам конкурентоспособности присваивается количественная оценка в баллах. Так, состав факторов для определения конкурентоспособности производителей сельскохозяйственной техники может иметь следующий вид (таблица 1).

Таблица 1. Структурный состав факторов для анализа по методике “4P”

Продукт (Product)	Цена (Price)	Регион и каналы сбыта (Place)	Продвижение на рынке (Promotion)
1. Надежность 2. Срок службы 3. Ремонтпригодность 4. Технический уровень 5. Престиж торговой марки 6. Стиль, дизайн, комфортабельность 7. Уровень сервисного обслуживания 8. Гарантийное обслуживание 9. Уникальность дополнительных услуг 10. Широта ассортимента	1. Отпускная 2. Скидки с цены 3. Условия и порядок расчетов (предоплата, кредит, сроки оплаты)	1. Стратегия сбыта 2. Число дилеров 3. Число дистрибьюторов 4. Степень охвата рынка 5. Регион сбыта	1. Формы рекламы 2. Места размещения рекламы 3. Бюджет рекламы 4. Частота появления рекламы 5. Участие в выставках 6. Упоминание в средствах массовой информации

Помимо использования такого рода методик с выставлением экспертами баллов, при определении конкурентоспособности продукции сельскохозяйственного машиностроения, необходимо также определить возможный экономический эффект или рассчитать так называемую цену потребления приобретаемой единицы техники, что является наиболее важным при осуществлении выбора именно сельскохозяйственной техники. Цену потребления различных видов техники можно определить с помощью методики приведенных затрат. Так приведенные к периоду эксплуатационные затраты рассчитываются по следующей формуле:

$$З_{пр} = K * E_n + S,$$

где $З_{пр}$ – приведенные к указанному периоду затраты;

K - удельные капиталовложения;

E_n - нормативный коэффициент эффективности капиталовложений – величина обратная сроку службы.

При сроке службы 7 лет, $E_n = 0,15$;

S - текущие эксплуатационные затраты.

$$S = З_{п} + A + P + ГСМ,$$

где $З_{п}$ - затраты на заработную плату; P - отчисления на ТО и ремонт,

$ГСМ$ - затраты на горюче-смазочные материалы.

A - амортизационные отчисления;

Данная методика позволяет определить стоимость использования данного вида техники на 1 га обрабатываемой площади, а также на 1 тонну собранного урожая. К тому же, преимуществом данной методики выступает ее тесная связь с комплексом технических характеристик выбираемой техники, что дает возможность осуществить анализ, получив лишь рекламный проспект с основными техническими характеристиками техники.

Исходя из данной методики, можно утверждать, что наиболее конкурентоспособным окажется не тот товар, который обладает наиболее низкой продажной ценой, а тот у которого будет ниже цена потребления в течение всего срока эксплуатации.

Выводы. Образовавшаяся в нашей стране ситуация с рынком сельскохозяйственной техники, указывает на слабость и низкую конкурентоспособность производимой продукции, так как при достаточных объемах ее производства и относительно не высоких по сравнению с иностранными образцами ценах, спрос на отечественную продукцию данной отрасли машиностроения является очень низким.

В связи с тем, что покупательная способность аграриев невелика, а также упрощен доступ зарубежной продукции на отечественный рынок, проблема повышения конкурентоспособности отечественных производителей является крайне острой и должна быть решена в ближайшей перспективе. Для объективной оценки конкурентоспособности производители и потребители техники могут воспользоваться рядом методик и от того насколько правильно будут отобраны критерии проведения анализа и будет зависеть полученный результат.

Для повышения конкурентоспособности производимой продукции, предприятиям отечественного машиностроения необходимо:

- следить за темпами развития НТП, а также внедрять инновационные технологий разработки и конструирования изделий, производя тем самым постоянную модернизацию выпускаемых машин и агрегатов, а также разработку новых моделей;

- проводить политику минимизации издержек на производство продукции с целью снижения цен на производимую продукцию;

- повышение качественных характеристик, должно быть основной целью данных предприятий, при относительно приемлемых ценах. Так как для того чтобы отечественная продукция сельскохозяйственного машиностроения была востребована и являлась конкурентоспособной, данная продукция должна «побеждать» по такому показателю как «цена/качество», который является одним из главных показателей конкурентоспособности;

- еще одной важной особенностью в повышении конкуренции, является повышение уровня и качества оказания гарантийных, а также сервисных послегарантийных услуг. Особенно это актуально в плане сроков осуществления ремонтных мероприятий, в связи со спецификой сельского хозяйства.

Источники и литература:

1. Доля импортной сельхозтехники в Украине составляет 80% : [Электронный ресурс] / Официальный сайт информационного агентства УНИАН. – Режим доступа : <http://economics.unian.net/rus/detail/34716>
2. Мустафаєва С. Р. Перспективы развития отечественного сельскохозяйственного машиностроения Украины в условиях глобализации и диверсификации рынков / С. Р. Мустафаєва // Экономика : проблемы теории и практики. – Днепропетровск : ДНУ, 2010. – Вып. 265. – Т. II. – С. 324-331.
3. Минько Э. В. Качество и конкурентоспособность / Э. В. Минько, М. А. Кричевский. – СПб. : Питер, 2000. – 268 с.
4. Конкуренция / М. Э. Портер; под ред. Я. В. Заблоцкого; пер. с англ. О. Л. Пелявского. – М. : Изд-кий дом «Вильямс», 2005. – 608 с.
5. Благая В. В. Повышение конкурентоспособности продукции / В. В. Благая, В. В. Благой, Ю. Ю. Терехина // Экономика: проблемы теории и практики. – Днепропетровск : ДНУ, 2010. – Вып. 265. – Т. II. – С. 373-377.
6. Фасхиев Х. А. Анализ состояния проблемы управления конкурентоспособностью организации сферы услуг : [Электронный ресурс] : Scitech / Х. А. Фасхиев, И. М. Гараев // Онлайн-научно-технический журнал. – 2004. – № 5. – Режим доступа : <http://www.kampi.ru/scitech/base/nomer15/1disk/stat1.html>

Миронова Л.Г.**УДК 330.46:331.52****СУТНІСТЬ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТА ЙОГО РОЛЬ В ЕКОНОМІЦІ**

Вступ. Трудовий потенціал підприємства – це складне соціально-економічне явище, від ефективності формування та використання якого залежить конкурентоздатність підприємства, його розвиток.

Трудовий потенціал має двоєдину природу – по-перше, це людські ресурси з їх розумовими і фізичними можливостями, запасами до трудової діяльності, які в процесі їх використання мають здатність до розширеного відтворення, по-друге, це економічна категорія, що виражає взаємовідносини між людьми з приводу ефективного відтворення елементів суспільного виробництва та їх привласнення з метою задоволення потреб особистості, сім'ї, організації, держави, вирішення глобальних проблем [1].

Аналіз останніх наукових досліджень та публікацій. Дослідженню проблем формування, використання та розвитку трудового потенціалу приділено значної уваги видатними українськими та зарубіжними вченими, серед яких І. Бажан, С. Бандур, Д. Богиня, І. Бушмарін, Н. Гавкалова, Б. Генкін, О. Грішнова, М. Долішній, А. Криклій, Е. Лібанова, В. Лич, С. Пирожков, М. Семікіна, С. Трубич, О. Тяжов, Л. Шаульська, В. Швець, М. Шутов, В. Щербак, Д. Ядранський та інші.

Постановка завдання. Метою статті є узагальнення існуючих поглядів до визначення сутності трудового потенціалу, а також його ролі в економіці України в сучасних реаліях.

Виклад основного матеріалу дослідження. Методологічні засади дослідження трудового потенціалу започатковано в працях представників трудової теорії вартості (А. Сміт, Д. Рікардо, К. Маркс), неокласичного напрямку (Л. Мізес, М. Фрідмен), кейнсіанства (Дж. Кейнс, Р. Харрод) та розвинуто представниками інституціонально-соціологічного напрямку сучасної економічної теорії (Дж. Гелбрейт, Я. Тінберген, Р. Хайлброннер) і так званої нової інституціональної економіки (Р. Нільсон, С. Уінтер, Й. Шумпетер, Ф. Хайск).

Термінологічний перехід від робочої сили і трудових ресурсів до трудового потенціалу не є випадковим. Поняття «потенціал» тлумачать як приховані можливості, джерело можливостей, засобів, які можуть бути застосовані, використані для вирішення завдання або досягнення цілі.

Таким чином, трудовий потенціал є наявною і можливою в майбутньому кількістю та якістю праці, якою володіє суспільство, колектив організації, індивід за конкретного рівня розвитку науки і техніки.

В дослідженнях сучасних українських науковців, зокрема А. Криклія [2], С. Трубича [3], розглядається категоріальний апарат, який безпосередньо пов'язаний з поняттям «трудовий потенціал», а саме: особистісний потенціал, людський капітал, трудові ресурси, економічно активне населення, зайняті економічною діяльністю, персонал, кадри і робоча сила.

Щодо поняття «трудові ресурси» А. Криклій зауважує, що в умовах ринкової трансформації економіки воно втрачає актуальність і замінюється на поняття «економічно активне населення», яке пропонує на ринку праці свою робочу силу та може застосовуватися при розгляді питань на макро- і мезорівнях.

Науковець пропонує розглядати економічно активне населення в єдності кількісних та якісних аспектів, що зумовлює необхідність введення поняття «трудовий потенціал», яке являє собою їх інтегровану оцінку. Так, А. Криклій під трудовим потенціалом розуміє ієрархію понять - з позицій окремої людини, підприємства, території і суспільства в цілому та окремого виду економічної діяльності, але на кожному рівні під яким розуміється можливість найбільш ефективного використання зайнятих у відповідному виді трудової діяльності за допомогою системи цілеспрямованого впливу на його кількісні та якісні параметри в поточному періоді й у перспективі. Від трудового потенціалу суспільства сукупний трудовий потенціал всіх видів економічної діяльності відрізняється тим, що останній не враховує трудовий потенціал безробітних та економічно неактивного населення.

Ресурсно-маржинальний підхід до визначення поняття «трудовий потенціал» пропонує Л. Шевчук,