

Г.А. Семенов,
доктор економічних наук,
м. Запоріжжя

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА

І. Вступ.

Конкурентоспроможність товару — вирішальний фактор комерційного успіху на розвинутому конкурентному ринку. Це багатоаспектне поняття, що означає відповідність товару умовам ринку, конкретним вимогам споживачів і тільки за своїми якісними, технічними, економічними, естетичними характеристиками, але і за комерційними і іншими умовами його реалізації (ціна, терміни постачання, канали збуту, сервіс, реклама). Більш того, важливою складовою частиною конкурентоспроможності товару є рівень витрат споживача за час його експлуатації [1].

Інакше кажучи, під конкурентоспроможністю розуміється комплекс споживчих і вартісних (цінових) характеристик товару, що визначають його успіх на ринку, тобто перевага саме цього товару над іншими в умовах широких пропозицій конкуруючих товарів-аналогів. І оскільки за товарами стоять виготовлювачі, то можна з повною впевненістю говорити про конкурентоспроможність відповідних підприємств, об'єднань, фірм, так само як і країн, у яких вони базуються [2].

Будь-який товар, що знаходиться на ринку, фактично проходить тем перевірку на ступінь задоволення суспільних потреб: кожен покупець споживає той товар, який максимально задовольняє його особисті потреби, а сукупність покупців — той товар, що найбільше повно відповідає суспільним потребам, ніж конкуруючі з ним товари.

Тому конкурентоспроможність (тобто можливість комерційно вигідного збуту на конкурентом ринку) товару можна визначити тільки порівнюючи товари конкурентів між собою. Іншими словами, конкурентоспроможність — поняття відносне, чітко прив'язане до конкретного ринку і часу продажу. І оскільки в кожного покупця є свій індивідуальний критерій оцінки задоволення власних потреб, конкурентоспроможність здобуває ще й індивідуальний відтінок.

Щоб задовольнити свою потребу, покупцю недовідно придбати товар. Якщо це технічно досить складний виріб, то покупцю прийдеться нести витрати по експлуатації (платити за паливо, мастило, запасні частини, ремонт), оплачувати (якщо це товар виробничого призначення) працю обслуговуючого персоналу, витрачати гроші на його навчання, страхування і т.д. Та-

ким чином, витрати покупця складаються з двох частин: витрат на покупку (ціна товару) і витрат, пов'язаних зі споживанням, названих ціною споживання.

ІІ. Постановка проблеми.

Мета роботи — розглянути сутність конкурентоспроможності підприємства та принципи її визначення, проаналізувати особливості управління конкурентоспроможністю продукції ВАТ «Мотор Січ»

ІІІ. Результати.

Актуальність проблеми забезпечення конкурентоспроможності продукції на ринку носить у сучасному світі, універсальний характер. Від того, наскільки успішно вона вирішується, залежить багато чого в економічній соціальному житті будь-якої країни, практично будь-якого споживача.

Ціна споживання звичайно значно вище продажної ціни (у загальних експлуатаційних витратах за весь термін служби транспорту продажна займає не більш 20 %, вантажного автомобіля — 15%, магістрального літака 12%, побутового холодильника — приблизно 10%), тому найбільш конкурентоспроможний не той товар, що пропонують на мінімальною ціною на ринку, а той, у якого мінімальна ціна споживання за весь термін його служби у споживача [3].

Однак цей економічний показник при всій його важливості не вичерпує цілком поняття конкурентоспроможності. Число параметрів конкурентоспроможності залежить від виду і складності виробу в технічне експлуатаційному відношеннях, а також від необхідної точності оцінки, дослідження й інших зовнішніх факторів.

Нарешті, конкурентоспроможність визначається тільки тими властивостями, що становлять помітний інтерес для покупця (і, природно, гарантують задоволення потреб). Усі характеристики виробу, що виходять за рамки цих інтересів, розглядаються при оцінці конкурентоспроможності як що не мають до неї відношення в даних конкретних умовах (рис. 1).

Перевищення норм, стандартів і правил (якщо тільки це не викликано майбутнім підвищенням державних і інших вимог) не тільки не поліпшує конкурентоспроможність виробу, але, навпаки, нерідко знижує її, оскільки веде до росту ціни, не збільшуючи з погляду покупця споживчої цінності, у сил чого представляється йому марним. Вивчення конкурентоспроможності товару повинне вестися безупинно і систе-

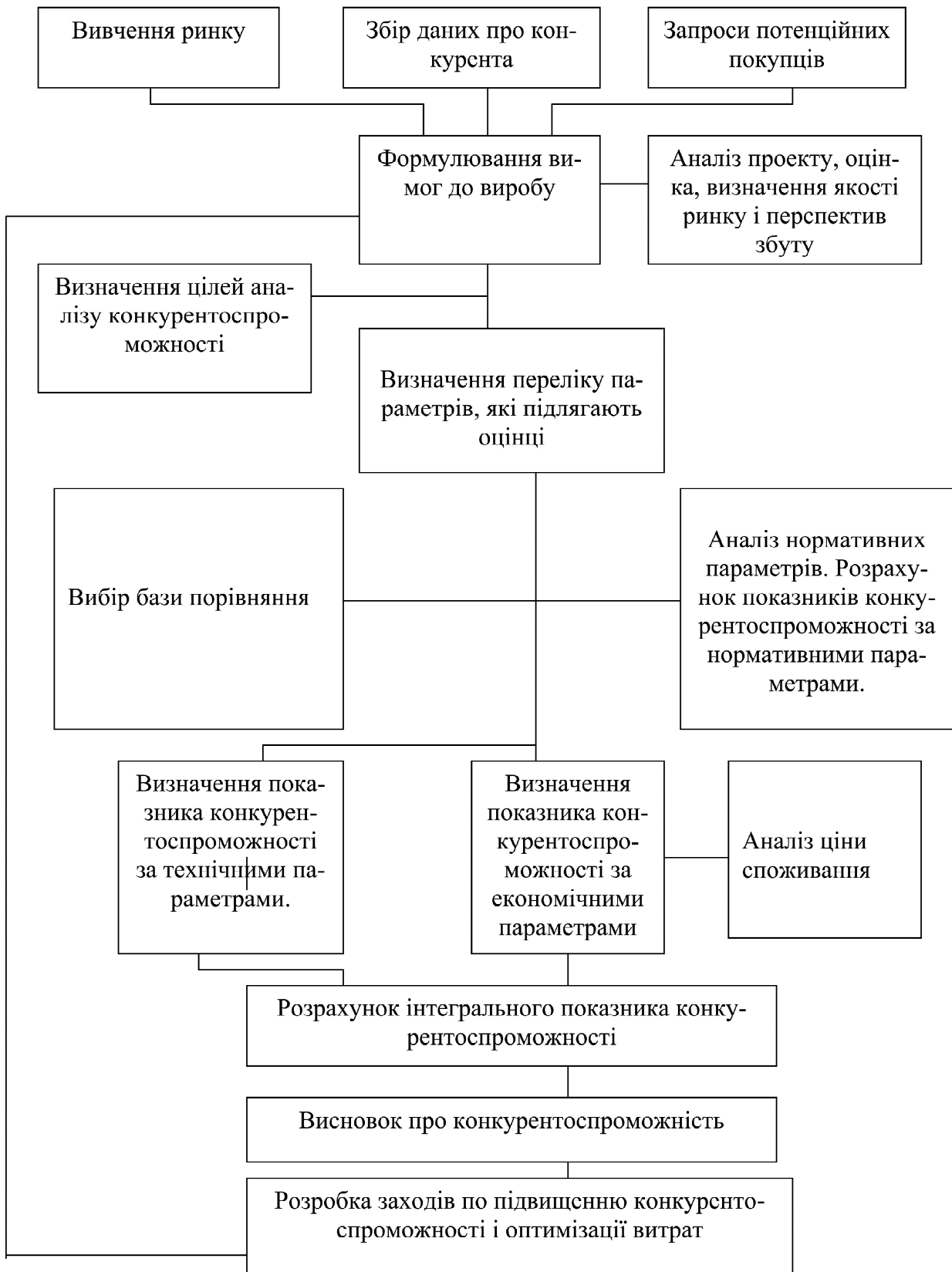


Рис.1. Типова схема оцінки конкурентоспроможності

матично, у тісній прив'язці до фаз його життєвого циклу, щоб вчасно уловлювати момент початку зниження показника конкурентоспроможності і прийняти відповідні рішення, що випереджають (наприклад, зняти виріб з виробництва, модернізувати його, перевести на ін. сектор ринку) [2,4].

При цьому необхідно виходити з того, що випуск підприємством нового продукту перш ніж старий вичерпав можливості підтримки с конкурентоспроможності, звичайно економічно недоцільний [5].

Разом з тим будь-який товар після виходу на ринок починає поступово витрачати свій потенціал конкурентоспроможності. Такий процес можна сповільнити і навіть тимчасово затримати, але зупинити — неможливо. І новий виріб проектується за графіком, що забезпечує йому вихід на ринок моменту значної втрати конкурентоспроможності колишнім виробом, інакше кажучи, конкурентоспроможність нових товарів повинна бути випереджальною і досить довгостроковою. Особлива увага приділяється не стільки поліпшенню технічних параметрів виробу, скільки зниженню ціни його споживання свідчить світова практика, саме цей параметр найчастіше ставав вирішальним хоча новий товар продавався по істотно більш високій ціні.

У практичній діяльності й у теоретичних вишукуваннях не ставиться знак рівності між якістю і конкурентоспроможністю або взагалі не робиться розходжень між ними. Мають місце також спори щодо того, яке з двох понять ширше [6].

Предметом діяльності підприємства ВАТ «МОТОР СІЧ» є: розробка (підготовка й організація дослідженого і серійного виробництва авіаційних: двигунів, авіаційної техніки і майна; збут авіаційних двигунів на внутрішньому і міжнародному ринках; післяпродажне обслуговування і ремонт авіаційних двигунів, постачання їхніми запасними частинами; робота з підвищення ресурсу і термінів служби авіаційних двигунів; розробка, виробництво і збут товарів народного споживання і цивільної продукції на внутрішньому і міжнародному ринках; маркетингові дослідження й аналіз тенденцій розвитку ринку авіаційних двигунів, іншої продукції виробничо-технічного призначення, товарів народного споживання, цивільної продукції й інтелектуальній власності; проведення рекламно-виставочних заходів; науково-дослідні, конструкторські і технологічні розробки, їхнє застосування і реалізація; організація надання послуг в області науково-технічної, зовнішньоекономічної, фінансової, торгової діяльності і матеріально-технічного забезпечення; брокерська діяльність; будівництво об'єктів виробничо-технічного призначення; будівельні, монтажні, проектні і ремонтні роботи; організація надання послуг по лізингу, інжинірингу і дилерським операціям; організація інве-

стиційної, торгової, сільськогосподарської і комерційної діяльності відповідно до чинного законодавства України; здійснення зовнішньоекономічної діяльності по експорті й імпорту промислової, науково-технічної продукції, «ноу-хау», інтелектуальної власності, товарів народного споживання й іншої продукції; внутрішні і міжнародні перевезення пасажирів і вантажів повітряним, річковим, морським, залізничним і автомобільним транспортом; відкриття й експлуатація в комерційних цілях об'єктів: адміністративних, фізкультурно-оздоровчих культурних і розважальних, а також готелів, пансіонатів, лікувально — оздоровчих комплексів, як в Україні, так і за її межами і ін.

Економічна ситуація в Україні після руйнування господарств зв'язків із країнами СНД залишається надзвичайно складною. І в даний час у багатьох галузях народного господарства продовжується спад виробництва, збільшується платіжна криза. Кризові явища в економіці вплинули фінансове положення підприємств і організацій. За цей час багато заводів в Україні і країнах СНД практично припинили своє існування.

Працюючи в умовах економічної нестабільності, скорочення авіаційного ринку і відсутності державного фінансування, підприємство не тільки вижило але і створило разом зі ЗМКБ «Прогрес» за рахунок власних коштів нову конкурентоздатну авіаційну і цивільну продукцію. Підприємству довелося шукати нові шляхи рішення питань розробки і виробництва, збуту і супроводу в експлуатації своєї продукції, і на принципово нових основах сформуло питання ціноутворення і маркетингу. Це дало свої результати. За 5 років роботи акціонерного товариства обсяг реалізації продукції в діючих цінах збільшився в 4,7 рази. З огляду на зниження купівельної спроможності замовників України і Міністерства оборони України, а також недостатню ємність вітчизняного авіаринку, на якому ВАТ «МОТОР СІЧ» не може повною мірою реалізувати весь свій науково-технічний і виробничий потенціал, розширення продажів у країні СНД і далекого зарубіжжя є головною задачею для забезпечення життєдіяльності і збереження авіаційного профілю підприємства.

Для вибору шляхів і методів забезпечення конкурентоздатності підприємства, насамперед, необхідно проаналізувати стан і тенденцію розвитку в майбутньому ринку, на якому діє підприємство, види конкуренції, що існує на цьому ринку. Для ВАТ «Мотор Січ» — це ринок літаків, вертольотів авіадвигунів. Самі сучасні у вітчизняному парку літаки Іл-86 і Як-42 знаходяться на експлуатації вже понад 10 років, а інші типи випускаються з 1960-70-х років. При цьому Іл-86 і Як-42 виконують не більш 20% сумарного обсягу пасажирських перевезень. Прямим наслідком цього є незадовільна реальна паливна ефективність експ-

луатованого парку, що складає 55-60 г/пас. км у середньому по літаках, що виконує перевезення на магістральних авіалініях. У складі парку відсутні типи літаків з технічною паливної ефективністю краще 34 г/пас. км, тоді як ще в другій половині 80-х років близько 70% парку американських авіакомпаній складала літаки з витратою палива не більше 27 г/пас. км.

Таким чином, важливою задачею, що дозволить підвищити конкурентоздатність підприємства, для ВАТ «Мотор Січ» є розробка і введення у виробництво двигунів з високою паливною ефективністю. Дуже перспективним у цьому змісті є двигун Д-27 з паливною ефективністю на 30% вище, ніж у сучасних газотурбінних двигунів. Двигун Д-27 призначений для військово-транспортного літака Ан-70 і його модифікацій, необхідна кількість яких, по оцінках маркетологів, може досягти 1000 одиниць (тобто 4000 двигунів). У перспективі цей двигун знайде своє застосування на пасажирському літаку Ан-180 і літака-амфібії Бе-42.

В ситуації, коли в Україні різко скоротився попит на авіадвигуни, підприємство застосувало стратегію диверсифікації — впровадивши виробництво наземної техніки.

Компанія ВАТ «Мотор Січ» запропонувала на ринку газотурбінні приводи, що використовуються в агрегатах для перекачування газу, нафти на газорозливних станціях і пересувних електростанціях.

На газопроводах як привод для транспортування природного газу використовуються газотурбінні двигуни. При використанні газотурбінного приводу в агрегатах для перекачування речовин через газопроводи він пускає в хід насоси високого тиску (нагінатчі), що безпосередньо перекачують газ чи нафту. У пересувних електростанціях газотурбінний привод пускає в хід генератор, що виробляє електричний струм.

У світовій практиці на магістральних газопроводах використовуються двигуни потужністю 3, 6, 8, 10, 12, 14, 16, 25 Мвт, при цьому найбільше широко використовуються двигуни потужністю від 6 до 14 МВт.

Для виконання даних функцій фахівцями ВАТ «Мотор Січ» і конструкторського бюро «Прогрес» був розроблений газотурбінний двигун Д-336.

Звичайно на газоперекачуючих станціях встановлюється 6-8 двигунів, яких 4-5 знаходяться в постійній роботі, а 2-3 у резерві. Станції знаходяться на відстані 160-200 кілометрів друг від друга для підтримки постійного тиску по всій лінії газопроводу.

Д-336 і АІ-336-8 створені шляхом доробки базового турбовального газотурбінного двигуна Д-136, що використовується на найбільш могутніх вертольотах Мі-26 і Мі-26Т. Базовий двигун із загальною кількістю більш 300 тис. відпрацьованих годин, має сертифікат типу № 53-д від 05.04.93 і свідчення про

затвердження виробництва № 8-ПД від 30.11.1994 р, що були видані Авіаційним реєстром Міжнародного авіаційного комітету.

На ринку працюють як первинні виробники устаткування (розроблювачі і власники конструкторської документації), так і широко застосовується практика надання ліцензій на виробництво окремих моделей двигунів і їхній продаж на різних умовах. Також окремо існують компанії, що виконують капітальний ремонт турбін, після якого збільшується ресурс використання двигуна.

За останні роки структура галузі виробництва промислових турбін перетерпіла істотних змін. Основними напрямками змін були злиття, поглинання, формування спільних підприємств і реструктуризація основних виробників турбін на світовому ринку. Злиття спрямовані на збільшення провідними компаніями модельного асортименту газотурбінних установок. На ринку країн СНД з'явилися спільні підприємства ведучих світових виробників газових турбін і машинобудівних компаній Росії. Сформовано спільне підприємство між американською фірмою General Electric Power Systems і Санкт-Петербурзьким Кіровським заводом. GE також придбала італійську Nuovo Pignone, що має значний досвід роботи на російському ринку і є основним джерелом технічних розробок, що представлені на російському ринку спільним підприємством. Основною діяльністю спільного підприємства є виробництво, збут і обслуговування на російському ринку турбокомпресорів для російських газопроводів. Компанія має гарну позицію, тому що може: поставляти російським клієнтам газові турбіни місцевого виробництва забезпечувати сервісне обслуговування. На додаток, компанія може робити газові турбіни для компресорних станцій потужністю 14 Мвт (на основі моделі LM1600).

Інше спільне підприємство сформоване на базі «Рибінських Моторів» при участі General Electric M&I і займається виробництвом, збутом і технічною підтримкою газових турбін на основі авіадериватив (перероблених авіаційних двигунів) LM1600 потужністю 14МВт, LM2500 потужністю 23Мвт. Основною галуззю застосування турбін є перекачування природного газу. Спільне підприємство може надавати сервісну допомогу всім турбінам цієї серії на території Росії. Основна увага приділяється швидкій доставці й установці турбін у найбільш вилучені регіони, високій ефективності і низькому рівню атмосферних викидів.

На території Росії створене спільне підприємство між «Авіадвигуном», Пермськими моторами й американською компанією United Technologies. Спільне підприємство використовує технологію Pratt&Whitney і промислові версії турбін PS-90А PS-90Р для виробництва турбін потужністю 12Мвт, що призначені для використання на компресорних станціях газопроводів.

Для цих цілей підприємство також займається виготовленням турбін потужністю 25МВт.

Канадська компанія Otenda виготовляє і збуває турбіни, розроблені українським підприємством «Машпроект» (Миколаїв) потужністю від 2,5 до 27,5МВт для використання як механічні приводи. Компанія продає й обслуговує турбіни в Північній і Південній Америці.

В Азії корейська компанія Halla Engineeri&Heavy Industries має ліцензійну угоду про співробітництво з італійською компанією Nuovo Pignone на виробництво турбін потужністю 5,2 і 9,9МВт, одним з напрямків використання, що розвиваються, яких на азіатському ринку є установка на компресорні і перекачувальні станції.

Для оцінки розміру ринку використані дані міжнародної консалтингової фірми Forecast International. На 2000-2010 роки на світовому ринку, включаючи СНД, прогнозується величина попиту в кількості 5921 одиниць. Приблизний розмір ринку на наступні десять років складає 50 млрд. доларів США (визначити розмір ринку в грошовому вираженні можна просумувавши розміри сегментів; у свою чергу розмір кожного сегмента визначається як кількість установок помножене на приблизну середню ціну кожної установки).

Основними джерелами росту попиту на промислові газотурбінні установки є будівництво нових нафто- і газопроводів, реконструкція існуючих, ріст споживання електроенергії для побутових і промислових нестатків і лібералізація багатьма країнами регулювання енергетичного ринку.

Основними регіонами розвитку енергетичного і трубопровідного секторів є Далекий Схід, Близький Схід, країни СНД і у визначеній мері Латинської Америки. При цьому якщо на Близькому і Далекому Сході переважає нове будівництво, то в країнах СНД існує також значна потреба в реконструкції існуючих потужностей, а нове будівництво сконцентроване на спорудженні магістральних експортних трубопроводах [7,8,9]

Оцінка конкурентоспроможності авіа продукції ВАТ «Мотор Січ». Для того, щоб керувати конкурентоздатністю, її насамперед необхідно оцінити. Оскільки конкурентоздатність — показник відносний, вимірюється він у порівнянні з чим-небудь, з якою-небудь базовою величиною. У залежності від того, що береться за базу порівняння, існують різні методики розрахунку конкурентоздатності продукції. Існує метод розрахунку конкурентоздатності виробу на підставі порівняння з виробом, що володіє ідеальними параметрами. Але для оцінки конкурентоздатності авіаційних двигунів більш доцільно використовувати порівняння з закордонними аналогами (вітчизняних аналогів немає, оскільки «Мотор Січ» — єдине підприємство на території України, що випускає аві-

аційні двигуни), тому що параметри ідеального двигуна оцінити в принципі неможливо.

Інтегральний показник відносної конкурентоздатності двигунів розраховується по формулі:

$$K = I_{\text{тз}} \times I_{\text{ц}}, \quad (1)$$

де $I_{\text{тз}}$ — зведений індекс конкурентоздатності двигуна по техніко-експлуатаційних параметрах;

$I_{\text{ц}}$ — зведений індекс конкурентоздатності двигуна по цінових параметрах.

$I_{\text{тз}}$ розраховується по формулі:

$$I_{\text{тз}} = \sum \alpha_i * f_i, \quad (2)$$

де α_i — важливість техніко-експлуатаційного параметра двигуна;

f_i — бальність відповідного техніко-експлуатаційного параметра двигуна виробництва ВАТ «Мотор Січ» у порівнянні з базисним.

Причому, при розрахунку коефіцієнта конкурентоздатності для параметрів f_4 (витрата повітря) і f_5 (питома витрата палива), береться їхня: зворотна величина, оскільки чим вище питома витрата палива і витрата повітря двигуна, тим менш він привабливий для споживача, тобто тим нижче його конкурентоздатність.

По оцінках фахівців, в оцінці конкурентоздатності авіаційних двигунів важливість техніко-експлуатаційних параметрів розподіляється в такий спосіб:

$\alpha_1 = 0.45$ (злітна тяга); $\alpha_2 = 0.05$ (температура газу перед турбіною); $\alpha_3 = 0.05$ (ступінь підвищення тиску); $\alpha_4 = 0.05$ (витрата повітря); $\alpha_5 = 0.4$ (питома витрата палива):

$$\alpha_1 + \alpha_2 + \alpha_3 + \alpha_4 + \alpha_5 = 1, \quad (3)$$

де α_i — важливість параметра двигуна.

$I_{\text{ц}}$ розраховується по формулі:

$$I_{\text{ц}} = \sum \alpha_i * c_i, \quad (4)$$

де α_i — важливість цінового параметра двигуна; c_i — бальність відповідного цінового параметра двигуна виробництва ВАТ «Мотор Січ» у порівнянні з базисним.

Важливість цінових параметрів розподіляється в такий спосіб:

$\alpha_1 = 0,7$ (ціна двигуна); $\alpha_2 = 0,3$ (можливість постачання в кредит).

У таблиці 1 представлені цінові характеристики двигунів виробництва ВАТ «Мотор Січ» і їхніх закордонних аналогів, а в таблиці 2. — техніко-експлуатаційні параметри двигунів.

Зробимо розрахунок інтегральних показників відносної конкурентоздатності двигунів:

1. Для двигуна АИ-20Д 5 серії:

$$f_1 = 5180/4910 = 1.055$$

$$f_2 = 1203/1349 = 0.892$$

$$f_3 = 9.45/9.5 = 0.995$$

$$f_4 = 20.4/14.9 = 1.369$$

**Цінові характеристики двигунів виробництва «Мотор Січ»
їхніх закордонних аналогів**

№ з/п	Двигун	Літаки й вертольоти, на які	Цінові параметри	
			c_1	C_2
			ціна, USD	можливості поставки в кредит
Турбогвинтові двигуни				
1	AI-20Д 5 сер. («Мотор Січ») T56-A15 (Allison Engine, США)	Ан-32	540 000	0
		"Локхид" С-130	1 000 000	1
Турбореактивні двухконтурні двигуни				
2	Д-36 («Мотор Січ») ТАУ (Rolls-Royce, Англія)	Як-42, Ан-72, Ан-74	1 000 000 1	0
		"Фоккер 100"	750 000	1
	Д-436Т («Мотор Січ») BR-715 (BMW- Rolls-Royce, Німеччина)	Ту-334-100	1 000 000	0
		Boeing, MD-95, Ту-334-100	2 000 000	1
Турбовальні двигуни				
4	ТВЗ-117 ВМА («Мотор Січ») T700-GE-700 (США)	Мі-17, Ка-52, Ка-50	300 000	0
		НН-90	550 000	1

$f_5 = 0.238/0.227 = 1.048$
 $I_{\text{тв}} = 1,055 \times 0,45 + 0,892 \times 0,05 + 0,995 \times 0,05 + 1/1,369 \times 0,05 + 1/1,048 \times 0,4 = 0,9875$
 $c_1 = 540\,000/1\,000\,000 = 0,54$
 $c_2 = 0$ (оскільки згідно діючому законодавству українські підприємства поставляти продукцію в кредит не мають права)
 $I_{\text{ц}} = 1/0,54 \times 0,7 + 0 \times 0,3 = 1,296$
 $K_1 = 0,9875 \times 1,296 = 1,27$
 2. Для двигуна Д-36:
 $f_1 = 6500/6280 = 1.03$
 $f_2 = 1450/1320 = 1.09$
 $f_3 = 20/15.6 = 1.28$
 $f_4 = 253/183 = 1.38$ $f_5 = 365/0.446 = 0.82$
 $I_{\text{та}} = 1,03 \times 0,45 + 0,109 \times 0,05 + 1,28 \times 0,05 + 1/1,38 \times 0,05 + 1/0,82 \times 0,4 = 1,106$
 $c_1 = 1\,000\,000/1\,750\,000 = 0,57$
 $c_2 = 0$ (оскільки згідно діючого законодавства українські підприємства поставляти продукцію в кредит не мають права)

$I_{\text{ц}} = 1/0,57 \times 0,7 + 0 \times 0,3 = 1,22$
 $K_2 = 1,106 \times 1,22 = 1,349$
 3. Для двигуна Д-436:
 $f_1 = 7650/8167 = 0,9367$
 $f_2 = 1489/1540 = 0,9668$
 $f_3 = 25,2/34 = 0,7412$
 $f_4 = 255/259 = 0,9845$
 $f_5 = 0,375/0,62 = 0,6049$
 $I_{\text{тв}} = 0,9367 \times 0,45 + 0,0967 \times 0,05 + 0,7412 \times 0,05 + 1/1,9845 \times 0,05 + 1/0,06612 \times 0,4 = 1,1745$
 $c_1 = 1\,000\,000 / 2\,000\,000 = 0,5$
 $c_2 = 0$ (оскільки згідно діючому законодавству українські підприємства поставляти продукцію в кредит не мають права)
 $I_{\text{ц}} = 1/0,5 \times 0,7 + 0 \times 0,3 = 1,4$
 $K_3 = 1,1745 \times 1,4 = 1,644$. Для двигуна ТВЗ-117 ВМА
 $f_1 = 2200/1755 = 1.253$
 $f_2 = 1193/1307 = 0.912$
 $f_3 = 9.4/17 = 0.553$
 $f_4 = 8.7/4.5 = 1.933$

Таблиця 2

**Техніко-експлуатаційні характеристики двигунів виробництва
«Мотор-Січ» та їх зарубезних аналогів**

варіант	Двигун (виробник)	Літаки і вертольоти, на які встанов- люються двигуни	Техніко-експлуатаційні параметри				
			f_1	f_2	f_3	f_4	f_5
			Взльотна тяга (кгс), потуж- ність л.с.	Темпе- ратура газу перед турбіною, T_r * К	Ступінь під- вищення тиску Π^* К	Витрата повітря, кг/сек.	Питома витрата палива, кг/л.с./ч
Турбогвинтові двигуни							
1	AI-20Д 5 сер. («Мотор Січ»)	АН-32	5180 л.с.	1203	9.45	20.4	0.238
	T56-A15 (Allison Engine США)	«Локхид» С-130	4910 л.с.	1349	9.5	14.9	0.227
Турбореактивні двухконтурні двигуни							
2	Д-36 («Мотор Січ»)	Як-42 АН-72 АН-74	6500 кгс	1450	20	253	0.365
	ТАУ (Rolls-Royce, Англія)	«Fokker 100»	6280 кгс	1320	15.6	183	0.446
3	Д-436Т («Мотор Січ»)	Ту-334-100	7650 кгс	1489	25,2	255	0,375
	BR-715 (BMW- Rolls-Royce, Німеччина)	Boeing MD-95, Ту-334-100	8167 кгс	1540	34	259	0,62
Турбовальні двигуни							
4	ТВ3-117 ВМА	Ми-17, Ка- 52, Ка-50	2200 л.с.	1193	9.4	8.7	0.230
	T700 – GE- 700] (США)	НН-90	1755 л.с.	1307	17	4.5	0.209

$$f_5 = 0.230/0.209 = 1.004$$

$$I_{\text{тв}} = 1,253 \times 0,45 + 0,912 \times 0,05 + 0,553 \times 0,05 + 1/1,933 \times 0,05 + 1/1,004 \times 0,4 = 1,0612$$

$$c_1 = 300\,000/550\,000 = 0,54$$

$c_2 = 0$ (оскільки згідно діючому законодавству українські підприємства поставляти продукцію в кредит не мають права)

$$I_{\text{ц}} = 1/0,54 \times 0,7 + 0 \times 0,3 = 1,296$$

$$K_4 = 1,0612 \times 1,296 = 1,376$$

На підставі приведених вище розрахунків, можна зробити висновок, що основні двигуни, що випускаються ВАТ «Мотор Січ» є конкурентоздатними стосовно закордонних аналогів.

Найвищий показник конкурентоспроможності серед розглянутих двигунів 1,64 має новий двигун Д-436Т1, що по техніко-експлуатаційних характеристиках перевершує існуючі у світі аналоги і знаходиться на рівні розроблювальних. Аналіз попиту на літаки, оснащені цими двигунами дозволяє припустити, що виробництво і реалізація цього двигуна в перспективі повинні стати значним джерелом коштів для підприємства, а, отже, одним з факторів забезпечення його конкурентоздатності.

Більш низький показник конкурентоздатності двигуна АІ-20Д (1,27) порозумівається тим, що він є морально застарілим, по деяким споживчим характеристикам поступається закордонним аналогам. Проте, завдяки гнучкій ціновій політиці, створенню модифікацій і зусиллям підприємства і розширенню ринків збуту, реалізація цих двигунів у сьогодення приносить підприємству доход.

Більш високий, чим в АІ-20Д показник конкурентоздатності двигуна Д-36 — 1,349 обумовлює і більш високий попит на нього, але цей двигун також до деякої міри є застарілим (знаходиться в серійному виробництві з 1977 р) тому з метою забезпечення конкурентоздатності підприємства на базі цього двигуна створюються модифікації і нові двигуни (Д-436, Д-136), більш сучасні краще задовольняючи вимоги споживачів, тобто більш конкурентоздатні.

Що ж стосується двигуна ТВЗ-117 ВМА, з показником 1,3176 конкурентоздатності то цей цілком конкурентоздатний на світовому ринку двигун є основним джерелом коштів для ВАТ «Мотор Січ», а, отже виробництво, реалізація двигунів ТВЗ-117 ВМА і їхній ремонт — один зі шляхів забезпечення конкурентоздатності підприємства.

Таким чином, використовуючи стратегію диференціації підприємство ВАТ «Мотор Січ» здійснює реалізацію вироблених двигунів. Основний споживачами цієї продукції є країни Африки та Латинської Америки, де є літаки вітчизняного виробництва. Як відомо ресурс двигуна значно менший ніж ресурс літака, тому у цих країнах існує потреба у заміні двигунів на літака що експлуатуються. На цей сегмент ринку і розрахована стратегія підприємства ВАТ «Мотор Січ» [10-17].

Висновки

В роботі розглянута та проаналізована сутність конкурентоспроможності, проаналізовані основні стратегії, які забезпечують: досягнення підприємством конкурентоспроможності на ринку.

Основні висновки такі:

1. Відкрите акціонерне товариство «МОТОР СІЧ» — одне з найбільших у світі і єдине в Україні підприємство по розробці, виробництву, іспиту, супроводу в експлуатації і ремонту авіаційних двигунів для літаків і вертольотів, а також промислових газотурбінних установок на їхній базі.

2. У складі ВАТ «МОТОР СІЧ» 8 спеціалізованих машинобудівних заводів, розташованих на території України, що випускають сучасні, надійні економічні двигуни 43 типів і модифікацій для 53 видів літаків і вертольотів різного призначення, експлуатованих у 90 країнах світу.

3. «МОТОР СІЧ» сьогодні впевнено займає гідне місце у світовій співтоваристві авіадвигунобудувальних фірм. Унікальне виробництво, сконцентровані новітні авіаційні технології, устаткування, інтелектуальний кадровий потенціал, дозволяє створювати конкурентоздатну на світовому ринку авіаційну техніку нового покоління.

4. В роботі проаналізований сучасний стан машинобудівного комплексу України, визначене місце в ньому ВАТ «Мотор Січ», проаналізовані основні техніко-економічні результати діяльності і досягнення у ЗЕД, визначені шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства на зовнішньому ринку.

5. Існуючий міжнародний ринок виробів підприємства «Мотор Січ»: розділений на сегменти. Це — Європа, Азія, Індокитай, Африка, Америка. 41% ринку двигунів підприємства складає ТВЗ-117, 25% — АІ-9. В основному це постачання 70-х років. Парк двигунів великий, але з ряду причин (розпад СРСР, труднощі проникнення на нові ринки, важке політико-економічне положення в країнах Східної Європи і зниження бюджетних витрат на покупку військової техніки) комерційна діяльність на даному етапі утруднена. Політична обстановка така, що в найближчі 3-5 років при необхідності заміни авіаційного парку, Польща, Чехія і Румунія, швидше за все, звернуться до західних країн.

Тому зараз має велике значення відкриття в Європі представництва «Мотор Січ» для зміцнення старих зв'язків і пошуку нових контактів для пропозиції інжинірингових послуг і ремонту, для створення спільних підприємств.

6. Хоча на цих ринках дуже жорстка конкуренція, але підприємству удалося зберегти свої позиції завдяки поліпшенню якості сервісного і ремонтного обслуговування. Прив'язка клієнтів до підприємства здійснюється за рахунок обслуговування і ремонту двигунів, поставлених «МОТОР СІЧ» тільки фахівцями підприємства і надаються різні типи послуг і пільг. Не можна; залишати без уваги і цінову стратегію підприємства — ціни на вітчизняні двигуни нижче

світових, а їхня надійність і витривалість перевершує багато хто з двигунів пропонованих конкурентами.

7. Основним джерелом надходження коштів ВАТ «МОТОР Січ» є експорт продукції в країни далекого зарубіжжя, підприємствам і авіакомпаніям Росії, у яких експлуатується значна кількість вертольотів і літаків, укомплектованих двигунами ВАТ «МОТОР Січ». Для підтримки їх в експлуатації на належному технічному рівні підприємство здійснює ремонт двигунів, забезпечує післяпродажну підтримку постачаючи їх запасними частинами, ремонтно-монтажними інструментами виконує післяпродажне обслуговування.

8. Віддаючи пріоритети співробітництву з авіакомпаніями й авіапромисловістю Росії в справі розробки, виробництва й експлуатації авіатехніки, а також їхньому матеріально-технічному забезпеченню підприємство одночасно активно прагне зайняти свою стійку нішу і на ринках далекого зарубіжжя.

9. Успішне використання стратегії диверсифікації дозволило підприємству ВАТ «Мотор Січ» розробити і реалізувати наземну техніку на авіадвигунів. Основними споживачами цієї продукції є Росія і Казахстан.

10. Подальший розвиток цієї стратегії на підприємстві — реалізація проекту по виробництву першого українського вертоліта. Цей проект на сьогодні розробляється на підприємстві, він порозуміває, що на підприємстві буде не по вузлове збирання вертоліта з імпортних комплектуючих (як це роблять більшість вітчизняних підприємств), а створення замкнутого циклу виробництва вертольотів в Україні.

Література

1. **Синк С.** Управление производительностью. — М: Прогресс, 1989. — 320 с. 2. **Дойль П.** Менед-

жмент: стратегия и тактика. — СПб.: Питер, 1999. — 560 с. 3. **Шершньова З.Є., Оборська С.В.** Стратегічне управління. — К.: КНЕУ, 1999. — 384 с. 4. **Економіка** виробничого підприємства/ За ред. В.С.Петровича. — К.: Віра-Р, 2001. — 420 с. 5. **Економіка** підприємства./ За ред. А.М.Покропивного. — К.: Віра-Р, 2000. — 360 с. 6. **Савицкая Г.В.** Анализ хозяйственной деятельности предприятия. — Минск: ООО «Новое знание», 1999. — 688 с. 7. **Богуслаев В.** Выпуск двигателей ереднего класса.//ММ. Деньги и технологии — 2002. — №4. — С. 16. 8. **Корнеев В.Н.** Украина будет иметь собственный вертолет.// Обзор украинского рынка. — 2001. — №12. — С. 23—25. 9. **ВАТ «Мотор Січ».** — Буклет о предприятии. — Запорожье, 2000. — 24 с. 10. **Річний звіт** про підсумки діяльності підприємства за 2006 р. 11. **Богуслаев В.А.** Экономическое состояние ВАТ «Мотор Січ» за отчетный период 1994-2004 г.г. по итогам работы за 2003 год и перспективы на 2004год: Отчет. доклад правления ВАТ «Мотор Січ» // Мотор Січ. — 2004. — березня. — С. 2. 12. **Богуслаев В.А.** Без перспективи работать сложно // Панорама. — 2000. 3 февраля. — С. 3. 13. **Мотор Січ:** От поршневых к реактивным: 1916-1996. — Запорожье: ВАТ «Мотор Січ», 1996. — 159 с. 14. **Жеманюк П.** Вступая в 2004-й год: Итоги 2001 г. // Мотор Січ. — 2002. — 12 січня. — С. 1. 15. **Чуйко В.М.** Авиационные мотористы верят в будущее // Двигатель. — 2000. — №3. — С. 4-5. 16. **Богуслаев В.А.** «Мотор Січ»: мощь наземной техники.// Деловой вестник. — 2004. — №5. — С. 30. 17. **Богуслав В.А.** На нове орбиты. // Крылья Родины. — 2004. — №4. — с. 5. 18. **Шолохов В.** Взлетная полоса. // ММ. Деньги и технологии — 2003. — №9. — с. 22-27.