Круш П. В.
к.е.н., професор ФММ НТУУ «КПІ»
Кадиш П.І.
студент ФММ НТУУ «КПІ»

ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ НА ПРИКЛАДІ ТОВ «ЖИТОМИРСЬКИЙ ГРАНІТ»

В статті розглянуто чому конкурентоспроможність продукції підприємства є невід'ємною складовою його успіху. Також було проведено аналіз методів визначення конкурентоспроможності продукції підприємства. В основному увага приділялась підприємствам гірничодобувної промисловості в житомирській області. Було проведено аналіз конкурентоспроможності основного товару серед підприємств – граніту, та визначено його основні якісні характеристики. В результаті відповідних розрахунків за допомогою методу інтегрального показника конкурентоспроможності визначено ТОВ «Житомирський Граніт» основним лідером на ринку граніту у Житомирській області.

Ключові слова: конкурентоспроможність продукції, ціна, інтегральний аналіз, якість, граніт, показник.

Актуальність теми. Успішне функціонування організації залежить, в кінцевому рахунку, від рівня конкурентоспроможності продукції, що пропонується споживачам. Тим самим доводиться визнати необхідність розробки чіткої методології оцінки та управління конкурентоспроможністю продукції, заснованої на тісному взаємозв'язку загальновизнаних законів економіки та менеджменту, психології та соціології, статистики та теорії ймовірностей, інших наук.

Конкурентоспроможність товарів – вирішальний фактор комерційного успіху на конкурентному ринку. Це багатоаспектне поняття, що означає відповідність товару умовам ринку, конкретним вимогам споживачів не тільки по своїм якісним, технічним, економічним, естетичним характеристикам, але і по комерційних і інших умовах його реалізації (ціна, строки поставки, канали збуту, сервіс, реклама). Більш того, важливою складовою частиною конкурентоздатності товару є рівень витрат споживача за час експлуатації.

Вивчення конкурентоспроможності обумовлює необхідність розробки ефективних, простих у застосуванні інструментів, методик, що дозволяють підприємству з максимальним ступенем об'єктивності оцінити рівень конкурентоспроможності своїх товарів на ринку. Аналіз оцінок рівня конкурентоспроможності продукції стає підставою для диференціації пропозиції та створення унікального набору взаємозв'язаних конкурентних переваг, привабливих з точки зору споживачів в рамках цільового сегмента. Крім того, підприємство здатне ефективніше планувати процеси

вдосконалення товарного ряду, спираючись на конкретні результати дослідження.

Аналіз останніх наукових досліджень. Питання конкурентоспроможності є об'єктом глибокого і всебічного вивчення широкого кола як зарубіжних, так і вітчизняних вчених-економістів. Основою досліджень теоретичних аспектів конкурентоспроможності виступають праці таких видатних представників світової економічної думки, як Е. Альтман, І. Ансофф, Т. Бейтмен, Д. Болл, П. Друкер, Ф. Котлер, Ж-Ж. Ламбен, В. Маккалах, К. Макконнелл, М. Портер, А. Стрікленд, А. Томпсон, С. Шелл.

Вагомий внесок у дослідження різних аспектів проблеми конкурентоспроможності зробили вітчизняні вчені. Серед них Г.Л. Азоєв, В.Д. Базилевич, В.Л. Белоусов, З.М. Борисенко, А.С. Гальчинський, Є.П. Голубков, Б.М. Данилишин, П.С. Зав'ялов, Ю.В. Макогон, О.Г. Нефедова, В.П. Семиноженко, А.О. Старостіна, Х.А. Фасхієв, Р.А. Фатхутдінов, А.Ю. Юданов та інші.

Мета і **завдання статті.** Аналіз складових конкурентоспроможності продукції з граніту, а також визначення конкурентоспроможності продукції ТОВ «Житомирський Граніт».

Виклад основного матеріалу. Граніт України є одним з найцінніших різновидів природного каміння. Наявність особливого оптичного ефекту іризації, стійкість до впливу природних і техногенних чинників, механічна міцність і водночас придатність до обробки роблять лабрадорит популярним об'єктом практичного використання. Виняткове положення на ринку декоративного каміння обумовлює посилену увагу споживачів до якісних характеристик граніту і його споживчих властивостей. Кожен різновид декоративного каміння має характерні властивості, за якими визначається його споживча цінність. Користується попитом лише каміння, якому властиві певні параметри забарвлення, текстурного малюнку, фізичних властивостей, мінерального складу та яке є екологічно безпечним. Формування вимог до цих ознак відбувалося під впливом історико-культурних традицій певних народів, кліматичних зон, де використовується декоративне каміння, а також популяризації та тенденцій моди на ці природні оздоблювальні матеріали. Рівень споживчої якості гранітів також встановлюється за певними параметрами, найголовнішими з яких є показники декоративності (іризація, зернистість, текстура, колір породи), фізичні властивості, які визначають технологічність матеріалу, а також хімічні параметри, від яких залежить стійкість каміння до дії атмосферних та інших природних чинників.

В зв'язку з цим, оцінку та аналіз конкурентоспроможності підприємства доцільно проводити за показниками конкурентоспроможності основної продукції – граніту. Особливості конкурентної боротьби на ринку граніту України полягають у наступному:

– Основні запаси граніту зосереджені лише у Житомирській області;
– Швидкі темпи росту ринку нерудних матеріалів.

– Велика кількість гранітних кар'єрів на території України (близько 300).

Конкурентна боротьба на ринку продукції гранітів загострюється досить великою кількістю підприємств даної галузі, що пропонують на ринку широкий асортимент товарів.

Серед основних конкурентів на ринку досить стійких позицій займають ТОВ «Житомирський Граніт», ПАТ «Головінський граніт», ТОВ «Елгран» та ПАТ «Беютага».

Споживачами продукції зазначених підприємств є вітчизняні та закордонні підприємства. Граніт експортується в Білорусію, Польщу, Румунія, Туреччину, Словаччину, Молдову, деякі країни Балтики, Китай та США. Зрозуміло, що пропонована на ринках продукція повинна задовольняти споживачів за усіма показниками, відповідати стандартам та міжнародним вимогам.

Як вже зазначалось, основним показником конкурентоспроможності продукції є її якість.

Особливість оцінки якісних показників граніту полягає в тому, що якість продукції гранітних кар'єрів (відкритих кар'єрів) лише в незначній мірі залежить від обладнання, яке використовується на цих підприємствах, оскільки головні якості (міцність, вивітрюваність, лещадність, морозостійкість та радіоактивність), обумовлені природними параметрами видобутого каменю, а не технікою і технологією його переробки. Тому, головною умовою виробництва якісного граніту залишається вибір відповідного родовища будівельного каменю чи окремої її ділянки.

Серед основних якісних характеристик граніту, за якими доцільно проводити оцінювання його конкурентоспроможності, варто виділити наступні:

– радіоактивність – одна з найважливіших характеристик, що впливають на якість граніту, який використовується в будівництві. Якість граніту повинна бути підтверджена відповідними санітарно-епідеміологічними висновками та сертифікатами;

– пористість, яка характеризує ступінь заповнення об'єму матеріалу порожнинами, є важливим показником, що прямо впливає на низку споживчих характеристик породи: об'ємну масу, міцність, водопоглинання, теплопровідність, морозостійкість. Пористість граніту пов'язана, переважно, з тріщинуватістю різних типів. Трансзернова тріщинуватість виникає внаслідок реалізації природних або технологічних навантажень, які виникають при видобутку і обробці каменю, наприклад, при застосуванні вибухових речовин. Міжзернова тріщинуватість спостерігається вздовж поверхонь контакту зерен різних мінералів, які мають різні коефіцієнти лінійного розширення, наприклад, навколо зерен кварцу. Внутрішньозернова тріщинуватість пов'язана, головним чином, з тріщинами окремості і спайності, які характеризуються найменшою шириною, проте за своєю кількістю і питомою площею поверхні є чи не найбільш важливими для граніту. З цим пов'язані небажані явища, які

погіршують декоративність виробів з граніту – карбонатизація («позеленіння») плагіоклазу та окиснедня («іржавіння») залізистих мінералів.

– водопоглинання характеризує здатність матеріалу до поглинання і утримання води у порах. Визначається як відношення маси води, яку поглинає сухий матеріал при зануренні і витримуванні у воді, до маси (масове водопоглинання), чи об'єму (об'ємне водопоглиннння) сухого матеріалу. Водопоглипання залежить від густини лабрадориту і співвідношення закритих і відкритих пор. Зростання показника водопоглинання обумовлює зниження міцності породи у вологому стані та її морозостійкості. Останнє є досить важливим для природних умов України, дуже агресивних до будь-якого облицювального матеріалу. Протягом значної частини року (жовтень-квітень) температура повітря в Україні неодноразово переходить через відмітку нуля градусів. Відповідно, переходи вода-лід в умовах України відбуваються значно частіше, ніж, наприклад, в умовах більш м'якого клімату Італії або більш континентального клімату Москви. Неодноразове замерзання води в порах облицювальних матеріалів взагалі, і граніту, зокрема, спричиняє появу внутрішніх напружень, що загрожує виникненням відкритих тріщин, локальним падінням міцності матеріалу, а при високому водопоглинанні руйнуванням зовнішніх елементів будівельних конструкцій.

– Твердість – здатність матеріалу до опору проникненню в його об'єм більш твердих тіл, є дуже важливою характеристикою, яка відображає здатність породи опиратись дії інструменту в процесі її обробки.

– Стиранність є властивістю матеріалу протидіяти стиранню в процесі експлуатації. Найбільш важливий цей показник для горизонтальних поверхонь, які контактують з природними абразивами (вуличний бруд) або розміщені у зонах людського потоку (східці, бордюри, плити мостіння, цокольні частини будинків тощо). Стиранність є похідним показником від твердості породи.

Багато сучасних підприємств, що використовують закордонне мобільне і напівстаціонарних обладнання не можуть забезпечити відповідні показники якості граніту через економію площ, що пов'язане з прагненнями знизити вартість придбання комплексу, а відповідно й собівартості продукції, що за допомогою нього виготовляється.

Аналіз показників фінансової діяльності вищезазначених підприємств на ринку продукції граніту Житомирської області дає підстави вважити що однієї з найбільш перспективних фірм є ТОВ «Житомирський Граніт». Проте, позитивні тенденції основних показників діяльності підприємства не завжди є свідченням якості його продукції, а отже й конкурентоспроможності.

Аналіз основних показників конкурентоспроможності лабрадориту проводиметься за допомогою оцінки інтегрального показника конкурентоспроможності. Суть методу полягає в розрахунку інтегрального показника конкурентоспроможності, який враховує порівняння технічних

(якісних) та економічних (вартісних) показників продукції з аналогічною продукцією конкурентів, параметри якої зазначені у відповідних державних і міжнародних стандартах та вимогах.

За «еталон» – прийняте умовне підприємство галузі, у якого показники параметрів конкурентоспроможності досягають максимального значення серед лідерів. І при цьому «еталонні» значення можуть бути меншими, ніж нормативні, якщо конкурентоспроможність вітчизняної продукції є нижчою за світові зразки.

Як ми бачимо показники всіх компаній, задовольняють вимоги стандартів ДСТУ Б 9479-98. Тому подальше порівння характеристик продукту па його конкурентоспроможність будемо проводити з еталонним значенням по галузі.

Одиничний показник якості граніту ТОВ «Житомирський Граніт» за густиною розраховується як:

$$I_1 = 2700 / 2700 = 1$$

Густина граніту, що випускає ТОВ «Житомирський Граніт» повністю задовольняє вимогам ДСТУ, а також має еталонне значення по галузі, тому може бути застосований у всіх видах будівельних робіт.

Одиничний показник якості водопоглинання:

$$I_2 = 0,3 / 0,3 = 1$$

Коефіцієнт водопоглинання ТОВ «Житомирський Граніт» дорівнює еталоному значеню, серед конкурентів. А оскільки водопоглинання є одним з найважливіших показників для гранітів, що в цілому впливає на загальну міцність матеріалу, то його можна використовувати в будь-яких природних умовах, і при будь яких стрибках температури.

Показник межі міцності при стиснені у сухому вигляді:

$$I_3 = 93 / 97 = 0,96$$

Як ми бачимо показник міцності ТОВ «Житомирський Граніт» граніт на 4% менше ніж у еталоного, але не зважаючи на це ми маємо один із самих високих показників но галузі.

Показник межі міцності при водонасиченом стані:

$$I_4 = 15 / 20 = 0,75$$

Показник ТОВ «Житомирський Граніт» на 25 % нижче, ніж у еталонного зразка, але на 50% вище ніж потрібно по вимогам ДСТУ, тому може застосовуватись у будь яких видах будівництва.

Аналіз економічних (вартісних) показників доцільно оцінити за величиною прибутку, який отримує підприємство із продажу одного кв.м граніту. Співставляти оцінку ми будемо з нашим основним конкурентом ПАТ «Головінський граніт»:

$$I_6 = (600 – 510) / (520 – 405) = 0,79$$

Це означає, що велечина прибутку, яка закладенна в ціну 1 кв. м граніту ТОВ «Житомирський Граніт» на 21% нижча ніж у головного конкурента ПАТ «Головінський граніт», а це в свою чергу свідчить про підвищення економічної вигоди для споживача.

Таблиця 1

Експертні оцінки конкурентних параметрів для основних конкурентів ТОВ «Житомирський Граніт»

№ п/п	Назва параметру та його номер	Одиниці виміру	Значення параметрів для стратегічних конкурентів ТОВ «Житомирський Граніт»						Експертна вагомість параметрів для оцінки конкурентоспроможності продукції
			Вимоги згідно ДСТУ Б 9479-98	Еталоне по галузі (Найкращий показник)	ТОВ «Житомирський Граніт»	ПАТ «Головінський граніт»	ТОВ «Елгран»	ПАТ «Беютага»	
Технічні (якісні)									
1.	Густина	кг/м^3, не менше	2500	2700	2700	2600	2650	2580	0,25
2.	Водопоглинення	%, не більше	0,75	0,3	0,3	0,55	0,6	0,5	0,25
3.	Межа міцності при стисненні породи в сухому	МПа (кг/см2), не менше	80	97	93	97	85	90	0,25
4.	Зниження міцності при стисненні породи у водонасиченому стані	%, не більше	30	15	20	25	15	28	0,25
Економічні (вартісні)									
5.	Ціна	Грн/кв.м		500	520	600	500	590	
6.	Собівартість продукції	Грн/кв.м		405	405	510	410	491	
7.	Виробнича потужність	Бали		3000,00	2500,00	3000,00	1800,00	2000,00	
Сумарна вага параметрів									**1**

Варто зауважити, що нижчий рівень собівартості виробництва одного кв.м граніту на даному підприємстві обумовлений використанням високоефективного обладнання старих зразків. Такий підхід забезпечує виготовлення необхідної кількості граніту при забезпеченні основних показників якості.

Розрахуємо інтегральний показник конкурентоспроможності граніту ТОВ «Житомирський Граніт»:

$$I = (1 * 0,25 + 1 * 0,25 + 0,96 * 0,25 + 0,75 * 0,25) / 0,79 = 1,18$$

Дані розрахунки свідчать про те, що конкурентоспроможність граніту ГОВ «Житомирський Граніт» є на 18% вищою від граніту основних учасників даного ринку, що обумовлено наявністю конкретних обґрунтованих конкурентних переваг даного підприємства.

Висновки. Конкурентоспроможність товарів закладається ще на стадії проектування. У процесі виробництва матеріалізуються найважливіші (визначальні) елементи конкурентоспроможності товару: якість і витрати. Моделювання та визначення рівня конкурентоспроможності продукції є необхідною передумовою для її реалізації на відповідному ринку.

Найзручнішим методом для оцінки конкурентоспроможності граніту є метод розрахунку інтегрального показника конкуренто-спроможності. За результатами розрахунків можна зробити висновок про те, що основним лідером за конкурентними перевагами на ринку граніту у Житомирській області є ГОВ «Житомирський Граніт».

Список використаних джерел

1. Балабанова Л.В. Управління конкурентоспроможністю підприємств: навч. Посібник/ Л.В. Балабанова, Г.В. Кривенко, І. В. Балабанова; М-во освіти і науки України, Донецький ун-т екон. і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – К.: Професіонал, 2009. – 256 с.

2. Гончарова Н.П. Концептуальні параметри конкурентоспроможності національної економіки// Актуальні проблеми економіки. – 2006, № 8 (62). – С. 43-44.

3. Драган О. І. Конкурентоспроможність підприємства в умовах технологічної конкуренції: методологічний аспект [Текст] / О. І. Драган // Економіка ринкових відносин. – 2008. – № 1. – С. 55-59.

4. Клименко С.М. / Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посібник / С.М. Клименко [и др.]; М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київський нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана». – Вид. 2-ге, без змін. – К.: КНЕУ, 2009. – 515 с.

5. Портер М. Конкуренция / Портер М., Майкл Э- М. : Издат. дом «Вильямс», 2001. – ISSN 5-8459-0794-2.

Круш П. В.
к.э.н., проффесор ФММ НТУУ «КПИ»
Кадыш П.И.
студент ФММ НТУУ «КПИ»

ОПРЕДЕЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НА ПРИМЕРЕ ООО «ЖИТОМИРСКИЙ ГРАНИТ»

В статье рассмотрены почему конкурентоспособность продукции предприятия являются неотъемлемой составляющей его успеха. Также был проведен анализ методов определения конкурентоспособности продукции предприятия. В основном внимание уделялось предприятиям горнодобывающей промышленности в Житомирской области. Был проведен анализ конкурентоспособности основного товара среди предприятий – гранита, и определены его основные качественные характеристики. В результате соответствующих расчетов с помощью метода интегрального показателя конкурентоспособности определено ООО «Житомирский Гранит» основным лидером на рынке гранита в Житомирской области.

Ключевые слова: конкурентоспособность цена, интегральный анализ, качество, гранит, показатель.

Krush P., Kaidash P.

DEFINITIONS OF PRODUCTS COMPETITIVENESS FOR EXAMPLE «ZHITOMIR GRANIT» LLC

The article considers why competitiveness of enterprise is an integral part of its success. Also, an analysis of methods for determining the competitiveness of enterprise. Most attention was paid to mining enterprises in Zhytomyr region. It analyzes the main product competitiveness among enterprises - granite, and its main quality characteristics. As a result, the corresponding calculations using the method of integral index of competitiveness set LLC «Zhitomir Granit» major granite market leader in Zhytomyr region.

Keywords: price competitiveness, yntehralnыy analysis, Quality, Granite, the figure.