

АУТСОРСИНГ НА СТОРОЖІ МОНІТОРИНГУ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Колотюк О.І., асистент

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків*

У сучасних умовах ринку обумовлених гіперконкуренції і дефіциті ресурсів, а також спостерігається стрімке зниження купівельної спроможності, значною конкурентною перевагою є можливість реалізовувати товари і послуги максимально відповідають запитам споживачів в мінімальні терміни. Нові запити товарів і послуг надходять на ринок швидше, ніж внутрішні процеси промислових підприємств спрямовані на аналіз і моніторинг ринку. Терміни життя товарів і послуг на ринку скорочуються. Нові товари або послуги виходять на ринок несвоєчасно, що призводить до зниження попиту і обсягів прибутку. Конкуренція виступає невід'ємним якісним атрибутом економічного укладу суспільства, побудованого на ринкових принципах господарювання, об'єктивним механізмом перерозподілу ресурсів між галузями і видами економічної діяльності, інструментом саморегулювання економічної системи. Організаціям в умовах конкуренції недостатньо потенціалу як такого, він повинен трансформуватися в конкурентний потенціал. Все це зумовило виникнення аутсорсингові підприємства (від англ. «Outsourcing» - використання зовнішніх ресурсів для здійснення діяльності, передача окремих бізнес-функцій або бізнес-процесів іншому підприємству).

Аутсорсинг дозволяє гнучко реагувати на зміни на ринку; виведені за межі організаційно-виробничої структури промислового підприємства функції і процеси доручаються професіоналам спеціалізованої організації, в тому числі і зарубіжної; скорочуються витрати на тимчасове залучення висококваліфікованого персоналу; зменшуються накладні витрати, пов'язані з вартістю робочих місць, навчанням співробітників, інформаційною підтримкою і т.д. Проблеми використання аутсорсингу пов'язані зі збільшенням частки транзакційних витрат, ускладненням координації діяльності внутрішніх підсистем промислового підприємства і систем підприємств-підрядників, що надають аутсорсингові послуги; можливим витоком інформації; звільненням персоналу і посиленням залежності від постачальників. Формування конкурентного потенціалу промислового підприємства пов'язано з розробкою конкурентної стратегії. Конкурентна стратегія повинна не тільки задавати критерії диференціації виробленої продукції, а й визначати напрямки підвищення конкурентоспроможності бізнес-процесів і функцій.

Реалізація та розвиток конкурентного потенціалу здійснюється на основі функціональних стратегій, роль яких не зводиться лише до забезпечення зростання продуктивності праці, ефективного використання всіх видів наявних ресурсів і внутрішньовиробничих резервів.

Ефективне управління конкурентним потенціалом підприємства дозволяє створити певні конкурентні переваги. Конкурентна перевага визначається: наявністю ресурсів, їх структурою і пропорціями, швидкістю процесу створення, оновлення та вдосконалення ресурсів, організацією їх продуктивного, ефективного використання. Конкурентний потенціал формують тільки ті ресурси, які можуть бути змінені в результаті реалізації стратегічних рішень.

Необхідно особливо підкреслити, що конкурентна перевага не можна порівнювати з потенційними можливостями мережевого підприємства, тобто з його конкурентним потенціалом. На відміну від потенціалу - це факт, який фіксується в результаті реальних і очевидних переваг покупців. Саме тому в практиці бізнесу конкурентні переваги є головною метою і результатом господарської діяльності.

Функціональні стратегії є засобом реалізації конкурентної стратегії, а значить повинні сприяти узгодженню конкурентного потенціалу промислового підприємства з потенціалами ринків постачання і збуту. Отже, поряд із забезпеченням внутрішньої економічної ефективності, вони повинні фокусувати увагу на збільшенні корисності вироблених товарів і послуг для споживача. В рамках аутсорсингового підприємства функціональні стратегії реалізують підрядні організації, отже, їх стратегічна діяльність повинна бути підпорядкована меті ефективної реалізації конкурентної стратегії промислового підприємства, що є координатором мережі.

Як вказують деякі дослідники, аутсорсинг дозволяє організації зосередитися на розробці абсолютно нових продуктів і послуг для забезпечення конкурентної переваги, а також збільшити гнучкість виробництва-здійснення перебудови виробничим процесу і диверсифікація продукції, що випускається. В залежності від рівня розвитку, функціональних сполучень і положення на ринку аутсорсинг використовують частково або повністю, легітимно, усвідомлено або неусвідомлено від 40 до 80% підприємств. Для виробничої сфери головною є виробництво та реалізація товарів та послуг, тому все інше, доставка, зберігання, переробка, технічний сервіс, реклама, комунікації, бухгалтерія, маркетинг, менеджмент можуть передаватися на аутсорсинг. Таким чином стратегічно значним є знаходження функції аналізу конкурентних переваг по за межами підприємства.

Моніторинг конкурентного потенціалу машинобудівного підприємства перш за все слід здійснювати з урахуванням особливостей машинобудівної галузі. Так на приклад вивчення ринкових умов, яке повинно проводитися постійно, як до початку розробки нової продукції, так і в ході її реалізації. Ця особливість дозволить ефективно здійснювати планування виробництва за наявності у підприємства таких конкурентних переваг, як невисокий рівень зносу виробничих фондів і висока питома вага інноваційного обладнання, висока частка автоматизації виробництва і управління, володіння запатентованою технологією і наявність умов для диверсифікації виробництва, високий професійно-кваліфікаційний рівень персоналу підприємства та наукова організація праці, використання ресурсозберігаючих технологій. Застосувавши аутсорсинг моніторингу конкурентного потенціалу дозволить відстежувати комплексний показник конкурентного потенціалу не тільки в цілому, але і по групах показників маркетингу, фінансів, внутрішніх процесів, розвитку, що дозволить підприємству машинобудівного комплексу застосовувати інноваційну стратегію і стратегічний план.

Таким чином, для розвитку конкурентного потенціалу підприємства необхідно комплексно підходити до процесу управління всіма елементами його структури з метою досягнення синергетичного ефекту. Все це необхідно враховувати при розробці стратегії розвитку конкурентного потенціалу, звертаючи увагу на внутрішні і зовнішні конкурентні можливості підприємства, які залежать від відповідних потенціалів їх визначають. Проблема оцінки конкурентного потенціалу та формування конкурентних переваг компаній галузі

машинобудування набуває особливої актуальності у зв'язку із загостренням конкуренції на внутрішньому ринку і низьким рівнем конкурентоспроможності Українського виробництва в світі.

Література:

1. Колотюк О.І. Інноваційна діяльність як складова конкурентного потенціалу підприємства машинобудування / О. І. Колотюк // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХП»: зб. наук. пр. Сер.: Економічні науки. – Харків: НТУ «ХП», 2017. – № 24 (1246). – С. 15-18.
2. Формування конкурентних переваг продукції промислових підприємств / Є.В. Ковальов [та ін.] // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХП»: зб. наук. пр. Сер.: Економічні науки. – Харків: НТУ «ХП», 2016. – № 47 (1219). – С. 96-100.
3. Колотюк О.І. Процес планування інноваційної стратегії організації / О.І. Колотюк, Ю.О. Будякіна // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХП»: зб. наук. пр. Темат. вип.: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків: НТУ «ХП». – 2015. – № 26 (1135). – С. 142-146.