

Секція 2. Формування механізму публічного управління інклюзивним
розвитком регіону

к.е.н., доц. Тесленок І.М.

Національний університет «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя

магістрант ФЕУз-514 Широколов Є. В.

Національний університет «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя

**ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА
МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ**

Актуальність проведення дослідження конкурентного середовища машинобудівного підприємства ґрунтується на важливості визначення позиції компанії на ринку для забезпечення її розвитку та використання наявних конкурентних переваг. Для аналізу сил, що діють на ринку діяльності компанії, для встановлення того, які з них визначають ступінь інтенсивності конкурентної боротьби та для охарактеризування здатності підприємства конкурувати на ринку є доцільним використання моделі М. Портера.

Згідно за цією моделлю, конкурентне середовище формується під впливом таких конкурентних сил, як: суперництво між конкуруючими продавцями однієї галузі; конкуренція з боку товарів, що виробляються фірмами інших галузей і є гідними замінниками (субститутами), а також конкурентоспроможні за ціною; загроза входу в галузь нових конкурентів; економічні можливості та торговельні спроможності постачальників; економічні можливості та купівельні спроможності покупців [1, с. 22].

Ринок авіадвигунів в Україні та світі досить складний за своєю структурою, проте можна виділити його складові частки через найбільші провідні компанії даної галузі. Основними конкурентами АТ «Мотор Січ» (частка якої складає 4,50%) в авіадвигунобудуванні є «CFM Int.» (Франція/США) – 34,80%, «Rolls-Royce» (Велика Британія) – 18,50%, «Pratt & Whitney» (США) – 20,80%, «General Electric» (США) – 18,30% та інші – 3,10% [2]. На ринку України сьогодні функціонує ряд компаній авіабудівної галузі, які

виробляють надлегкі літаки, авіаційні двигуни, комплектуючі, а також надають сервісні, ремонтні послуги техніки тощо. Це такі компанії як ГП «Антонов», ГП «Київський авіаційний завод «АВІАНТ», Запорізьке машинобудівне конструкторське бюро «Прогрес», ПП «Аерос» та багато інших.

Наступною силою, яка впливає на конкуренцію в галузі, є товари-замінники на ринку авіадвигунів та машинобудування. На даний момент вже існують такі замінники як електродвигуни, які можуть використовувати електроенергію із сонячних батарей, а також зарядки акумуляторних батарей.

Використання альтернативних видів двигунів не є тою конкурентною силою, яка здійснює сильний вплив на підприємство, адже перебудування і встановлення таких двигунів у літаки є недешевим і на наш час використовується лише у невеликих літаках, що не пристосовані для перевезення великої кількості пасажирів або вантажів.

Наступною силою є ризик проникнення на ринок нових конкурентів. Можливість їх появи зумовлена проблемою якості та вартості сировини на українському ринку, використанням більш інноваційного обладнання та новітніх технологій. Проте основними ризиками для нових учасників ринку є високі бар'єри входу на ринок – а саме будівництво нових заводів потребує багато часу і капіталовкладень, старі учасники ринку вже мають налагоджені зв'язки у сфері постачання і збуту.

Проаналізувавши силу постачальників на підприємство, можна дійти висновку, що у галузі є досить високий ступінь впливу з боку постачальників продукції. Хоча підприємство і зберегло кооперовані зв'язки з широким колом постачальників основних комплектуючих виробів та матеріальних ресурсів і постійно зміцнює з ними зв'язки, постачальники впливають на підприємство через встановлення і самостійне регулювання цін на свої товари, через терміни поставок, що відображається на собівартості виготовленої продукції та термінах виконання робіт АТ «Мотор Січ».

Остання сила, що впливає на конкуренцію в галузі, є конкурентний тиск з боку компаній-споживачів. Найбільш великими українськими споживачами

АТ «Мотор Січ» в 2018 році залишаються Міністерство Оборони України, Нацгвардія, АК «Українські вертольоти» (м. Київ), ДП «КАЗ «Авіакон» (м. Конотоп). Значним ринком збуту для продукції АТ «Мотор Січ» є країни далекого зарубіжжя [3].

За результатами проведеного аналізу сил конкуренції на ринку авіабудування, можна зробити висновок, що найбільший тиск на АТ «Мотор Січ» здійснюють конкуренти всередині галузі (більш за все це стосується міжнародного ринку, а саме іноземних компаній, що тримають у своїх руках велику долю ринку) та можливі конкуренти, що можуть з'явитися на ринку авіабудування. Загроза з боку товарів-замінників є мінімальною. Середній вплив мають такі сили як постачальники матеріалів та комплектуючих і споживачі виготовленої продукції.

Подальша ситуація в авіабудівній галузі буде залежати від рівня технічного забезпечення, залучення інвестицій та подальшого фінансування галузі, появи нових ринків збуту. Нові потужності та інноваційні технології зможуть стати поштовхом для перерозподілу ринків збуту. Стале підвищення конкурентоспроможності АТ «Мотор Січ» може бути забезпечене тільки за умови довгострокового, поступального і безупинного вдосконалення всіх складових конкурентоспроможності.

Література

1. Портер М. Стратегія конкуренції / Майкл Портер: пер. з англ. – К.: Основи, 1998. – 390с.
2. Гуржій Н. М. Аналіз конкурентоспроможності продукції ПАТ «Мотор Січ» на ринку авіадвигунів / Н. М. Гуржій, А. В. Маценко // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. – № 20. – С. 301-304.
3. Річний звіт за 2018 рік. *Мотор Січ*: веб-сайт. URL: <http://www.motorsich.com/files/1035otchet%20za%203%20kv%202018.pdf> (дата звернення: 20.09.2019).