

**ВПЛИВ ДЕРЖАВНИХ ІНСТИТУЦІЙ НА ФОРМУВАННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНОГО ВИРОБНИКА**

**IMPACT OF STATE INSTITUTION ON THE FORMATION OF COMPETITIVE
ABILITY OF DOMESTIC PRODUCERS**

здобувач

Винницький національний
університет

Розглянуто питання конкурентоспроможності вітчизняного виробника в глобальному економічному масштабі. Акцентовано увагу на неспроможності формування внутрішнього конкурентного потенціалу підприємства без інституційного реформування.

Рассмотрен вопрос конкурентоспособности отечественного производителя в глобальном экономическом масштабе. Акцентировано внимание на несостоятельности формирования внутреннего конкурентного потенциала предприятия без институционального реформирования.

We have studied the issue of competitive ability of domestic producer in the global economic scale. We have focused our attention to the inability to form company internal competitive potential without institutional restructuring.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентний потенціал, інституційне реформування

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, конкурентный потенциал, институциональное реформирование

Key words: competition, competitive ability, competitive potential, institutional restructuring

ВСТУП

Під впливом глобалізації економічних процесів та інтернаціоналізації підприємницької діяльності, перед виробниками все частіше постають нові і неочікувані питання і крім проблем виробництва і збуту продукції, які нарощуються і ускладнюються, накладаються інші фактори, зокрема, технологічні прориви та швидке старіння виробничої бази.

Все частішими стають ситуації коли конкуренція розгорається не лише в сфері реалізації продукції, але і на стадіях створення нової продукції, де закладаються основні параметри її майбутньої конкурентоспроможності.

Питання конкуренції і конкурентоспроможності активно вивчається як зарубіжними науковцями (М. Портер, Дж. Сакс, Азоев Г.Л., Юданов А.Ю., Рубін Ю.Б., Фатхутдінов Р.А., Філософова Т.Г., Тарануха Ю.В. та ін.), так і вітчизняними (Тарнавська Н.П., Балабанова А.В., Холод В.В., Реверчук С.К., Піддубний І.О., Беларусов А.С., Воронкова А.Е. та ін.).

МЕТА СТАТТІ

Питання конкурентоспроможності вітчизняного виробника, із врахування розширення масштабів глобалізації для України з її перехідною економічною системою є таким, що потребує поглибленого теоретичного вивчення із подальшим практичним застосуванням.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Порівняльні переваги країни і конкурентні переваги компанії складають враження про національну конкурентоспроможність, що являє собою здатність національної економіки виробляти і споживати товари і послуги в умовах конкуренції з товарами і послугами, що виготовляються в інших країнах, при підвищеному рівні життя населення і дотриманні міжнародних екологічних стандартів [1].

РЕЗУЛЬТАТИ

Основними ознаками конкурентоспроможності як одного з критеріїв ефективності економічного суб'єкта є:

– відносний (порівняльний) характер – конкурентоспроможність проявляється тільки через порівняння характеристик економічного суб'єкта з характеристиками інших суб'єктів даного ринку;

– релевантний характер критерію конкурентоспроможності, який означає, що траєкторія руху даного економічного суб'єкта (його конкурентна позиція) відносно інших суб'єктів може бути визначена тільки в межах релевантного зовнішнього середовища;

– часовий характер (динамічність) критерію конкурентоспроможності характеризує положення суб'єкта у конкурентному полі в координатах часу як результат його конкурентної діяльності.

Існують різні критерії класифікації конкурентоспроможності:

– за територіально-географічною ознакою – міжнародна і внутрішньо національна конкурентоспроможність, конкурентоспроможність в межах окремих регіонів;

– залежно від масштабності економічних об'єктів – конкурентоспроможність товару, підприємства-виробника, галузі і/або комплексу галузей, національної економіки;

– у тимчасовому прояві – конкурентоспроможність на певну дату або проміжок часу у минулому, поточна конкурентоспроможність, конкурентоспроможність в перспективі [2].

Фатхутдінов Р.А. у своїх працях вказує на те, що конкурентоспроможність може бути стратегічною, потенційною і реалізованою [3].

М. Портер, який є визнаним знавцем конкуренції, у своїх працях наголошує на тому, що головним фактором забезпечення конкурентоспроможності країни являється конкурентоспроможність первинної ланки – компанії. Конкурентоспроможність підприємства визначають показники, які характеризують: конкурентоспроможність продукції; фінансовий стан підприємства; ефективність збуту та просування товарів; ефективність виробництва; імідж підприємства тощо [4].

Наукові підходи до управління конкурентоспроможністю висвітлювали у своїх роботах Тарнавська Н.П., Клименко С.М., Фатхутдінов Р.А. та інші. Досить чисельним є перелік підходів запропонований Фатхутдінов Р.А., які, як наголошує вчений, не дублюються, а доповнюють один одного, і акцентує увагу на необхідності застосування всіх їх на практиці. Однак на практиці це зумовлюється втратою одного із основних важелів конкурентоспроможного розвитку – часу, тому доречним, на нашу думку, є застосування дещо звуженого діапазону підходів запропонованих Клименком С.М. [2,5]. Єдина загальновизнана методика оцінки конкурентоспроможності виробника, в якості якого економістами розглядаються фірми, окремі підприємства, галузі або ж вся економіка у цілому, поки що не розроблена [6]. В літературі зустрічається цілий ряд підходів до вирішення цієї проблеми, але з допомогою більшості з них можливо оцінити лише окремі аспекти конкурентоспроможності, а дати її комплексну оцінку, що передбачає аналіз впливу зовнішнього середовища господарювання і оцінку внутрішніх можливостей підприємства неможливо. На сьогодні найбільш поширеними є наступні підходи.

1. Вивчення конкурентоспроможності з позиції порівняльних переваг. Цей метод передбачає, що країна випускає і експортує ті товари, які у виробництві обійдуться їй дешевше, а імпортує ту продукцію, яку із фінансових розумінь їй вигідніше закупити, а ніж виготовляти. Виходячи із методології порівняльних переваг дати оцінку конкурентоспроможності фірми-експортера ускладнено, оскільки наявні переваги характеризують конкурентоспроможність не тільки конкретної фірми, але й всієї галузі.

2. Методи оцінки конкурентоспроможності виробника, що базуються на теорії рівноваги фірми і

галузі А. Маршалла і теорії факторів виробництва. Під рівновагою розуміється такий стан, коли у виробника не існує стимулів для зміни своєї частки ринку. Критерієм конкурентоспроможності в рамках даної моделі служить наявність у виробника таких факторів виробництва, які можуть бути використані з кращою, ніж у інших конкурентів, продуктивністю. Дані методи на практиці мають обмежене застосування.

3. Теорія ефективної конкуренції. В основі визначення конкурентоспроможності методом, заснованим на теорії ефективної конкуренції лежить оцінка чотирьох групових критеріїв конкурентоспроможності:

- Показники ефективності управління виробничим процесом. Ця група охоплює економічність виробничих витрат, раціональність експлуатації основних фондів, досконалість технології виготовлення товару, організацію праці на виробництві.

- Показники ефективності управління оборотними засобами, тобто незалежність підприємства від зовнішніх джерел функціонування, здатність підприємства розплачуватися за своїми боргами, можливість стабільного розвитку організації в майбутньому.

- Показники ефективності управління збутом та просування товару на ринку за допомогою реклами та стимулювання.

- Показники конкурентоспроможності товару та його ціна.

Однак і цей метод не позбавлений певних недоліків. Використання великої кількості показників, нерідко дублюючих одних одного, ускладнює проведення аналізу ситуації щодо конкурентоспроможності. Крім того за цим методом здебільшого характеризується ефективність організації і функціонування системи збуту і просування товару, а ніж його конкурентоспроможність [6].

4. Оцінка конкурентоспроможності виробника по якості продукції. Вона виконується "методом профілів" суть якого полягає у виявленні різних критеріїв задоволення запитів споживачів по відношенню до певного продукту. Даний метод базується на міркуванні: чим вище конкурентоспроможність продукції – тим вище конкурентоспроможність виробника однак він призводить до одержання досить обмеженого уявлення про переваги і недоліки в роботі підприємства.

5. Матрична методика оцінки конкурентоспроможності. Її використовують не тільки для аналізу характеристик товарів, але і при вивченні конкурентоспроможності "стратегічних одиниць бізнесу", – товарів, збутової діяльності, окремих компаній, галузей (тобто виробників товарів). Однак даний метод не дозволяє аналізувати причини того що відбувається і ускладнює відпрацювання управлінських рішень [6].

6. Метод конкурентних переваг – один з найпоширеніших методів оцінки конкурентоспроможності.

Ці переваги можна виявити під час визначення "ринкової сили" (співвідношення максимальної ціни продажу товару конкретної фірми й ціни пріоритетного конкурента) та "продуктивності" (співвідношення витрат на одиницю продукції конкретної фірми й пріоритетного конкурента). Найскладнішим процесом є встановлення характеру переваги фірми порівняно з конкурентами та її оцінка. Показником потенційних переваг вважають частку ринку, що належить конкретній фірмі. Розрахунок частки ринку виконують таким чином [7,8].

$$P_i^K = \frac{K_i}{\sum_{i=1}^n K_i}, P_i^B = \frac{K_i * Y_i}{\sum_{i=1}^n K_i * Y_i} = \frac{\Pi_i}{\sum_{i=1}^n \Pi_i};$$

де P_i^K , P_i^B – відповідно частка ринку i – тої організації, розрахована за кількістю чи вартістю реалізованої продукції;

K_i і Y_i – відповідно кількість і ціна продукції, реалізованої i – тою організацією;

Π_i – обсяг продажу i – тої фірми;

n – кількість організацій, які функціонують на цьому ринку;

i – номер організації від 1 до n .

Залежно від того, чому дорівнює співвідношення P_i^K / P_i^B , визначають, в якому сегменті працює підприємство: якщо співвідношення дорівнює 1, то фірма працює в середньому, більше 1 – в низькому, якщо менше 1 у високому. Для оцінки ступеня інтенсивності конкурентної боротьби на певному ринку та рівня протидії конкурентів використовують показник концентрації (індекс Херфіндала-Хіршмана

ННІ) розраховується як сума квадратів ринкових часток конкурентів за формулою:

$$ННІ = \sum_{i=1}^n (P_i)^2.$$

Значення індексу може змінюватись в межах від 0 до 1 ($0 < ННІ < 1$) і збільшується зі зростанням концентрації у галузі.

Переваги та недоліки підприємства щодо конкурентів можуть бути оцінені за допомогою спеціального методу діагностування – SWOT-аналізу, що характеризує зовнішнє і внутрішнє середовище організації. Аналізу підлягають сильні сторони, слабкі сторони внутрішнього середовища, можливості та загрози зовнішнього середовища підприємства. Для порівняльного аналізу конкурентоспроможності підприємств (рейтингової оцінки) можуть бути використані і такі методи:

– *метод різниць* суть якого полягає у визначенні переваг та недоліків підприємства за певними показниками, що порівнюються (об'єктами оцінки);

– *метод рангів*, який ґрунтується на визначенні місця підприємств-конкурентів за кожним об'єктом оцінки шляхом рану жування значень окремих показників;

– *метод балів*, що дозволяє визначити узагальнену кількісну оцінку місця фірми в конкурентній боротьбі за наявності певної кількості конкурентів;

– *метод еталону* – графічний метод, який використовується для наочного зображення конкурентних переваг та недоліків підприємства [7,8].

Враховуючи чисельність методів оцінювання конкурентоспроможності та наявності у них певних недоліків вважаємо за доцільне при її оцінюванні використовувати наступний алгоритм.



Рис. 1 Алгоритм оцінювання конкурентоспроможності підприємства [9]

Будь-яка діяльність на ринку завжди пов'язана з невизначеністю економічної кон'юнктури, що зумовлює виникнення конкурентного ризику. Під конкурентним ризиком слід розуміти імовірність втрати конкурентної позиції підприємства внаслідок непередбачених змін в його маркетинговому середовищі [10]. Джерела виникнення ризику бувають зовнішні та внутрішні.

З метою підвищення конкурентоспроможності підприємства, ефективності його діяльності і стійкого функціонування на ринку слід застосовувати діагностику управління конкурентоспроможністю підприємства.

Однак всі перелічені заходи впливу на конкурентоспроможність не будуть давати очікуваного результату без відповідного законодавчого регулювання, що націлене на формування механізму захисту вітчизняного виробника від негативного впливу глобальної конкуренції.

Видатний американський економіст Дж. Санк, який є одним із розробників індексу глобальної конкурентоспроможності, "називає конкурентоспроможними ті держави, які вибирають інститути і політику, що сприяє довгостроковому зростанню. А економіка є конкурентоспроможною, якщо економічні інститути і політика країни забезпечують стійке та швидке зростання. Він вводить і таке поняття як "конкурентоспроможність нації", що відповідає економічним структурам та інститутам держави для економічного зростання в межах структури світової економіки в цілому" [11].

Ринкова економіка завжди інституціалізована, хоча співвідношення ролі функцій державних і недержавних інститутів в різні епохи і у різних народів можуть суттєво відрізнятися. З цього випливає принцип первинності інституційних задач реформування української економіки. Поза межами системи інститутів ефективна економік розвиватися не може [12].

У ринковій економіці існує сукупність інститутів, що сприяють економічному розвитку, в першу чергу, це інститут ринку, конкуренції, підприємництва, власності. На даному еволюційному етапі в Україні відбувається відродження вищезгаданих інститутів, що є досить складним завданням враховуючи обтяжуючі обставини: перехідну економічну систему, економічну глобалізацію, наслідки фінансово-економічної кризи 2008-2009рр.

ВИСНОВКИ

Особливий акцент у процесі формування інституційного забезпечення механізму захисту вітчизняного виробника задля формування його конкурентної стійкості в таких складних умовах, на нашу думку, повинен бути зосередженим на створенні та сприянні подальшого розвитку підприємств, які можуть бути "драйверами" економіки і випускати продукцію, конкурентоспроможну на внутрішньому і міжнародному ринках. До системи заходів на

мікрорівні відносяться цілеспрямована підтримка підприємств через планування, бюджетне фінансування, податкові пільги і інші чітко сфокусовані заходи. Найвагомий вплив на нашу думку має саме пільгове оподаткування, яке по відношенню до вітчизняного виробника може виступати інструментом формування конкурентоспроможного потенціалу. Причому переваги у державній підтримці мають надаватися середньому та малому бізнесу, а першочергово, тим виробникам які проводять інноваційні дослідження та розробки.

Література

1. Беларусов А.С. Международный менеджмент: учебник. – 2-е изд. – М.: Экономистъ, 2007. – 332 с.
2. Клименко С.М., Барабась Д.О., Омеляненко Т.В., Дуброва О.С., Вакуленко А.В. Управление конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. / С.М. Клименко, Д.О. Барабась, Т.В. Омеляненко, О.С. Дуброва, А.В. Вакуленко. – К.: КНЕУ, 2006. – 527 с.
3. Фатхутдинов Р.А. Глобальная конкурентоспособность. На стол современному руководителю. – М: РИА "Стандарты и качество", 2009. – 464 с.
4. Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран. Пер с англ. / Под ред. и с предисловием В.Д. Щегина. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.
5. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Эксмо, 2005. – 544 с.
6. Комплексный экономический анализ предприятия / Под ред. Н.В. Войтоловского, А.П. Калининой, И.И. Мазуровой – СПб: Питер, 2009. – 576 с.
7. Сич Є.М., Пилипенко О.В., Стасишен М.С. Стратегічний аналіз: навч.-метод. посібн. – К.: Каравела, 2010. – 304 с.
8. Косянчук Т.Ф., Лукьянова В.В., Майорова Н.І., Швид В.В. / Економічна діагностика: навч. посіб. / За заг. ред.. Т.Ф. Косянчук – Львів: Новий Світ, 2007. – 452 с.
9. Стратегічний аналіз: навч. посіб. / Г.М. Давидов, В.М. Малахова, О.А. Магопеч та ін. – К.: Знання, 2011. – 389 с.
10. Балабанова Л.В., Кривенко Г.В., Балабанова І.В. Управление конкурентоспроможністю підприємств: навч. посіб. – К.: "ВД. «Професіонал»", 2009. – 256 с.
11. Антонюк Л.Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації. Монографія. – К.: КНЕУ, 2004. – 275 с.
12. Мельникова В.І. Мельникова О.П., Сідлярук Т.В., Тур І.Ю., Шведова Г.Л. Національна економіка: навч. посіб. – 2-ге вид. перер. та доп. – К.: ЦУЛ, 2012. – 248 с.