

УДК 658.8

Лорві І. Ф., к.е.н., доцент

Луцький національний технічний університет

ЕФЕКТИВНІСТЬ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ТОВАРОМ

У статті досліджено теоретичні аспекти визначення понять «ефективність» та «конкурентоспроможність» в системі управління товаром. Проведена систематизація наукових підходів до визначення ефективності товарної політики підприємства. Обґрунтовано загальні критерії ефективності в системі управління товаром.

Ключові слова: товар, ефективність, конкурентоспроможність, ефективна товарна політика.

Lorvi I.

EFFICIENCY IN THE SYSTEM OF MANAGEMENT OF THE PRODUCT

The article investigates the theoretical aspects of defining the concepts of «efficiency» and «competitiveness» in the system of product management. The systematization of scientific approaches to the definition of the efficiency of the product policy of the enterprise is carried out. The general criteria of efficiency in product management system are substantiated.

In marketing, the term «efficiency» is used extensively - mainly under, it means the effectiveness of management. Effectiveness is directly related to the production and consumption of socially necessary material and social benefits. The main emphasis is on what the product gives the consumer and what kind of benefit he brings to him.

The main advantage in determining the effectiveness of management is to achieve the goals and effectiveness of commercial activity. That is, profitability and focus on costs. However, in our opinion, these points of view go round the social sphere. Making a profit should not go aside. But the profit depends on the factors of consumer satisfaction and human resource costs. These factors are difficult to estimate by the system «costs-results».

Consequently, we believe that any process or end result can be called effective when the following conditions are fulfilled:

- 1) Achieving maximum social satisfaction.
- 2) Achieving maximum results at minimal cost.
- 3) Achieving strategically meaningful goals.

Effective commodity policy is a managerial, coordinating and stimulating process aimed at increasing the competitiveness of the enterprise by improving the properties and characteristics of the product, brand, packaging, related services, based on the concept of the life cycle of the formation of the range of goods and control over the quality of goods and services. It is a system of managerial influence of an entity on participants in a market environment through various methods, economic regulators, norms and incentives, as well as the result of the interaction of a managed and management system that meets established performance criteria.

Keywords: commodity, efficiency, competitiveness, effective commodity policy.

Лорви И. Ф.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ТОВАРОМ

В статье исследованы теоретические аспекты определения понятий «эффективность» и «конкурентоспособность» в системе управления товаром. Проведена систематизация научных подходов к определению эффективности товарной политики предприятия. Обоснованно общие критерии эффективности в системе управления товаром.

Ключевые слова: товар, эффективность, конкурентоспособность, эффективная товарная политика.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. У сучасних умовах розвитку ринкових відносин в Україні, які характеризуються посиленням ролі споживачів, невизначеністю умов функціонування підприємств, зростанням ступеня їхньої залежності від зовнішнього оточення, загостренням конкурентної боротьби за ринки збуту товарів, особливої актуальності набуває питання ефективного управління товарною політикою підприємств на основі маркетингу.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. У сучасній економічній літературі велика увага приділяється питанням формування товарної політики та розвитку її основних складових: асортиментна політика, життєвий цикл товарів, оновлення продукції, товарна марка та її сервісна підтримка. Значний внесок у розвиток цих напрямків наукових досліджень внесли такі зарубіжні та вітчизняні науковці, як І. Ансофф,

Л. В. Балабанова, Л. В. Головацька, Е. Дихтль, С. М. Ілляшенко, З. С. Каїра, В. Я. Кардаш, В. Л. Карпенко, Ф. Котлер, Д. Кревенс, Є. В. Криківський, В. В. Кузьменко, О. А. Овечкіна, М. Портер, Д. Хекшер, Н. І. Чухрай та ін. Разом з тим питання оцінки ефективності товарної політики підприємств, основних напрямків її підвищення, особливо в умовах макроекономічної фінансово-економічної кризи, потребують подальших системних досліджень.

Цілі статті. Згідно актуальності метою даної статті є обґрунтування теоретичних засад визначення ефективності товарної політики підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Поняття «товарна політика» у ряді публікацій [1; 2–8] вживається і безпосередньо пов'язується з поняттям «ефективність». Термін «ефективність» з латинського (effectus) означає «дія». У науковій літературі зустрічається декілька концепцій ефективності. Так, часто її визначають як досягнення стратегічно значущих цілей і максимальне забезпечення соціально важливих потреб [2; 4; 8]. Однак найбільш поширене розуміння ефективності: «характеристика якості ..., а саме характеристика з точки зору співвідношення витрат і результатів» [7, с. 3].

Необхідно зауважити, що у маркетингу термін «ефективність» використовується широко – переважно під ним розуміється ефективність управління. Разом з тим, поняття ефективності управлінських процесів залишається недостатньо опрацьованим теоретично. Спочатку вивчення процесів управління та їх ефективності розглядалося з погляду виробництва, на сучасному ж етапі основна увага приділяється ефективності управління підприємством у контексті реалізації товарної політики [9, с. 110].

Ефективність безпосередньо пов'язана із виробництвом необхідних суспільству матеріальних і соціальних благ, а так само як і з їх споживанням, де основний акцент здійснюється на тому, що дає продукт споживачеві та яку користь він йому приносить.

Для позначення якості управлінської діяльності використовується поняття «ефективність управління», необхідність визначення якої обумовлена тим, що вона виступає провідним критерієм для оцінки та вибору рішення. Ефективність управління – предмет

постійної уваги з боку маркетингу, економічної теорії і практики. Враховуючи багатозначність й багатоаспектність поняття ефективності стосовно процесу управління, його розуміння істотно ускладнюється, оскільки слід брати до уваги ефективність управління у цілому, ефективність систем управління та ефективність виробництва. Розглянемо думки деяких авторів з цього приводу.

Згідно О. І. Іщенко та О. І. Маслак «ефективність управління визначається насамперед тим, якою мірою система управління сприяє задоволенню безперервно зростаючих потреб суспільства... Ефективність управління характеризує отриманий результат (обсяг реалізованої продукції) у зіставленні з витратами на його виробництво та збут» [7, с. 4].

У поданому визначенні акцент робиться на необхідності задоволення інтересів і потреб суспільства, що відображає головний принцип сучасної економіки – орієнтувати виробництво на результат. Однак ефективність слід розглядати не тільки як результат, але і як процес. Тому у даному випадку ми визначаємо ефективність управління як процес, спрямований на досягнення запланованих результатів.

Ломовських Л. О. та Я. О. Фатуллаєва розуміють суть ефективності управління «...у скороченні витрат на одиницю продукції та підвищенні рентабельності виробництва» [4, с. 215]. З точки зору Б. Хендерсона, ефективність управління слід розглядати як «продуктивну, дієву, що забезпечує необхідні результати, – результат функціонування системи управління і праці в ній, який забезпечує досягнення поставлених перед керованою системою цілей при прийнятих витратах на управління» [8, с. 7–8].

Основна перевага при визначенні ефективності управління за вищеподаними формулюваннями віддається досягненню поставлених цілей і ефективності комерційної діяльності, тобто рентабельності, а також загострено увагу на витратах. Проте, на нашу думку, ці точки зору йдуть в обхід соціальної сфери. Отримання прибутку не повинно відходити на другий план, але і прибуток залежить від факторів задоволеності споживачів та витрат людських ресурсів, які важко оцінити за системою «витрати – результати».

Виходячи з вище викладеного, вважаємо, що будь-який процес або кінцевий результат можна назвати ефективним лише за умови, якщо вони задовольняють наступним критеріям:

- 1) досягнення максимальної соціальної задоволеності;
- 2) досягнення максимальних результатів при мінімальних витратах;
- 3) досягнення стратегічно значущих цілей.

Враховуючи основні напрямки товарної політики, очевидно, що розуміння ефективності товарної політики має особливий взаємозв'язок з вимірюванням конкурентоспроможності. У результаті порівняння понять «конкурентоспроможність» та «ефективність» з точки зору ознак, структури і призначення отримано результати, відображені у табл. 1.

Таблиця 1

Порівняння понять
«конкурентоспроможність» та «ефективність» *

Критерії порівняння	Конкурентоспроможність	Ефективність
Ознака	Визначається рівнем привабливості продукції підприємства	Характеризує співвідношення «результат – витрати»
Показник	Визначається як складний якісний показник. Використовується для виміру здатності підприємства виробляти більш привабливі товари, послуги	Визначається як складний якісний показник. Виражається співвідношенням витрат і результатів
Призначення	Відображає взаємозв'язок явищ, що не взаємодіють напряду	Показує не лише взаємозв'язок явищ, але й їхню взаємодію

* сформовано на основі даних джерел: [1; 3; 7]

Дані табл. 1 дозволяють визначити, що конкурентоспроможність – це передусім результат оцінки продукції споживачем, а ефективність визначається внутрішньою оцінкою підприємства. Для підтримання та підвищення конкурентних переваг підприємству необхідно постійно збільшувати капіталовкладення, а ефективність визначається оптимальним використанням наявних ресурсів. Збільшення витрат на підвищення конкурентоспроможності не завжди відображає підвищення ефективності, проте підвищення ефективності завжди призводить до підвищення конкурентоспроможності. На наше переконання, ці дві категорії (конкурентоспро-

можність і ефективність) безпосередньо відображають рівень товарної політики підприємства.

Висновки. У результаті, беручи до уваги критерії ефективного управління і товарну політику, яка розглядається як інструмент управління та підвищення конкурентоспроможності підприємства, пропонується наступне тлумачення ефективної товарної політики. Ефективна товарна політика – це керуючий, координуючий і стимулюючий процес, спрямований на підвищення конкурентоспроможності підприємства шляхом поліпшення властивостей та характеристик товару, марки, упаковки, супутніх послуг, який базується на концепції життєвого циклу формування асортименту товарів та контролі за якістю товарів і послуг. Це система управлінського впливу суб'єкта господарювання на учасників ринкового середовища за допомогою різних методів, економічних регуляторів, нормативів і стимулів, а також результат взаємодії керуваної та керуючої системи, що відповідає встановленим критеріям результативності.

1. Головацька Л. В. Товарна політика в системі управління маркетингом / Л. В. Головацька // Наукові записки Української академії друкарства. – 2011. – №4. – С. 111–117.
2. Верба В. А. Оптимізація товарного портфеля як чинник підвищення економічної ефективності виробничого підприємства / В. А. Верба, В. В. Ліщинська // Проблеми економіки. – 2014. – №4. – С. 262–268.
3. Дайновський Ю. А. Особливості оцінювання економічної ефективності прийомів управління та маркетингу / Ю. А. Дайновський // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – №4. – С. 143–153.
4. Ломовських Л. О. Управління маркетингом та економічна ефективність виробництва продукції / Л. О. Ломовських, Я. О. Фатуллаєва // Вісник ХНАУ імені В. В. Докучаєва. – Серія: Економічні науки. – 2014. – №5. – С. 214–219.
5. Фролова Л. Концептуальні положення щодо вибору маркетингової товарної стратегії підприємства / Л. Фролова, А. Наторіна // Науковий вісник. – 2015. – №10. – С. 188–197.
6. Іщенко О. І. Методичні аспекти визначення рівня ефективності товарної політики промислового підприємства / О. І. Іщенко, О. І. Маслак // Ефективна економіка. – 2014. – №9. – С. 3–4.
7. Хендерсон Б. Продуктовий портфель / Б. Хендерсон // Бостонская консалтинговая группа BCG Review : Дайджест. – 2008. – №2. – С. 7–8.
8. Синяева И. М. Управление маркетингом : учеб. пособ. / И. М. Синяева. – [2-е изд., перераб. и доп.]. – М. : Вузовский учебник, 2014. – 415 с.