

УДК 339.5

О. О. Нечай,
к. е. н., доцент кафедри міжнародні економічні відносини,
Запорізький національний технічний університет
Г. П. Мальцева,
студент, Запорізький національний технічний університет

ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ТОВАРІВ

O. Nechay,
Ph.D. in Economics, Zaporizhzhye national technical university
A. Maltseva,
Student, Zaporizhzhye national technical university

FEATERS OF COMPETITIVENESS OF THE UKRAINIAN GOODS

У статті розглянуто поняття конкурентоспроможності товару та проаналізовано причини сучасного стану низького рівня конкурентоспроможності українських товарів на міжнародних ринках, а також засоби покращення існуючої ситуації. Оскільки у ринкових умовах, що склалися на сучасному етапі розвитку кожної країни окремо, першочерговою проблемою є конкурентоспроможність тих чи інших товарів, це, у свою чергу, являє собою вирішальний чинник комерційного успіху підприємництва. Конкурентоспроможність товарів є одним із показників конкурентоспроможності підприємства в цілому, а отже, і економіки, яка в свою чергу, на пряму залежить від конкурентоспроможності окремих вітчизняних підприємств. Конкурентоспроможна національна економіка у сучасному світі є основою для забезпечення сталого розвитку кожної держави та підвищення добробуту націй.

In this article the concept competitiveness of goods is considered and the reasons of a current state not competitiveness of the Ukrainian goods in the international markets, and also methods of improvement of current situation are analyzed. Now the market conditions which have developed at the present stage of development of each country, a prime problem is competitiveness of these or those goods, it represents a decisive factor of commercial success of business. Competitiveness of goods is one of indicators of competitiveness of the enterprise as a whole, so and economy which in turn, directly depends on competitiveness of separate domestic enterprises. The competitive national economy is a basis for providing a sustainable development of each state and a growth in prosperity of the nations.

*Ключові слова: конкурентоспроможність товару, інновації, якість, переваги, підприємство.
Key words: the competitive product, the innovations, the quality, the advantage, the company.*

АКТУАЛЬНІСТЬ ПРОБЛЕМИ

В умовах глобалізації економіки та загострення конкурентної боротьби на ринку все більшої актуальності набуває проблема підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції. В умовах жорсткої торгової політики, більшість країн світу націлені на захист внутрішнього ринку та підтримку національного товаровиробника, більшість українських підприємств не витримують конкурентної боротьби за споживача. Тому питання досягнення та утримання конкурентних переваг для українських товарів має важливе значення, у тому числі і для економічного зростання країни.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Дослідженням проблеми конкурентоспроможності підприємств та товарів присвятили свої наукові праці та дослідження такі українські та іноземні вчені: М. Портер, Ф. Котлер, Р. Фатхтудінова, Г. Азоєв, О. Гудзинський, Ю. Іванов, А. Юданов, Н. Язвінська, А.О. Москвіна,

В.П. Черевань, Я.О. Жаліло, В. Андрійчук, В. Вітвіцький, П. Гайдуцький, М. Малік, О. Онищенко, Б. Пасхавер, П. Саблук, та інші.

МЕТА СТАТТІ

Метою статті є детальне дослідження поняття "конкурентоспроможність товару", а також дослідження причин низької конкурентоспроможності українських товарів на зовнішніх ринках та шляхів її подолання.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

З переходом економіки України на ринкові відносини термін "конкурентоспроможність" став основним у визначенні іміджу фірм та ефективності їх діяльності. Конкурентоспроможність фірми визначається конкурентоспроможністю вироблених нею товарів. Ця складна властивість характеризує привабливість товару для споживача (покупця, замовника) і прибутковість для виробника (постачальника, продавця).

Конкурентоспроможним товаром є такий товар, який має конкурентні переваги. Цими перевагами, за М. Портером, є низькі витрати та диференціація товарів, тобто унікальна, нова якість, особливі споживчі властивості товару [1].

Конкурентоспроможність товару — це сукупність якісних і вартісних характеристик товару, що забезпечують задоволення конкретної потреби [2].

Спочатку конкурентоспроможність товарів оцінювали за допомогою психофізичного закону Вебера — Фехнера, що пояснює психологію споживачів і формалізацію їхнього вибору. Привабливість певного товару залежить від сукупності його властивостей (характеристик, показників), що зумовлюють задоволення певних потреб. Ця сукупність характеристик називається якістю товару. Дослідження в цій галузі, хоча й не були позбавлені теоретичного інтересу, проте мали обмежене значення, оскільки ґрунтувались на абстрактній ідеї про психологію індивідуума. Кількісних методів прогнозування вибору покупцем певного товару за їх допомогою вироблено не було.

Конкурентоспроможність визначається відношенням корисного ефекту до сумарних витрат, пов'язаних з придбанням і експлуатацією товару.

Конкурентоспроможність товару — поняття складне й інтегральне, оскільки охоплює не лише економічні та технічні, а й технологічні показники. Її оцінюють залежно від того, є товар кінцевим продуктом, призначеним для задоволення певних потреб (індивідуальних або суспільних), чи засобом виробництва інших товарів. У першому випадку порівняння й оцінювання здійснює споживач, який купує певний товар за певну ціну. У другому випадку завдання можна поділити на дві частини: визначення потреб і вибір альтернативних способів їх задоволення [2].

Конкурентоспроможність завжди визначається в порівнянні з іншими товарами, а також на підставі рівня задоволення потреб потенційних споживачів. Рівень конкурентоспроможності оцінюють за допомогою системи одиничних, групових та інтегральних показників.

На підставі аналізу наукової літератури можна виділити наступні головні складові конкурентоспроможності товару:

- технічний рівень товару і рівень якості його виготовлення, що характеризують ступінь використання останніх світових науково-технічних досягнень при розробці конструкції і технології виготовлення цього товару;

- відповідність товару вимогам і стандартам країн-імпортерів, фірм покупців, рекомендаціям ІСО, МЕК, та ін, що враховує специфічність ринку, кліматичні умови, в яких відбувається використання продукції;

- особливі вимоги, наприклад, правила руху транспорту, діюча система заходів, норми техніки безпеки та захисту навколишнього середовища, звичаї і звички населення тощо;

- організація технічного обслуговування, що гарантує безперебійну роботу проданих товарів, наприклад, машин, включаючи забезпечення запасними частинами та технічною документацією, навчання покупця первинним правилам експлуатації;

- наявність патентної чистоти і патентного захисту товару, а також наявність зареєстрованого товарного знака;

- терміни поставок і терміни гарантій;

- ціна і умови платежу даного товару [1—3];

На сучасному етапі виникає низка додаткових ключових показників конкурентоспроможності експортних товарів:

- підтвердження відповідності (сертифікація, декларування) сучасним вимогам щодо безпеки продукції та охорони навколишнього середовища;

- реклама та авторитет виробника продукції, ергономічні характеристики;

- вартість експлуатації, ресурсозбереження;

- простота утилізації продукції після її використання [3].

Конкурентоспроможність товару визначає сукупність якісних та вартісних характеристик товару, які сприяють створенню переваги саме даного товару у співставленні з товарами-конкурентами.

Отже, конкурентоспроможність товару визначається сукупними властивостями даного товару, і властивостями конкуруючих товарів, і особливостями споживачів. Щодо споживачів, то вони реагують на товар та його властивості самим різним чином, оскільки споживачі на ринку не є однаковими. Вони не виступають єдиним цілим та по-різному реагують навіть на один й той самий товар з одними й тими самими властивостями.

Тому, для того щоб визначити конкурентоспроможність товару, мало просто порівняти його властивості з властивостями конкурентів, а у обов'язковому порядку потрібно вивчити поведінку споживачів та їх реакцію на товар.

У сучасних умовах конкурентоспроможність українських товарів на міжнародних ринках є досить низькою, що є найголовнішим перепоним, який стримує вхід України до світового господарства [2].

Також причиною низької конкурентоспроможності продукції є те, що в експорті України переважають сировинні товари. Про це свідчить той факт, що список товарів експорту налічує не більше десяти позицій, зокрема: метали, товари хімічної промисловості, добрива, деякі види продукції харчової промисловості. Тобто, експорт української продукції формується, переважно, за рахунок активної експлуатації природних ресурсів, дешевої робочої сили при досить низькій платі за землю.

У 2013 році провідні позиції в українському експорті належали металопродукції (27,8% експорту), продукти рослинного походження (14,0% експорту), мінеральним продуктам і хімії (11,8%), позиції продукції машинобудування покращились а 5 відсотків, порівняно із попередніми декількома роками (11,0%), зернові культури (10,1%), продукція хімічної промисловості (6,8% експорту), Загалом зазначені види товарів складають близько 70% загального обсягу експорту України [4].

Українські товари характеризуються надто високою матеріаломісткістю та енергоємністю. Рівень споживання первинних паливно-енергетичних ресурсів на одиницю ВВП в Україні є набагато вищим, ніж у розвинених країнах світу. Показник "енергетична складова собівартості промислової продукції" в Україні є одним із найвищих серед країн світу, зокрема, у 3,7 разу вищим, ніж в країнах ЄС [3].

Понад 90% продукції, що виробляється промисловою Україною, не має сучасного технічного забезпечення, що спричиняє низьку рентабельність та низький рівень конкурентоспроможності більшості вітчизняних товарів.

Найголовнішим фактором, що дозволяє досягнути та утримати конкурентних переваг є впровадження інновацій. Проте ситуація щодо інновацій в Україні досить не-

гативна, оскільки інноваційна активність підприємств України надзвичайно низька. Внаслідок недосконалої податкової політики, зокрема щодо стимулювання інновацій, частка промислових підприємств, які освоювали виробництво інноваційної продукції стрімко зменшилася, питома вага тих, що впроваджували інновації у загальній кількості у відсотковому співвідношенні зменшилася з 14,8% у 2000 році до 11,5% у 2010 році, проте піднялася до 13,6% у 2013. Кількість промислових підприємств, якими освоєно виробництво нових видів техніки, найменувань протягом останніх років зростає лише на 5,1% або 32 підприємства, тих що впроваджують маловідходні, ресурсозберігаючі і безвідходні технологічні процеси на 11,4% або 49 підприємств [4].

Серед факторів, що стримують інноваційну діяльність, фахівці визначають такі: нестача власних коштів, на це вказали майже 81,7% промислових підприємств; недостатня фінансова підтримка держави — 50,9%; великі витрати на інновації — 49,3%; недосконалість законодавчої бази — 33,5%; високий економічний ризик — 32,5%; тривалий термін окупності інновацій — 30%; нестача інформації про нові технології — 17,1%; відсутність можливостей для кооперації з іншими підприємствами і науковими організаціями — 16,7%; нестача інформації про ринки збуту — 15,2%; відсутність попиту на продукцію та несприятливість підприємств до нововведень — 14,4%; відсутність кваліфікованого персоналу — 13,7% [4].

Як бачимо, основною причиною низького рівня інновацій підприємства вважають нестачу коштів. Разом з тим, у цілому на інноваційну діяльність підприємств України було витрачено більше 3 млрд грн., з яких на здійснення технологічних інновацій прийшлося майже 64% [4].

Майже третина коштів прийшлися на інноваційну діяльність в машинобудівній галузі, 18,4% приходиться на харчову промисловість та перероблення сільськогосподарської продукції, 15,9% — на металургію та оброблення металів, 8,7% — виробництво електроенергії, газу та води, 7,2% — добувну промисловість [4].

Основним джерелом фінансування технологічних інновацій стали власні кошти підприємств. За рахунок коштів державного та місцевого бюджетів інноваційні роботи виконувала незначна кількість підприємств — від 2% до 4% в різні роки. Має деяку тенденцію до зростання частка фінансування інноваційних робіт вітчизняними (3,7%) та зарубіжними (4,2%) інвесторами. Кредити для розвитку інноваційної діяльності використано вітчизняними підприємствами на 18% загального обсягу фінансування [3].

Значним недоліком є також нестача кадрів, що можуть працювати на зовнішніх ринках та забезпечувати збут продукції, оскільки вагоме значення у підвищенні конкурентоспроможності є активізація людського фактору, що супроводжується зміною системи організаційних цінностей та правил поведінки, зокрема шляхом покращення ставлення до виконуваної роботи окремих працівників тощо [4].

Проте кількість підприємств із впровадженням технологічних інновацій у своєму виробництві зростає. Це означає, що менеджмент інноваційно-активних підприємств все більше приділяє увагу залученню інновацій до виробничих процесів.

Позитивним аспектом підвищення рівня конкурентоспроможності стає те, що великий потенціал мають агропромисловий та енергетичний комплекси, Україна має

конкурентоспроможні технології в аерокосмічній галузі, ракетно- та суднобудуванні, виробництві нових матеріалів, біотехнології, регулюванні хімічних, біохімічних та біофізичних процесів. України. На сьогодні основними експортними галузями вже є — чорна та кольорова металургія, яка забезпечує більш 25% промислового виробництва країни, дає 40% валютних надходжень до України та більш 10% надходжень до державного бюджету країни. Ці галузі потребують також більш якісного менеджменту з метою покращення своїх конкурентних переваг на міжнародному ринку [2].

ВИСНОВОК

За результатами проведеного аналізу можливо зазначити, що українські товари мають досить низький рівень конкурентоспроможності, що обумовлено зниженням показників експортної активності провідних українських підприємств-експортерів. Наступна причина обумовлена значним технологічним відривом від інших країн, високою енергоємністю та матеріаломісткістю товарів, сировинно орієнтованим експортом.

На підставі проведеного аналізу можливо запропонувати низку заходів, які дозволять підвищити рівень конкурентоспроможності українських товарів на міжнародних ринках:

- впровадження нових інноваційних технологій виробництва;
- пошук інвестицій на розробку, виробництво і збут продукції;
- зміна структури імпорту і видів імпортованої продукції;
- впровадження стратегій виробництва не експортноздатних товарів;
- стажування персоналу провідних підприємств спорідненої галузі;
- міжнародна кооперація у сфері технологій, енергозбереження, упаковки та маркування експортних товарів.

Література:

1. Портер М. Конкуренція / М.Э. Портер; пер. с англ. — М.: Издательский дом "Вильямс", 2000. — 495 с.
2. Пересада А.А. Управление инвестиционным процессом. / А.А. Пересада. — К.: Лібра, 2002. — 472 с.
3. Замроз М. Економічна сутність конкурентоспроможності і основні аспекти її забезпечення / М. Замроз, В. Яцура // Економічний аналіз. — 2011. — Випуск 8. Частина 2. — С. 151—154.
4. Статистичний щорічник України за 2013 рік / Держкомстат України / За ред. О.Г. Осауленко. — К. — 551 с.

References:

1. Porter, M. (2000), *Competition, Lane with English*, Moscow: Yzdatsky house "Williams", Russia.
2. Peresada, A.A. (2002), *Management of the investment process [Management of the investment process]*, Libra, Kyiv, Ukraine.
3. Zamroz, M. Yatsura, B. (2011), "The economic essence of competitiveness and the main aspects of its software", *Economic Analysis*, vol. 8, part 2, pp.151 — 154.
4. State Statistics Service of Ukraine (2013), "Statistical Yearbook of Ukraine", Derzhkomstat, Kyiv, Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 19.03.2014 р.