

УДК 658.821(045)

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ГЛОБАЛЬНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Козловський Є.А.

Вінницький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету

В статті розкрито теоретичні засади конкурентоспроможності продукції через призму глобальної конкурентоспроможності. Проаналізовано розвиток теорій конкурентоспроможності підприємства. Узагальнено підходи до тлумачення дефініції «конкурентоспроможність». Розглянуто проблему конкурентоспроможності продукції в Україні через призму глобальної конкурентоспроможності держави. **Ключові слова:** конкурентоспроможність, конкурентоспроможність продукції, теорії конкурентоспроможності, економіко-математичне моделювання, глобальна конкурентоспроможність, індекс глобальної конкурентоспроможності.

Постановка проблеми. На сьогоднішній день аксіоматичним є твердження, що визначним чинником успішності господарювання підприємства обумовлюється рівнем його конкурентоспроможності.

Проте, досвід останніх років демонструє, що далеко не всі вітчизняні підприємства готові до ведення конкурентної боротьби. Як приклад, навіть володіння конкурентоспроможною продукцією, що безумовно виступає важливою умовою, не дозволяє багатьом з підприємств ефективно реалізовувати цю перевагу через, з одного боку, відсутність практики використання цілого комплексу маркетингу: гнучкої асортиментної і цінової політики, адекватної організації каналів розподілу, ефективних методів стимулювання продажу тощо; з іншого – неефективна відповідна державна політика в усіх сферах функціонування суспільства.

Тому проблема управління конкурентоспроможністю продукції підприємства через призму глобальної конкурентоспроможності держави набуває на сучасному етапі першочергового значення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розробці наукових засад у сфері управління конкурентоспроможністю присвячені роботи значної кількості вітчизняних вчених, зокрема таких, як Я. Верхівкер [1], Є. Діденко [2], Р. Жовновач [3], І. Журба [4], Г. Коваленко [5], О. Николюк [8, 9], А. Остапенко [10], Т. Павлова [11].

Відаючи належне науковому та практичному значенню праць названих авторів, зазначимо, що певне коло завдань залишилось невисвітленим. Потребує подальшого аналізу та узагальнення історична трансформація наукових уявлень про конкурентоспроможність та особливості її досягнення через призму глобальної конкурентоспроможності держави, що і є метою статті.

Виклад основного матеріалу дослідження. Раніше в основу стратегічного управління конкурентоспроможністю закладався цілеспрямований вплив на зовнішні чинники – елементи ринків збуту продукції (теорія конкурентних переваг М. Портера). Згідно неї рушійними силами в конкурентному середовищі є загроза проникнення на ринок потенційних конкурентів; влада покупців та постачальників; загрози з боку замінників (субститутів) товару або послуги; рівень конкурентної боротьби між традиційними конкурентами. Отож, спочатку здійснювалось виявлення лише окремих факторів конкурентоспроможності та розробка й впровадження інструментів впливу на них (перший етап).

Пізніше, за рядом ознак, економісти об'єднали цінові та нецінові фактори та почали вивчати інструменти впливу на них у межах виокремлених груп (інструменти цінової та нецінової конкуренції) (другий етап).

Коли ж стало очевидно, що кожне підприємство є неповторним, науковці зосередили увагу на розробці загальної методики виявлення уні-

кальних конкурентних переваг: в подальшому, лише із врахуванням яких, можна було б формувати власний специфічний інструментарій управління конкурентоздатністю (третій етап). В сучасних теоріях на перший план виносять внутрішні фактори, до яких, передусім, належать ресурси підприємства, їх кількісні та якісні характеристики.

Проте, з позицій системного підходу соціально-економічні системи практично не здатні впливати на складові зовнішнього середовища: споживачів, постачальників, конкурентів. Пізнання сутності конкуренції в умовах нової синергетичної парадигми дало змогу вченим розробити альтернативний спосіб формування можливості управляти діями конкурентів та контрагентів, який передбачає інтеграцію зовнішнього та внутрішнього середовища фірми, що має стати базою для формування та утримання конкурентних переваг (четвертий етап) [12] (рис. 1).

Таким чином, розвиток теорій конкурентоспроможності підприємства супроводжувався поступовою трансформацією теорій конкурентоспроможності продукції на конкурентоспроможність економіко-виробничих систем.

Ми погоджуємось із О. Николок [9], яка вважає, що еволюційний розвиток теорій конкурентоспроможності пов'язаний із поступовим розширенням сприйняття сутності конкуренції та конкурентоспроможності та всі наведені теорії є життєздатними та всі вони можуть застосовуватись на практиці.

Я. Верхівкер, Г. Крусір, Р. Шевченко та В. Захарчук наголошують на трьох ключових елементах дефініції «конкурентоспроможність»:

– спроможність країни до виробництва й розподілу товарів за цінами, що забезпечують їхню конкурентоспроможність на світових ринках (низька вартість товарів за рахунок використання новітніх технологій);

– ринок є «вільним та справедливим» (країна може стимулювати конкурентоспроможність, здійснюючи політику обмежень і протекціонізму);

– важливе врахування реальних доходів населення (політика зниження реальної заробітної плати в країні для зміцнення її позицій на світовому ринку не має нічого спільного з конкурентоспроможністю) [1].

Рівень конкурентоспроможності обумовлюється ефективністю системи державного й суспільного устрою країни, політико-правовим полем, системою регулювання всіх аспектів функціонування суспільства; а також, спроможністю держави забезпечувати стійкий та динамічний розвиток національної економіки, й, відповідно, людський розвиток.

Конкурентоспроможність нації розглядають як вектор складових

конкурентоспроможності товару, підприємства, секторів економіки та стану попиту в країні. Взаємодія зазначених складових визначає загальнонаціональний рівень конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність товару визначає конкурентоспроможність підприємства, конкурентоспроможність підприємства відображає конкурентоспроможність галузі, регіону і держави в цілому, тобто конкурентоспроможність національної економіки.

Ми в даному дослідженні під конкурентоспроможністю продукції розумітимемо сукупність її якісних й вартісних характеристик, яка забезпечує задоволення конкретної потреби визначеної групи споживачів. На конкурентоспроможність продукції впливають продажний і після продажний сервіс, мода, імідж виробника, реклама, коливання попиту, ситуація на ринку.

Конкурентоспроможність продукції підприємства формується на всіх стадіях виробництва і просування товару до споживача. Поняття конкурентоспроможності товару вужче, ніж, конкурентоспроможність підприємства, яка, по-перше, є поняттям стабільним і не може змінитися протягом нетривалого часу; по-друге, конкурентоспроможність товару ґрунтується тільки на реакції споживача і не враховує таких факторів, як ефективність виробництва, норма прибутку, наявність ефективної стратегії; по-третє, підприємство, яке змінило ціну на свій товар, не може одразу змінити власну конкурентоспроможність.



Рис. 1. Характеристика теорій конкурентоспроможності

Процес управління конкурентоспроможністю продукції підприємства у загальному випадку можна представити у вигляді таких етапів [2, 11]:

1. Оцінка конкурентоспроможності продукції підприємства на даний момент.

2. Визначення конкурентних переваг та встановлення ключових факторів успіху у конкурентній боротьбі.

3. Розробка конкурентної стратегії та вироблення тактики.

4. Впровадження положень стратегії в процесі здійснення підприємством господарської діяльності.

5. Визначення результатів реалізації конкурентної стратегії та її удосконалення в ході виявлення невідповідностей.

Даний процес може бути реалізований у разі формування та застосування дієвого механізму управління конкурентоспроможністю продукції підприємства, який, на нашу думку, є сукупністю засобів та методів створення системи цілісного управління розвитком підприємства задля довгострокового забезпечення його конкурентних позицій на ринку.

В свою чергу, впровадження у життя механізму матиме належну ефективність лише за умови функціональності системи управління конкурентоспроможністю підприємства. Вона є сукупністю підсистем, а також комунікацій та процесів між ними, взаємодія яких забезпечує ефективне функціонування підприємства у конкурентному середовищі, його стабільний і безпечний розвиток у майбутньому за рахунок постійного розвитку потенціалу суб'єкта господарювання.

Проведене дослідження теоретичних засад вивчення конкурентоспроможності продукції підприємства повною мірою дозволяє зробити висновок, що управління конкурентоспроможністю продукції підприємства є складним процесом. Задля його ефективної реалізації необхідним є зважена побудова системи управління та реалізація механізму управління конкурентоспроможністю продукції підприємства. В свою чергу, функціональність системи управління значною мірою обумовлюється здатністю менеджменту суб'єкта ринку застосовувати управлінські підходи та виконувати покладені функції з урахуванням набору принципів.

Оскільки визначення конкурентоспроможності підприємства ускладнюється великою кількістю параметрів, які характеризують його функціонування, то з метою системності вирішення цього питання фахівці вдаються до економіко-математичного моделювання.

Зростаюча роль економіко-математичного моделювання обумовлюється адекватністю його використання в ситуаціях, коли необхідно знайти оптимальне рішення. Моделювання дозволяє здійснити

ефективний аналіз ситуації і прийняти адекватне рішення, зокрема, економіко-математичне моделювання слугує обґрунтуванню шляхів розвитку підприємств [6], вирішенню фінансово-економічних задач [5] і, безпосередньо, дослідженню конкурентоспроможності підприємства [7].

Проблема конкурентоспроможності в Україні та шляхи її розв'язання стоїть набагато гостріше, ніж у розвинених країнах. Зокрема, за опублікованим Всесвітнім економічним форумом Індексом глобальної конкурентоспроможності 2016–2017 [13], Україна посіла 85-е місце серед 138 країн світу, втративши за рік шість позицій. Згідно з даними дослідження, Україна погіршила свої позиції у 7 з 12 основних показників. Найбільше нами втрачено (мінус 17 пунктів) за складовою «Ефективність ринку праці», по 9 пунктів втрачено за показниками, що характеризують розвиток фінансового ринку країни та охорону здоров'я і початкову освіту. Показники, що характеризують розвиток інфраструктури теж знизились.

За деякими позиціями Україна «очолює» списки з кінця, зокрема, за міцністю банків нам другий рік підряд присвоєно останнє місце серед оцінюваних країн світу, з поміж 138 країн за регулюванням фондових бірж ми отримали передостаннє місце; за якістю доріг – 134, за інфляційними змінами – 136.

Негативними факторами для ведення бізнесу у нашій країні за Індексом глобальної конкурентоспроможності є (в порядку зменшення): корупція, політична нестабільність, інфляція, неефективна державна бюрократія, ускладнений доступ до фінансів, часта зміна урядів, високі податкові ставки, складність податкового законодавства, регулювання валютного ринку, невідповідна якість інфраструктури, обмежувальне регулювання ринку праці, недостатня здатність до інновацій, злочинність та крадіжки, погана етика робочої сили, низька якість охорони здоров'я та недостатня освіченість працівників.

Висновки з даного дослідження і перспективи. Забезпечення конкурентоспроможності продукції підприємства – це насамперед філософія управління всією системою в умовах ринку, яка орієнтована на: знання навколишнього середовища та його тенденцій; розумінні потреб споживача; спроможності запланувати й виробити саме той товар, який користуватиметься попитом у споживача на момент його виходу на ринок; визначенні параметрів конкурентоспроможності продукції, яка користуватиметься попитом на ринку в майбутньому; умінні здійснювати ці дії на довгостроковій основі;

В Україні для досягнення та підтримки конкурентоспроможності необхідна відповідна державна політика в усіх сферах функціонування суспільства.

Список літератури:

1. Верхівкер Я. Г. Конкурентоспроможність товарів та критерії її оптимізації / Я. Г. Верхівкер, Г. В. Крусир, Р. І. Шевченко, В. Г. Захарчук // Харчова наука і технологія. – 2010. – № 3. – С. 17–20. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Khntit_2010_3_6
2. Діденко С. О. Модель управління конкурентоспроможністю підприємства / С. О. Діденко, П. І. Жураківський // Ефективна економіка, 2017. – № 5. – Режим доступу: <http://er.knutd.com.ua>
3. Желуденко К. В. Сутність та фактори конкурентоспроможності продукції підприємств України / К. В. Желуденко // Інтелект ХХІ. – 2017. – № 1. – С. 66–71.

4. Жовновач Р. І. Особливості оцінки конкурентоспроможності суб'єктів господарювання вітчизняної економіки / Р. І. Жовновач // Economic systems management of in conditions of instability: Collective monograph. – С.Е.І.М., Valencia, Venezuela, 2016. – 104 p. – Режим доступу: http://ecofin.at.ua/monografy_Venezuela.pdf#page=61
5. Коваленко Г. О. Кокурентнспроможність підприємств аграрного сектора економіки / Г. О. Коваленко // Вісник Донецького національного університету. – 2015. – Вип. 1. – С. 157–159. – Режим доступу: <http://jvestnik-c.donnu.edu.ua/article/viewFile/294/305>
6. Ніколіна І. І. Моделювання прибутку підприємства в непередбачуваних умовах інструментарієм теорії катастроф / І. І. Ніколіна, А. Р. Рябоконт // Аспекти прогнозування економічного і соціального розвитку країн. Збірник наукових праць з актуальних проблем економічних наук / Наукова організація «Перспектива». У 2-х частинах. Дніпропетровськ: Видавничий дім «Гельветика», 2013. – Ч. 2 – С. 94–99.
7. Ніколіна І. І. Обґрунтування шляхів розвитку підприємства з використанням виробничих функцій / І. І. Ніколіна, М. В. Бондар // Актуальні проблеми економіки: науковий економічний журнал. К.: ВНЗ «Національна академія управління». – 2016. – № 4(178). – С. 416–426.
8. Николук О. М. Особливості застосування методів математичного моделювання та оцінювання конкурентоспроможності підприємства / О. М. Николук // Економічний вісник НГУ. – 2012. – № 2. – С. 151–154.
9. Николук О. М. Еволюція теорій конкурентоспроможності / О. М. Николук // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2011. – № 3, Т. 2. – С. 231–238.
10. Остапенко А. В. Визначення сутності поняття «конкурентоспроможність галузі» / А. В. Остапенко // Бізнесінформ. – 2015. – № 5. – С. 15–23.
11. Павлова Т. В. Оцінка конкурентоспроможності підприємства переробної галузі і розробка рекомендацій щодо її підвищення: звіт про науково-дослідну роботу / Т. В. Павлова, А. Л. Сабадирьова, Д. Е. Салавеліс. – Одеса, 2013. – 172 с.
12. Прахалад К. К. Майбутнє конкуренції. Творення унікальної цінності спільно із клієнтами / К. К. Прахалад, В. Рамасвами. – К.: Вид-во Олеся Капусти, 2005. – 258 с.
13. The Global Competitiveness Index. – Режим доступу: <https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-2016-2017-1>

Козловский Е.А.

Винницкий торгово-экономический институт
Киевского национального торгово-экономического университета

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДУКЦИИ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ГЛОБАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Аннотация

В статье раскрыты теоретические принципы конкурентоспособности продукции через призму глобальной конкурентоспособности. Проанализировано развитие теорий конкурентоспособности предприятия. Обобщены подходы к толкованию дефиниции «конкурентоспособность». Рассмотрена проблема конкурентоспособности продукции в Украине через призму глобальной конкурентоспособности государства.
Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентоспособность продукции, теории конкурентоспособности, экономико-математическое моделирование, глобальная конкурентоспособность, индекс глобальной конкурентоспособности.

Kozlovsky Ye.A.

Vinnitsia Institute of Trade and Economics
Kiev National Trade and Economic University

COMPETITIVENESS OF PRODUCTS THROUGH THE PRISM OF GLOBAL COMPETITIVENESS

Summary

The article analyses the theoretical principles of the analyses of the competitiveness of products through the prism of global competitiveness. The development of theories of competitiveness of the enterprise is analyzed. The approaches to the interpretation of the definition of «competitiveness» are generalized. The problem of competitiveness of products in Ukraine is considered through the prism of the global competitiveness of the state.

Keywords: competitiveness, competitiveness of products, competitiveness theory, economic and mathematical modeling, global competitiveness, global competitiveness index.