

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ТА МЕТОДИ ЇЇ ОЦІНКИ

Анотація. Розглянуто суть та значення конкурентоспроможності продукції підприємства в сучасних умовах. Також представлено показники та теоретико-методологічні основи оцінювання конкурентоспроможності продукції.

Аннотация. Рассмотрены сущность и значение конкурентоспособности продукции предприятия в современных условиях. Также представлены показатели и теоретико-методологические основы оценки конкурентоспособности продукции.

Annotation. The nature and value of enterprise competitiveness in the modern world was considered. The figures and theoretical-methodological bases evaluation competitiveness are also presented.

Ключові слова: конкурентоспроможність, продукція, показники, методика, оцінка конкурентоспроможності продукції.

Розвиток ринкових відносин в Україні неможливий без ефективного та стабільного зростання економіки та виробництва конкурентоспроможної продукції, що відображає не лише ефективність діяльності окремого підприємства, але й економіки країни загалом. Важливими умовами здобуття певної "ніші" в міжнародній торгівлі є забезпечення вітчизняної продукції необхідними якісними стандартами, що сприятимуть її конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому ринках торгівлі.

Економічна категорія конкурентоспроможності є відображенням теорії конкуренції, що характеризує можливості окремого суб'єкта господарювання у використанні економічних переваг. Засновником теорії конкуренції в економічній літературі вважається Адам Сміт, який визначив поняття конкуренції як певний вид суперництва, що впливає на зміну цін та визначає основні умови ефективної конкуренції.

Вагомий внесок у розвиток теорії конкуренції та дослідження проблеми аналізу й оцінки конкурентоспроможності здійснили відомі вчені Д. Рікардо, Й. Шумпетер. Питання конкурентоспроможності досліджують і вітчизняні науковці З. Борисенко, І. Должанський та інші, проте залишається питання визначення методів оцінки конкурентоспроможності продукції.

Метою статті є аналіз методів оцінки конкурентоспроможності продукції.

Конкурентоспроможність продукції відображає сукупність властивостей, що показує міру задоволення конкурентної потреби стосовно аналогічної продукції, яка репрезентована на ринку. Конкурентоспроможність у найширшому розумінні визначає можливість продажу товару на конкретному ринку в конкретний проміжок часу. Конкурентоспроможною можна вважати однорідну продукцію з технічними параметрами і техніко-економічними показниками.

Конкурентоспроможність продукції відображається двома основними показниками – якістю продукції та її ціною. Моделювання та дослідження конкурентоспроможності окремих видів продукції є запорукою успішного продажу на відповідному товарному ринку.

Переважна більшість показників конкурентоспроможності базується на інформації про обсяги зовнішньої торгівлі та призначенні, здебільшого для міжнародних порівнянь, хоча можуть використовуватися також для визначення конкурентоспроможності окремих регіонів і є призначені для окремого товару або товарної групи. Оскільки конкурентоспроможність є відносною категорією, то показники, що базуються на абсолютних величинах (таких, як частка ринку, обсяг експорту та інші) надають мало інформації про конкурентну позицію галузі або товару в національній економіці. Більш інформативними показниками, що ґрунтуються на порівнянні одного сектору з іншим або ж одного виду продукції з іншим. Серед показників, які найчастіше використовують зарубіжні вчені, варто виділити індекс відносної експортної конкурентоспроможності, індекс відносної залежності від імпорту та індекс відносних торговельних переваг [1].

Існує кілька методик розрахунку конкурентоспроможності продукції підприємства. Кожна з них певною мірою розкриває сутність конкурентоспроможності, проте не здатна повністю охопити та математично виразити вплив усіх чинників на конкурентоспроможність продукції.

Оскільки в довготерміновому періоді за умови проведення вдалої маркетингової політики якість продукції стає однією із найважливіших конкурентних переваг продукції, автор пропонує розглянути методи оцінювання конкурентоспроможності, що ґрунтуються на порівнянні зі зразком для визначення відносного рівня якості, тобто диференційований, комплексний і змішаний методи.

Нижче наводимо декілька методів оцінювання конкурентоспроможності продукції.

1. Методика оцінки конкурентоспроможності товарів на основі їх рейтингу.

Переваги цієї методики полягають у: простоті розрахунку; наявності оперативної інформації про якість продукту, що дає змогу швидко реагувати на зміни у ринковому середовищі. Серед вад названої методики є те, що вона не охоплює характеристики продукції повною мірою, тобто основний акцент під час розрахунку показника рівня конкурентоспроможності зроблено на якісні показники товару, абстрагуючись від впливу економічних показників та

Ця методика дає змогу достовірно оцінити інформацію про динаміку продажу на ринках, проте цей показник суперечить самій філософії поняття "конкурентоспроможність підприємства", оскільки не враховує якісні показники продукції підприємства.

3. Методика визначення комплексного показника конкурентоспроможності на основі диференційованого методу.

Диференційований метод базується на використанні одиничних параметрів продукції, що аналізується, бази порівняння та на їх порівнянні. Вказаний метод дає змогу визначити, досягнутий чи ні рівень конкурентоспроможності, за якими показниками він не досягається, які з параметрів найбільше відрізняються від базових.

Ця методика передбачає комплексний підхід до оцінювання конкурентоспроможності підприємства. Цей метод використовують для оцінювання конкурентоспроможності продукції за величиною комплексного чи інтегрального показника на основі поєднання показника конкурентоспроможності товарів і показників ефективності організаційно-економічного управління підприємством.

4. Методика аналізу конкурентоспроможності продукції на основі її корисності.

Ця методика пропонує розглядати конкурентоспроможність продукції (товару), беручи за основу те, що закони корисності товару знаходять відображення у ринковому попиті на товар. Інтегральний показник конкурентоспроможності пропонують визначити як функцію корисності кожного з технологічних параметрів товару.

До того ж, якщо один із показників корисності дорівнює нулю, то загальна конкурентоспроможність теж дорівнює нулю. У цій методиці пропонують аналіз конкурентоспроможності за допомогою кривих байдужості.

Змішаний метод оцінки конкурентоспроможності поєднує в собі диференціальний і комплексний методи, а саме: під час оцінювання використовується частина параметрів, розрахованих диференціальним методом, та частина параметрів, розрахованих комплексним методом. Цей метод визначення конкурентоспроможності товару не є досконалим, оскільки він не враховує важливості споживчих властивостей товару для покупця.

Усі наведені вище методи передбачають, що поліпшення будь-якої характеристики товару автоматично підвищує його конкурентоспроможність. Беззаперечним є той факт, що на ринку товари з відмінними якістьями можуть різними способами конкурувати один з одним. Економічна практика показала, що споживачі на ринку не виступають одним цілим – вони різними способами реагують на один і той же товар з одними й тими ж якістьями і цю якість необхідно враховувати в теоретичних розробленнях проблеми конкурентоспроможності [2].

Отже, на основі аналізу наведених вище основних методик оцінювання показника конкурентоспроможності продукції важливо виявити ступінь охоплення показниками. Об'єктивність аналізу може бути досягнуто наведеними вище методиками: інформація про продукцію та конкурентне середовище, у якому має бути реалізована продукція, а також розробити основу для формування вдосконаленої методики обчислення конкурентоспроможності, яка б за сучасних умов найбільш повно характеризувала продукцію. Застосування кожної з них має на меті урахування ключових чинників ситуації конкурентного середовища.

У подальших дослідженнях варто зосередитись на пошуку інструментів, відповідних кожній з методик розрахунку.

Наук. керівн. Ушкальов В. В.

Література: 1. Блонська Д. І. Підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства як основний фактор його діяльності [Електронний ресурс] / Блонська Д. І., Яцусь П. Ю. – Режим доступу : <http://nbuv.gov.ua>. 2. Блонська Д. І. Порівняльна характеристика методів оцінки конкурентоспроможності продукції [Електронний ресурс] / Блонська Д. І., Депа Н. Т. – Режим доступу : <http://nbuv.gov.ua>. 3. Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения [Текст] : учебн. пособие / Рикардо Д. – М. : Эскмо, 2007. – 960 с. 4. Шумпетер Й. Теория экономического развития [Текст] : учебн. пособие / Шумпетер Й. – М. : Изд-во "Директмедиа Паблшинг", 2008. – 400 с. 5. Борисенко З. М. Основи конкурентної політики [Текст] : підручник / З. М. Борисенко. – К. : Таксон, 2004. – 704 с. 6. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства [Текст] : навч. посібн. / Должанський І. З. – К. : Центр навч. л-ри, 2006. – 384 с.