

ДЕЯКІ АСПЕКТИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто теоретичні основи конкурентоспроможності продукції підприємства. Установлено, що некоректно ототожнювати конкурентоспроможність з рівнем якості та технічним рівнем продукції, а також конкурентоспроможність підприємства і продукції. Доведено, що кількість критеріїв конкурентоспроможності залежить від виду та складності продукції в технічному та експлуатаційному відношенні.

Анотация. Рассмотрены теоретические основы конкурентоспособности продукции предприятия. Установлено, что некорректно отождествлять конкурентоспособность с уровнем качества и техническим уровнем продукции, а также конкурентоспособность предприятия и продукции. Доказано, что количество критериев конкурентоспособности зависит от вида и сложности продукции в техническом и эксплуатационном отношении.

Annotation. The theoretical bases of competitiveness of enterprise output are considered. It is established that it is incorrect to identify competitiveness with a degree of quality and goods' technological level, as well as competitiveness of an enterprise and goods. It is proved that the number of competitiveness criteria depends on a kind and complexity of goods in technical and operational relation.

Ключові слова: конкурентоспроможність, виробництво, промислова продукція, підприємство, продукція.

Конкурентоспроможність продукції є визначальним чинником ринкового успіху суб'єкта господарювання. В умовах членства України у СОТ вона набуває особливої актуальності та практичної значущості. Це пов'язано із лібералізацією експортних та імпорتنих операцій, усуненням ізоляції внутрішнього ринку від продукції іноземних виробників.

На фоні прояву фінансово-економічної кризи в Україні на перші позиції в проблематиці економічних досліджень виходять проблеми конкурентоспроможності суб'єктів господарювання загалом і їх продукції зокрема.

Метою дослідження є аналіз різних поглядів щодо сутності поняття конкурентоспроможності продукції й обґрунтування пропозицій з уточнення його визначення.

Дослідження теоретичних проблем і практичного застосування положень теорії конкурентоспроможності відображені в роботах іноземних учених, а саме: Азоєва Г. Л., І. Ансоффа, Г. Асселя, Ф. Котлера, Г. Мінцберга, М. Портера, Ф. Тейлора, А. Сміта, А. Файоля, Фатхутдінова Р. А., Р. Уотермена, Е. Чемберлена, Й. Шумпетера, О. Ю. Юданова, а також таких вітчизняних, як: Білошанка В. А., Дікань В. Л., Должанський І. З., Загорій Г. В., Іванов Ю. Б., Кваша С. М., Кобиляцький Л. С., Лепа Н. Н., Романова Л. В., Скудар Г. М., Чернега О. Б.

Існує ряд визначень поняття конкурентоспроможності: на макроекономічному рівні – конкурентоспроможність країни, на мікроекономічному – конкурентоспроможність галузі, окремого товаровиробника або продукції.

Андріанов В. Д. розглядає конкурентоспроможність країни як здатність її в умовах вільної торгівлі виробляти товари та послуги, які відповідають вимогам світового ринку і реалізація яких підвищує добробут країни й окремих її громадян [1]. За твердженням Должанського І. З. та Загорної Т. О., конкурентоспроможність держави – це здатність її або її державних інститутів забезпечити своїм громадянам і підприємствам більші переваги, ніж інші країни, а конкурентоспроможність галузі пов'язана з наявністю в ній технічних, економічних, організаційних умов для створення, виробництва та збуту продукції високої якості з витратами не вище за інтернаціональні, що задовольняє вимоги конкретних груп споживачів [2, с. 27].

Економічний енциклопедичний словник за редакцією Кушлика В. І. та Чичканова В. П. визначає конкурентоспроможність підприємства як здатність суб'єкта господарювання на підставі існуючих технологій, кадрів, організації виробництва й управління, забезпечення високої ділової активності, досягнення вигідніших умов виробництва та збуту створювати конкурентоспроможну продукцію й одержувати прибуток [3, с. 250]. На думку професора Гончарової Н. П., конкурентоспроможність підприємства – це можливість ефективної господарської діяльності та її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку [4]. Досить суперечне визначення конкурентоспроможності підприємства сформулювали Должанський І. З. та Загорна Т. О. Учені вважають, що конкурентоспроможність є здатністю виробляти та реалізувати продукцію швидко, дешево, якісно, у достатній кількості разом з високим технологічним рівнем обслуговування [5, с. 28].

Установлено, що деякі науковці не розмежовують поняття конкурентоспроможності підприємства та продукції, вважаючи їх тотожними. Із цим важко погодитись, оскільки найчастіше підприємство виробляє не один вид продукції, а кожний товар має свій рівень конкурентоспроможності. Особливо це стосується аграрних підприємств, у яких дуже часто виробництво одного виду продукції є конкурентоспроможним, наприклад, виробництво зерна, а інший вид продукції виявляється некокурентоспроможним, наприклад, виробництво живої маси великої рогатої худоби, свиней та ін.

Конкурентоспроможність продукції, на думку Долинської М. Г. та Соловйова І. А., – це характеристика продукції,

витратами на її задоволення [6, с. 11]. Сіваченко І. Ю. визначає конкурентоспроможність продукції як сукупність якісних і вартісних характеристик товару, які забезпечують задоволення конкретної потреби споживача [7, с. 12].

Некоректно ототожнювати конкурентоспроможність з рівнем якості та технічним рівнем продукції. Конкурентоспроможність продукції визначається, на відміну від якості, сукупністю тих конкретних властивостей, що становлять явний інтерес для даного покупця і забезпечують задоволення даної конкретної потреби – інші характеристики до уваги не беруться. Тому іноді товар з більш високим рівнем якості може бути менш конкурентоспроможним.

З позиції якості порівнюються лише однорідні товари, а з позиції оцінки конкурентоспроможності, де за базу береться конкретна потреба, можливі зіставлення і неоднорідних товарів, якщо вони надають інші можливості та способи задоволення однієї і тієї ж потреби.

Поняття "конкурентоспроможність продукції" ширше понять "якість продукції" і "технічний рівень продукції", що, будучи головними складовою конкурентоспроможності, не є єдиними.

Визначення конкурентоспроможності передбачає участь двох груп показників: якісних та вартісних. При виборі їх треба враховувати, що конкурентоспроможність визначається тільки тими показниками, які є інтересом для конкретного споживача. Особливу увагу слід приділяти регламентуючим чинникам, які обумовлюють принципіальну можливість реалізації продукції на конкретному ринку.

Якщо хоча б один з регламентуючих показників, а саме екологічних, безпеки, патентно-правових, не відповідає встановленим потребам, які діють на конкретному ринку, то подальша оцінка конкурентоспроможності недоцільна.

Оскільки перевищення за окремими показниками норм, стандартів, технічних регламентів, потреб законодавства не може розглядатися як перевага того чи іншого товару, то оцінка показників може обмежитись тестом на доречність або недоречність їх оцінки за якісними та вартісними показниками конкурентоспроможності.

Серед критеріїв, які характеризують конкурентоспроможності промислової продукції, виділяють: технічні, до яких входять призначення, нормативні, ергономічні, естетичні та інше, економічні, а саме ціну споживання, також організаційні, тобто знижки, умови платежу та поставок, комплектність поставок, строки та умови гарантії та ін. [8].

Такий поділ критеріїв можна використовувати в оцінці конкурентоспроможності будь-якої продукції, незалежно від галузі.

Кількість критеріїв конкурентоспроможності залежить від виду та складності продукції в технічному та експлуатаційному відношенні, а також необхідної точності оцінки, цілі дослідження та інших чинників.

Наприклад, економічні критерії продукції промислового призначення представлені ціною споживання, яка складається з витрат споживача на купівлю та витрат, пов'язаних зі споживанням, причому ціна споживання зазвичай суттєво вища, ніж продажна ціна.

Тому найбільш конкурентоспроможний не той товар, у якого мінімальна ціна на ринку, а той, у якого мінімальна ціна споживання за весь строк його перебування на ринку.

Від правильності вибору критерію оцінки конкурентоспроможності товару залежить і точність самої оцінки. При цьому критерії повинні бути вибрані не на базі передбачень, особистого досвіду, а на основі детального вивчення споживчого попиту, тобто проведення маркетингових досліджень.

Таким чином, щоб залишатися конкурентоспроможним, будь-яке підприємство повинне виконувати основні вимоги до критеріїв та показників конкурентоспроможності продукції. Очікувані результати оцінки конкурентоспроможності можуть бути використані для вибору шляхів оптимального підвищення конкурентоспроможності продукції.

Наук. керівн. Рубан В. В.

Література: 1. Андрианов В. Д. Конкурентоспособность России в мировой экономике / В. Д. Андрианов // Экономист. – 1997. – № 10. – С. 39. 2. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства: [навч. посібн.] / І. З. Должанський, Т. О. Загорна. – К., 2006. – 180 с. 3. Современная рыночная экономика. Государственное регулирование экономических процессов: [Энциклопедический словарь] / общ. ред. В. И. Кушлика, В. П. Чичканова. – М., 2004. – 600 с. 4. Гончарова Н. П. Роль маркетинга в конкурентных отношениях / Н. П. Гончарова // Актуальні проблеми економіки. – 2001. – № 11–12. – С. 45. 5. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства: [навч. посібн.] / І. З. Должанський, Т. О. Загорна. – К., 2006. – 190 с. 6. Долинская М. Г. Маркетинг и конкурентоспособность промышленной продукции / М. Г. Долинская, И. А. Соловьев. – М.: Изд. стандартов, 1991. – 145 с. 7. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства (організації): [навч. посібн.] / за ред. І. Ю. Сіваченка. – К., 2003. – 200 с. 8. Гурков И. Б. Тенденции изменения конкурентоспособности отечественной продукции / И. Б. Гурков, Н. Л. Титова // Маркетинг. – 1997. – № 1. – С. 20–31.