

ЕКОНОМІКА ТА МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 339.137.21:658.114

О. В. Мороз¹
Д. В. Стасенко²

МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НА РІЗНИХ РІВНЯХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

¹Вінницький національний технічний університет;

²Вінницький національний аграрний університет

Розглянуто види і фактори конкурентних відносин у сфері економіки. Охарактеризовані показники та параметри конкурентоспроможності товару, підприємства, галузі. Визначені основні рушії конкурентоспроможності на різних рівнях конкурентних відносин.

Ключові слова: конкурентоспроможність, мікрорівень, мезорівень, макрорівень, класифікаційні показники, оціночні показники, галузеві ринки, регіональна конкуренція, національна економіка.

Вступ

Конкурентоспроможність є однією з найважливіших інтегральних характеристик ринкової економіки, яку застосовують як критерій оцінки економічної діяльності суб'єктів господарювання. При цьому конкурентоспроможність — це складне багаторівневе поняття, аналіз і оцінку якого необхідно ув'язувати з конкретним конкурентним полем і, особливо, з рівнем економічних відносин. Необхідно ясно бачити вимоги, які можна висунути до суб'єктів конкуренції на кожному з таких рівнів. Сукупність зазначених характеристик представляється безпосереднім і важливим економічним фактором.

Постановка проблеми полягає в дослідженні конкурентоспроможності товару, підприємства, галузі, країни на різних рівнях конкурентних відносин в економічній сфері. Тому наукове обґрунтування економічних механізмів, які б дозволили підвищити рівень конкурентоспроможності, є актуальним питанням.

Огляд літературних джерел

У сучасній економічній літературі широко представлені методики оцінювання конкурентоспроможності, розроблені вітчизняними та зарубіжними дослідниками [1—6]. Як свідчать результати досліджень, вітчизняні джерела стосуються переважно аналізу окремих складових конкурентоспроможності, досліджень експортного потенціалу, економічної ефективності [3, 6—7]. Методики західних дослідників характеризуються різноманітністю підходів до оцінювання конкурентоспроможності, застосуванням всебічного аналізу економічної ситуації всередині регіону і в його оточенні [1—2, 4—5]. Натомість питання опису моделі конкурентоспроможності на різних рівнях конкурентних відносин залишається мало дослідженим. Це визначило предмет наукових пошуків в межах написання даної статті.

Метою статті є визначення стратегічних напрямків підвищення конкурентоспроможності на різних рівнях конкурентних відносин в економічній сфері.

Результати досліджень

Конкурентоспроможність (термін, запроваджений М. Портером [4—5]) означає внутрішню спроможність країни успішно конкурувати на світовому ринку. Конкурентоспроможність починається з конкурентоспроможності товару, підприємств та організацій, які утворюють галузеві або конгломератні об'єднання і є суб'єктами конкурентної боротьби.

Різноманітність конкурентних відносин, які виникають у сфері економіки, потребує диференціації стосовно трьох рівнів:

1. Мікрорівень (конкретні види продукції, виробництва, підприємства);
2. Мезорівень (галузі, корпоративні об'єднання підприємств і фірм конгломератного типу);
3. Макрорівень (народногосподарські комплекси).

Мікрорівень і мезорівень конкуренції можуть бути як національними, так і міжнародними. Макрорівень конкурентоспроможності являє складну для оцінки категорію, яка залежить від багатьох факторів класифікації.

Конкурентні характеристики і фактори, які їх визначають, умовно можуть бути поділені на: мікрорівневі (віддзеркалюють якість і ціну продукції); мезорівневі (забезпечують стійкісне поліпшення показників ефективності використання виробничих ресурсів галузей) і макрорівневі (втілюють загальний стан господарських систем, їх збалансованість, інвестиційний клімат, податковий режим, тарифно-митну політику тощо).

В теоретичному аспекті найбільш системно на сьогодні досліджені проблеми конкурентоспроможності товару як основного елементу ринкового механізму. Менш дослідженими залишаються спеціальні питання конкурентоспроможності підприємства, яке частіше всього розглядається лише з позиції виробника товару. Слід особливо зазначити, що це поняття на практиці є багатоаспектним. Це пояснюється тим, що конкурентоспроможність нерозривно пов'язана з умовами конкуренції на конкурентному ринку, а підприємство з широкою номенклатурою своєї продукції є суб'єктом декількох товарних ринків.

Як свідчить досвід, важливою складовою частиною конкурентоспроможності товару є не тільки його якісні, технічні, економічні, естетичні характеристики, але й рівень витрат споживача за час його експлуатації. Таким чином, під конкурентоспроможністю слід розуміти комплекс споживчих і цінових характеристик товару, який має порівняльні переваги, стосовно конкуруючих товарів-аналогів.

Конкурентоспроможність товару на конкурентному ринку можна визначити тільки у порівнянні товарів-конкурентів між собою. Тому конкурентоспроможність на цьому рівні відносин є поняттям відносним, чітко прив'язаним до конкретного ринку і часу продажу. Крім того, це поняття має суб'єктивний характер, індивідуальний відтінок, тому що порівняння товарів між собою здійснюється конкретними покупцями, які мають свої індивідуальні критерії оцінки задоволення власних потреб. Так, окрім витрат на придбання товару, покупець враховує ще й експлуатаційні витрати.

Конкурентоспроможність визначається тільки тими властивостями товару, завдяки яким він задовольняє конкретну потребу. Якісні показники поділяються на класифікаційні та оціночні. Класифікаційні — такі показники, які характеризують належність виробів до певної групи і визначають сферу застосування і умови використання. Оціночні — показники, які кількісно характеризують властивості якості товарів, порівняння з аналогічними товарами тощо.

До групи технічних параметрів, які використовують для оцінки конкурентоспроможності, повинні бути віднесені:

- параметри призначення продукції та її функції, що характеризують ефект використання продукції в конкретних умовах використання;
- ергономічні параметри, що характеризують продукцію з погляду її відповідності властивостям людського організму у використанні;
- естетичні параметри, які характеризують інформаційну виразність, раціональну форму, досконалість виробничого виконання та стабільність товарного вигляду. Ці параметри моделюють зовнішнє сприймання продукції і віддзеркалюють привабливість товару в очах споживача;
- нормативні параметри, що регламентують обов'язкові норми, стандарти і законодавство на ринку, де цю продукцію планується продавати.

Економічні параметри конкурентоспроможності характеризують загальні витрати покупців та споживачів на задоволення їхніх потреб цим товаром або послугою. Ці витрати складаються з витрат на купівлю і витрат, які пов'язані з затратами при встановленні та експлуатації у строках його використання (ремонт, нагляд, технічне обслуговування, закупівля запчастин, енергоспоживання та ін.). Усі ці витрати становлять ціну споживання. Саме ціна є складовою конкурентоспроможності товарів та послуг. При цьому об'єктивно економічні показники у ціні споживання пов'язані з соціально-економічним становищем споживачів, наявністю послуг, їх вартістю, віддаленістю від місць сервісного обслуговування.

Слід підкреслити, що конкурентоспроможність товару тісно пов'язана зі стадіями життєвого

циклу. Так, загалом відомо, що будь-який товар після виходу на ринок поступово втрачає свій потенціал конкурентоспроможності і потребує модернізації або зняття з виробництва. З огляду ж на те, що практично будь-яке підприємство випускає не один вид продукції, а більшість підприємств є диверсифікованими, його виробнича програма часто включає як нові, перспективні товари, так і вироби на стадії виходу з ринку. Тому конкурентоспроможність підприємства — більш широке поняття, ніж конкурентоспроможність товару. Важливим фактором її забезпечення є оптимальна, збалансована номенклатура продукції.

На відміну від товару підприємство є суб'єктом декількох ринків, у т. ч. ринків збуту товарів, ринку праці та ринку капіталу. Як показує аналіз сучасної господарської діяльності, більшість підприємств є диверсифікованими.

Іншим важливим аспектом є та обставина, що у загальному вигляді конкурентоспроможність підприємства передбачає його здатність впливати на ринкову ситуацію у власних інтересах та спроможність виготовляти продукцію, яка задовольняє вимоги споживача за відносно невисокого рівня витрат [7].

Фактори, які впливають на конкурентоспроможність підприємств, можна поділити на дві групи: макроекономічні та мікроекономічні. До макроекономічних факторів слід віднести:

- роль держави (сутність і характер державного регулювання економіки);
- умови конкуренції (контроль участі на ринках, наявність взаємопов'язаних корпоративних груп та існування бар'єрів на шляху виходу на ринок);
- розподіл праці та капіталу;
- обмінний курс валют, відсоткова ставка і стан розподілу фондів через державні установи;
- залучення до умов формування реальної ринкової ситуації суспільного сектору в першу чергу за допомогою податкової системи та промислової політики;
- рівень соціальної стабільності.

Сукупність мікроекономічних факторів конкурентоспроможності може бути виражена таким чином :

- якість, кількість, сума капіталовкладень та їх розподіл;
- показник робочої сили (характеристики персоналу, система навчання, рівень заробітної плати, ступінь умотивованості та ін.);
- технологічні можливості (рівень конкурентноздатності на світовому ринку, потужність та технологічні можливості, розвиток фундаментальних технологій і т. д.);
- ефективність управлінських структур.

Важливим фактором є те, що галузеві ринки мають власну специфіку, яка потребує особливих методів конкурентної боротьби. Успішне ведення конкурентної боротьби вимагає реалізації стратегії конкуренції, що враховує галузеві особливості ринку. Конкурентоспроможність галузевих ринків можна оцінити за такими показниками як продуктивність праці, питома оплата праці, капіталоемність, наукоємність та технічний рівень продукції, сукупність знань та наукових наробітків, які необхідні для самостійного освоєння продукції та її відтворення, об'єм технологічних наробітків для реалізації наукових та проектно-конструкторських розробок, ступінь експортної орієнтації або імпоротної залежності галузі, ступінь відповідності рівня розвитку галузі загальному рівню розвитку національного господарства, динаміка цін на продукцію, експансія галузі (ступінь використання її продукції у різноманітних галузях господарства).

Ці показники можуть бути змінені або доповнені з урахуванням специфікації галузевих об'єднань, фінансово-промислових груп або окремих сфер господарювання. Зокрема, слід брати до уваги особливості мезо- та макрорівневих показників конкурентоспроможності, які пов'язані з зовнішньоекономічною діяльністю підприємств та галузевих об'єднань. Такі особливості зумовлюються також ступенем міжнародних коопераційних зв'язків підприємств та галузей, їх експортної диверсифікації по країнах, наявність зарубіжних філій або галузевого об'єднання з іншими факторами господарсько-фінансових зв'язків.

Дослідження конкурентоспроможності потребує уточнення категорій «галузь», «ринок» та їх взаємозв'язки. Галузь — це сукупність підприємств, які виробляють близькі продукти та використовують близькі ресурси, технології, тоді як ринок — це сукупність відносин (актів) купівлі-продажу товарів і послуг; спосіб взаємодії виробників і споживачів, заснований на децентралізованому, безособовому механізмі цінових сигналів. Різниця між ними, на наш погляд, обґрунтована також і тим, що ринок об'єднаний задоволеними потребами, а галузь — характером технологій, які використовуються.

Визначення рівнів та характер конкуренції у світовій економіці завжди викликало дискусію серед фахівців. Не менш проблемним залишається питання конкурентоспроможності національної економіки, її регіонів.

Так, М. Портером розроблена парадигма регіональної конкуренції [4]. В іншій роботі [5] цим автором чітко сформульовано ідею внутрішнього добробуту регіону, який значною мірою залежить від продуктивності праці у галузях спеціалізації, притаманних для цього регіону. Важливими передумовами підвищення регіональної конкуренції М. Портер вважав наявність високих технологій, якість сфери послуг, діяльність уряду (національного та місцевого), спрямовану на підтримку соціально-економічного зростання регіонів, підвищення їх конкурентоспроможності.

Детермінантами формування конкурентоспроможності країни, за оцінками авторів [6], є:

1. Розвиток ефективної приватної економіки;
2. Мобілізація капіталу — як з внутрішніх джерел (заощадження населення), так і з зовнішніх (іноземні інвестиції);
3. Наявність людського та інтелектуального капіталу, його якості.

Особливу увагу слід звернути на такий чинник, як інфраструктура (дороги, мости, аеропорти, тощо). Так, сьогодні у світі виникає абсолютно новий тип інфраструктури. Це інформаційна інфраструктура знань, інфраструктура охорони здоров'я, освіти, соціальна.

Серед значущих чинників підвищення конкурентоспроможності країни особливе місце належить якості політичних та суспільних інститутів. Останній важливий чинник відображений у суспільно-економічній моделі, де безпосередніми факторами конкурентоспроможності все частіше виступають використання природних ресурсів, забруднення навколишнього середовища тощо.

Безумовно, що категорії конкурентоспроможності товару, підприємства, галузі та нації взаємопов'язані. Так, підприємства, з одного боку, є виробниками товарів, а з іншого — формують національні галузі і є представниками країни на світових ринках. На відміну від товару і галузі підприємство є головним ринковим суб'єктом, який має право і можливості свідомого вибору, реалізації конкурентних стратегій. В свою чергу, конкурентоспроможність національної економіки визначає конкурентоспроможність окремих галузей і підприємств та є водночас макроекономічним фактором їх конкурентоспроможності.

Проблеми визначення і формування економічно обґрунтованого рівня конкурентоспроможності можуть бути прокоментованими на прикладі харчової промисловості Вінницької області. Показники роботи підприємств наведені у табл.

Динаміка виробництва окремих видів харчової продукції [8]

Види харчової продукції	Виробництво, тис. т							
	2003	2004	2006	2008	2010	2011	2012	2013
Борошно	152,3	153,0	157,7	145,4	179,8	191,5	187,1	172,3
Крупи	16,3	15,6	11,2	6,3	11,1	17,5	7,1	6,7
Вироби хлібобулочні	87,3	86,6	88,4	84,3	81,0	77,3	69,2	66,3

Роль галузі у народногосподарському комплексі регіону представляється дуже високою. По суті, спеціалізація області в останні десятиліття зумовлена розвитком саме рослинництва та пов'язаних із ними галузями переробки. За нашими даними, саме тут формується до 60 % валового регіонального продукту (ВРП). Є всі підстави стверджувати, що розвиток харчової промисловості, у т. ч. борошномельно-круп'яної та хлібопекарної, визначає не тільки конкурентоспроможність самої галузі (мезорівень), але й всього регіонального народногосподарського комплексу (макрорівень). При цьому — і у поточному, і у довгостроковому періодах — зазначені рівні конкурентоспроможності об'єктивно визначатимуться макрорівнем — рівнем конкурентоспроможності продукції в її асортименті та номенклатурі, а також окремих підприємств. Між тим, щодо останнього існують серйозні економічні проблеми.

Так, у харчовій галузі області впродовж 2000-х рр. усталено функціонувало більше 200 підприємств борошномельно-круп'яної та хлібопекарної промисловості, при чому кількісно переважна їхня частка — це малі підприємства. Слід зазначити, що для цієї сфери діяльності у вказаний період була характерна помірна інвестиційна привабливість, що викликано відносно невеликою рентабельністю та суперечливими тенденціями щодо динаміки виробництва в період після 2008 р. Так, зокрема, виробництво круп за період з 2003 по 2010 рр. скоротилося майже на

третину (з 16,3 тис. т до 6,7 тис. т), тоді як виробництво борошна за цей час збільшилося приблизно на 15 % (із 152,3 тис. т до 172,3 тис. т) [8]; при цьому було зафіксовано істотні коливання виробництва в окремі роки. Слід особливо підкреслити, що, за однастайними оцінками експертів, проблема конкурентоспроможності цієї продукції у регіоні об'єктивно загострюється в міру посилення інтеграційних процесів із країнами ЄС. Тому доля і підприємств, і галузі, і економіки регіону в цілому буде безпосередньо залежати від того, наскільки будуть здійснені дії з підвищення конкурентоспроможності продукції на мікрорівні виробництва.

Висновки

На основі вищевикладеного слід зазначити адекватність ієрархічного методологічного підходу до опису моделі конкурентоспроможності на різних рівнях конкурентних відносин. Відповідність вимогам світових ринків передбачає властивість виробляти та розподіляти товари та послуги за цінами, які забезпечують конкурентоспроможність на світових ринках. Головним фактором тут є величина вартості та використання новітніх технологій. За сценарієм розвитку, коли вартість висока або зростає, вирішальним моментом для збереження або підвищення конкурентоспроможності є застосування новітніх технологій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Шніцер М. Порівняння економічних систем : пер. з англ. / М. Шніцер. — К. : Основи, 1997. — 519 с.
2. Юданов А. Ю. Конкуренция: теория и практика : учеб. пос. / А. Ю. Юданов. — М. : ТАНДЕМ, 1996. — 272 с.
3. Семів С. Р. Теоретико-методичні аспекти оцінки інвестиційної привабливості регіонів і галузей економіки // Проблеми розвитку зовнішньоекономічних зв'язків та залучення іноземних інвестицій: регіональний аспект : зб. наук. пр. / С. Р. Семів. — Донецьк. : Дон ДУ, 2001. С. 467—469.
4. Портер М. Стратегія конкуренції / М. Портер ; пер. з англ. А. Олійник, Р. Сільський. — К. : Основи, 1998. — 390 с.
5. Портер М. Конкуренция : пер. с англ. / М. Портер. — М. : Издательский дом «Вильямс», 2005. — 608 с.
6. Конкурентоспроможність: країна, регіон, підприємство / Рада конкурентоспроможності України ; за ред. Полунєва Ю. В. — К. : ЛАТ & К, 2006. — 176 с.
7. Павлова В. А. Матричні методи моделювання конкурентоспроможності підприємства / В. А. Павлова // Академічний огляд. — 2005. — № 2. — с. 48
8. Статистичний щорічник Вінниччини за 2012р. / за ред. С. Ігнатова. — Вінниця : Головне Управління статистики у Вінницькій області. — 2013. — 618 с.

Рекомендована кафедрою менеджменту та моделювання в економіці ВНТУ

Стаття надійшла до редакції 23.09.2014

Мороз Олег Васильович — д-р екон. наук, професор, професор кафедри менеджменту та моделювання в економіці.

Вінницький національний технічний університет; Вінниця;

Стасенко Діна Володимирівна — аспірантка, e-mail: stasenko1@mail.ru.

Вінницький національний аграрний університет, м. Вінниця

O. V. Moroz¹
D. V. Stasenko²

Methodological bases of determination of competitiveness on the different levels of economic relations

¹Vinnitsia National Technical University;

²Vinnitsia National Agrarian University

Types and factors of competitive relations are considered in the field of economics. Indexes and parameters of competitiveness of commodity, enterprise, and industry are described. The basic factors of competitiveness are defined on the different levels of competitive relations.

Keywords: competitiveness, microlevel, meso-level, macrolevel, classification indexes, evaluation indexes, branch markets, regional competition, national economy

Moroz Oleg V. — Dr. Sc. (Econ.), Professor, Professor of the Chair of Management and Modeling in Economics;

Stasenko Dina V. — Post-Graduate Student, e-mail: stasenko1@mail.ru

О. В. Мороз¹
Д. В. Стасенко²

Методологические основы определения конкурентоспособности на разных уровнях экономических отношений

¹ Винницкий национальный технический университет;

² Винницкий национальный аграрный университет

Рассмотрены виды и факторы конкурентных отношений в сфере экономики. Охарактеризованы показатели и параметры конкурентоспособности товара, предприятия, отрасли. Определены основные двигатели конкурентоспособности на разных уровнях конкурентных отношений.

Ключевые слова: конкурентоспособность, микроуровень, мезоуровень, макроуровень, классификационные показатели, оценочные показатели, отраслевые рынки, региональная конкуренция, национальная экономика.

Мороз Олег Васильевич — д-р экон. наук, профессор, профессор кафедры менеджмента и моделирования в экономике;

Стасенко Дина Владимировна — аспирантка, e-mail: stasenko1@mail.ru