

ДВАКИ АСПЕКТИ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ТА МЕТОДИКА ЇЇ ОЦІНКИ

У період формування ринкових відносин в економіці України нагромадилися проблеми, вирішення яких на сучасному етапі є необхідним. Одна з них - зростаюча конкурентоспроможність вітчизняних товарів, підприємств на світовому ринку - має особливу гостроту і переросла в раніше невідому проблему забезпечення "економічної безпеки" підприємств, галузей та країни в цілому. За наявності сильних конкурентів, високих вимог до якості продукції, динамічної зміни кон'юнктури світового ринку інтегруватися в економічне співтовариство надзвичайно важко. Саме тому останнім часом вчені та практики почали обговорювати питання відповідності вітчизняних товарів світовим вимогам.

Спрім поняття конкурентоздатності товару міжнародна практика використовує поняття конкурентоздатності підприємства, галузі, економіки країни в цілому. Тому у разі оцінки рівня конкурентоздатності необхідно розрізнити два поняття: товарний, коли розглядається конкретний асортимент чи виріб, і техніко-економічний, коли розглядається діяльність підприємства в цілому.

Проблема підвищення конкурентоздатності у множині її аспектів торкається практично всіх сторін життя суспільства і, у зв'язку із цим, постійно перебуває в центрі уваги державних діячів та ділових кіл усіх розвинених країн світу. На Україні проблема конкурентоздатності вітчизняної продукції та економіки є більш гострою, ніж у розвинутих державах.

Поняття "конкурентоспроможність" тісно пов'язане з поняттям "якість", оскільки оцінка якості товарів має безпосередній зв'язок з рівнем їх конкурентоздатності, тобто з можливістю реалізації продукції за світовими цінами.

Як економічна категорія, якість, продиктована вимогами ринку, повинна бути оптимальною, тобто достатньо високою, щоб перемагати конкурентів, і одночасно з цим мати таку нижню межу, щоб дана продукція знайшла свого

споживача. Тому не можна відокремлювати проблему якості та конкурентоспроможності від проблем, пов'язаних з менеджментом, маркетингом, загальноекономічними та соціальними проблемами.

Категорії “конкурентоздатність” та “якість” розрізняють за наступними аспектами:

- якщо під якістю розуміють лише сукупність властивостей, то конкурентоспроможність характеризується їх відповідністю конкретній суспільній необхідності. В даному випадку під час оцінки рівня конкурентоздатності можливим є співставлення і неоднорідних товарів, але таких, що задовольняють одну і ту ж потребу;

- параметри якості визначаються, як правило, виходячи з інтересів виробника, а параметри конкурентоздатності - з інтересів споживача, наприклад, включають в себе витрати на споживання;

- якість продукції можна виразити математично у вигляді показника рівня якості продукції, а показник конкурентоздатності визначається як відношення комплексного показника рівня якості до запропонованої чи фактичної ціни реалізації. Дослідження свідчать, що залежність між рівнем якості продукції та його ціни носить не лінійний, а параболічний характер;

- рівень якості та технічний рівень продукції задаються рівнем технічно сучасної продукції, а для оцінки конкурентоздатності необхідно співставляти його з рівнем розвитку потреб. При цьому перевищення рівня конкурентоздатності над рівнем розвитку потреб за окремими параметрами може бути не оцінене покупцем і не дасть необхідного економічного ефекту;

- на рівень конкурентоздатності продукції значний вплив мають такі фактори ринку, як ступінь задоволення попиту на товар та ємкість окремих сегментів ринку, наявність конкурентів, асортимент і структура товарної пропозиції, соціально-демографічні характеристики споживачів, якісні та вартісні властивості товарів, розвиток постачальницько-збутової мережі та сервісу, що діє після продажу товару, тощо.

Як відомо, асортимент, якість та конкурентоздатність товарів оцінюють споживачі. У зв'язку з цим проводяться всебічні дослідження споживчих якостей продукції промислового призначення на основі методики оцінки їх конкурентоздатності за допомогою ЕОМ.

Під час розробки даної методики щодо оцінки відносного рівня конкурентоздатності виходять із загального алгоритму визначення комплексного показника, що включає наступні етапи:

1. Аналіз ринку з метою вибору базового зразка.
2. Визначення номенклатури споживчих якостей товару, які характеризують його конкурентоздатність.
3. Аналіз та вибір номенклатури показників, що визначають їх значимість.
4. Вибір одиничних показників якостей.
5. Переведення одиничних показників в безмірні.
6. Розробка оціночної шкали, визначення коефіцієнтів важливості характеристик.
7. Формування і розрахунок групових комплексних показників якості, об'єднання групових показників якості в комплексний узагальнюючий показник.

8. Розрахунок інтегрального та відносного показників рівня конкурентоздатності.

Розроблена наступна методика оцінки рівня конкурентоздатності. Перелусім необхідно порівняти показники оцінок експериментального зразка з показниками базового зразка. Розрахунок проводять за формулою:

$$Q_i = P_i / P_{i6}$$

де Q_i - значення оцінки відносного показника i -ї продукції ;

P_i - значення показника продукції, що оцінюється ;

P_{i6} - базове значення показника продукції .

Комплексні групові показники якості (комерційні, надійності та ергономічності) K_i розраховують за формулою:

$$K_i = M_i * Q_i$$

де K_i - комплексний груповий показник якості i -ї продукції ;

M_i - коефіцієнт важливості показника;

Q_i - відносний показник рівня продукції, що оцінюється.

Узагальнений комплексний показник якості визначається наступним чином:

$$K_{об} = \sum_{i=1}^n M_i * Q_i$$

Інтегральний показник конкурентоздатності K_u розраховується як відношення узагальненого показника якості $K_{об}$ до ціни споживання C , тобто до затрат на його придбання та використання:

$$K_u = K_{об} / C$$

Запропонована формула виступає умовою конкурентоздатності товару в найзагальнішому вигляді, і перевірити точність одержаних результатів можна лише в процесі порівняння з базовим зразком.

В тому випадку, коли в чисельнику береться інтегральний показник конкурентоздатності K_e експериментального товару, а в знаменнику $-K_{об}$ базового товару, то в підсумку можна одержати значення відносного рівня конкурентоздатності:

$$K = K_e / K_{об}$$

Якщо $K > 1$, то експериментальний товар за конкурентоздатністю перевищує базовий, якщо $K = 1$, то він перебуває на одному рівні з базовим, якщо $K < 1$, то товар поступається базовому зразку і вимагає удосконалення чи зняття з виробництва.

Таким чином, можна зробити наступний висновок: конкурентоздатний товар - це такий товар, який на одиницю своєї вартості (ціни) задовольняє попит краще, ніж інші конкуруючі товари.

Як свідчить практика, використання запропонованої методики на підприємствах дозволяє оптимізувати випуск промислового асортименту та одержати значний економічний ефект. Але розрахунок відносного показника конкурентоздатності виробів не може замінити маркетингових досліджень щодо умов реалізації товару на конкретних ринках за відповідний період часу, які необхідно проводити під час організації запуску виробів у серійне виробництво.

Принципово відмінними рисами оцінки конкурентоздатності товарів легкої промисловості виступають:

- велика кількість споживачів та їх вимог до товарів;
- безмежність асортименту, швидка зміна моделей;
- стан розвитку потреб та інформованості споживача про переваги та недоліки товару.

Стосовно товарів легкої промисловості методологія оцінки рівня конкурентоздатності продукції матиме свої особливості і може бути представлена схемою (див. рис). Вона передбачає вибір базового зразка для порівняння, визначення показників для порівняння товару із базовим зразком, розрахунок одиничних, групових та інтегрального параметричного індексів, які є безмірними величинами та характеризують стан даного товару поряд із товарами-аналогами.

На першому етапі оцінки необхідно вирішити проблему відбору одиничних показників конкурентоздатності та визначити значимість цих показників для основних груп споживачів. На другому етапі необхідно передбачи-

ни виділення спеціальними методами для порівняння базового зразка із цілого асортиментного ряду.

Оцінка рівня конкурентоздатності товару дозволяє підприємству вже сьогодні:

- створювати зразки продукції з заданим рівнем конкурентоспроможності, які повинні розміщуватися в суворо визначених місцях асортиментного ряду (в суворо визначених споживчих нішах);
- співставляти рівень конкурентоздатності товару на різних ринках і визначати найбільш значимі та вигідні з них;
- постійно співставляти рівень конкурентоздатності продукції різних підприємств та світового рівня, визначати напрямки вдосконалення продукції з врахуванням власних можливостей;
- нагромадивши відповідні емпіричні дані, розробляти механізми управління асортиментом та якістю на основі оцінки рівня конкурентоздатності.

Легка промисловість має певний досвід з вирішення проблем підвищення конкурентоздатності. Багаторічна робота в даній галузі дозволяє розробляти та втілювати асортиментні програми, що стосуються тканин, одягу, взуття тощо. В рамках розробки асортиментних концепцій виділяють типові групи споживачів, вивчають їх вимоги до асортименту та якості продукції. Багатьма підприємствами, фірмовими магазинами організовується робота з виявлення поглядів та думок споживачів про товари. Одночасно вивчаються вимоги, що висуваються до товарів легкої промисловості на світових ринках, розробляються пропозиції з вдосконалення їх виробництва. Методичні підходи до оцінки конкурентоздатності, в тому числі питання вибору базового зразка із відомого асортиментного ряду, проробляються економіко-математичними методами. Проблема створення конкурентоздатної продукції, забезпечення та підтримання її на належному рівні виступає однією з основних в системі виробництва і реалізації товарів легкої промисловості.

Від рівня конкурентоздатності продукції на внутрішньому та світовому ринках залежить і рівень конкурентоздатності підприємства, галузі, а також економіки держави в цілому. Основні положення сучасного соціально-економічного і політичного менеджменту схиляються до того, що на даному етапі науково-технологічним інноваціям відводиться вирішальна роль у формуванні та підвищенні конкурентоздатності продукції.

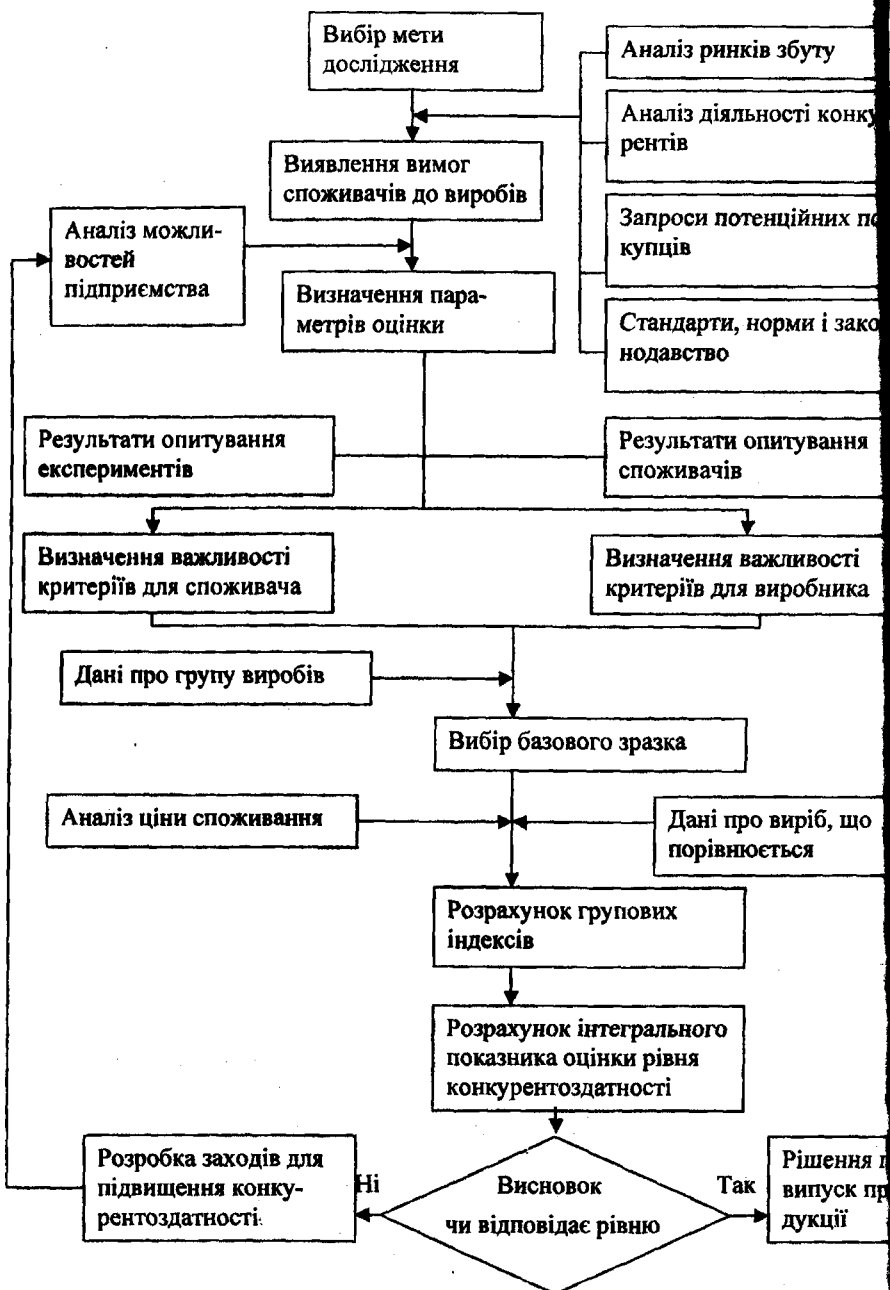


Рисунок. Схема оцінки рівня конкурентоздатності товарів легкої промисловості

Узагальнення вітчизняного та зарубіжного досвіду у вирішенні завдань щодо підвищення конкурентоздатності продукції, підприємства та економіки свідчить, що дана проблема за своєю значимістю та складністю належить до національних проблем, які повинні вирішуватися на усіх рівнях управління економікою і передусім - на державному рівні. Однак в Україні до цього часу на національному рівні будь-які спеціальні заходи з вирішення даного питання не втілюються. Відсутнім є закон, який регламентував би правові основи кроків з підвищення конкурентоздатності вітчизняної продукції та послуг на різних рівнях управління. Більше того, Україна не має не тільки спеціального закону про конкурентоздатність, а навіть концепції державної політики із забезпечення конкурентоздатності та відповідної програми уряду, які забезпечували б основні цілі, напрями, принципи, форми і методи її здійснення, а також необхідність створення відповідної законодавчої та інституційно-організаційної бази з державної підтримки рівня конкурентоздатності вітчизняної продукції (послуг).

На думку спеціалістів Інституту прогнозування НАН України, доцільним також було б створення під патронатом Президента України спеціального робочого органу (національного комітету, комісії, ради) з міжгалузевих проблем інноваційної конкурентоздатності, який би координував розробку та практичну реалізацію комплексних заходів державної політики, спрямованих на підвищення конкурентоздатності продукції вітчизняного виробництва на світовому ринку.

УКООПСІЛКА
ЛЬВІВСЬКА КОМЕРЦІЙНА АКАДЕМІЯ

ТОРГІВЛЯ, КОМЕРЦІЯ, ПІДПРИЄМНИЦТВО

*(Ринкова інфраструктура:
суть, функції та побудова)*



Львів – 2001

Торгівля, комерція, підприємництво. /Ринкова інфраструктура: суть, функції та побудова/. Збірник наукових праць. Львівська комерційна академія: - Львів: вид-во ЛКА, 2001 р. - 360 с.

Відповідно до Постанови Президії ВАК України від 11.09.97р. № 2/7 збірник включено до переліку фахових видань (економічні, товарознавчі науки).

Друкується за рішенням Вченої ради Львівської комерційної академії від 29 січня 2001 р., протокол № 5.

Редакційна комісія:

Марцин В.С., д.е.н., акад.
Башнянін Г.І., д.е.н., проф.
Апопій В.В., к.е.н., проф.
Загорський В.С., д.е.н., проф.
Дайновський Ю.А., д.е.н., проф.
Мокій А.І., д.е.н., проф.
Даниленко О.А., к.е.н., доц.
Вовчак О.Д., к.е.н., доц.
Миценко Н.Г., к.е.н., доц.

**Відповідальний за випуск проректор з наукової роботи ЛКА,
проф. Апопій В.В.**

Редакційна комісія вважає за доцільне повідомити, що не всі положення і висновки окремих авторів є безперечними. Відповідальність за достовірність інформації, поданої в матеріалах, несуть автори. Разом з тим, вважаємо можливим їх публікацію з метою обговорення.

Зміст

ПРОБЛЕМИ СТАНОВЛЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО РИНКУ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ	3
Чумак І. М. ХАРАКТЕРИСТИКА РИНКУ ТОВАРИХ РЕСУРСІВ УКРАЇНИ	3
Ткаченко Н.Б. ПРОБЛЕМИ СТАНОВЛЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО РИНКУ	4
Футало Т.В. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	5
Марциш В.С. ПОПИТ ЯК КІНЦЕВИЙ РЕЗУЛЬТАТ ДІЇ ЕКОНОМІЧНИХ ФАКТОРІВ, ЯК КРИТЕРІЙ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ	8
Яцишин С.Р. ДЕЯКІ АСПЕКТИ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ТА МЕТОДИКА ЇЇ ОЦІНКИ	15
Красько А.О. ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ - ПОКАЗНИК ПІДПРИЄМСТВА	21
Кміть В.М. ВПЛИВ РЕГУЛЮВАННЯ НАКЛАДНИХ ВИТРАТ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ	23
Боднар І.Р., Приходько Н.С. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПРОЦЕСІВ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ В КРАЇНАХ, ЩО РОЗВИВАЮТЬСЯ	26
Туранський Ю.П. ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА ЗАЙНЯТОСТІ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ	29
Даниленко О.А. БЕЗРОБІТТЯ ТА ЙОГО СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ВТРАТИ	31
Місюк Б.М. СТАНОВЛЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА МЕНЕДЖМЕНТУ В РАКУРСІ ЗМІН ЕКОНОМІЧНИХ ПОЛОЖЕНЬ	35
Степура Т.М. ДЕЯКІ ПРОБЛЕМИ СТВОРЕННЯ РОБОЧИХ МІСЦЬ У ПЕРІОД МАКРОЕКОНОМІЧНИХ ЗРУШЕНЬ	40
Куліш Н.В. НАПРЯМКИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ МОЛОДІЖНОГО РИНКУ ПРАЦІ В УМОВАХ ПЕРЕХІДНОГО ПЕРІОДУ	43
Дуда С.Т. ПІДХОДИ ДО ПОСИЛЕННЯ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ	44
Блонська В.І., Кравченко О.Д. ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНИХ КАТЕГОРІЙ СИСТЕМИ БІЗНЕСУ	47
Яремко Л.А., ГЛОБАЛЬНА КОНКУРЕНЦІЯ ЯК ФЕНОМЕН СУЧАСНОЇ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ	55