

Магистр 2 года обучения
факультета учета и аудита ХНЭУ им. С. Кузнеца

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДУКЦИИ КАК ГЛАВНАЯ КАТЕГОРИЯ, ОПРЕДЕЛЯЮЩАЯ УРОВЕНЬ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НА МАКРО- И МИКРОУРОВНЯХ

Аннотация. Исследована и актуализирована дефиниция "конкурентоспособность продукции" и определена ее главная роль среди уровней конкурентоспособности: предприятия, отрасли и страны. Проанализированы работы отечественных и зарубежных ученых при определении понятия конкурентоспособности.

Анотація. Досліджено й актуалізовано дефініцію "конкурентоспроможність продукції" та визначено її головну роль серед рівнів конкурентоспроможності: підприємства, галузі та країни. Проаналізовано роботи вітчизняних і зарубіжних вчених у ході визначення поняття конкурентоспроможності.

Annotation. The article examines and actualizes the definition of production competitiveness and defines its leading role among the levels of competitiveness: company, industry and country ones. The works of national and international authors while defining the competitiveness are analysed.

Ключевые слова: конкурентоспособность, продукция, качество, цена, отрасль, предприятие, уровень.

В современных условиях хозяйствования на мировом рынке на смену ценовой конкуренции пришла неценовая, то есть конкуренция качественного уровня продукции, а также технического. Это говорит о том, что выгодные условия для реализации продукции не у тех, кто предлагает низкие цены, а у тех, кто может предложить потребителю высококачественную продукцию. Однако при этом цена не теряет своей значимости и является влиятельным критерием для максимизации прибыли. Так как конкурентоспособность может рассматриваться как на микро-, так и на макроуровнях, важно отметить то, что именно конкурентоспособность продукции имеет самое главное значение и влияет на уровень конкурентоспособности объектов на макроуровне.

О конкурентоспособности продукции говорится уже давно и много. Об этом свидетельствуют численные теоретические исследования таких ученых, как: А. Смит, Г. Хэмел, К. Прахалад, Й. Шумпетер, М. Портер [1; 2]. Среди современных ученых можно выделить М. Кныша, Е. Кочетова, А. Юданова, Б. Губского, Л. Чайникова, О. Волкова, В. Круглов и др. [3 – 5]. Большинство из них рассматривают конкурентоспособность в единой системе (предприятия, отрасли или промышленности в целом), забывая о том, что именно конкурентоспособность (выпускаемой) изготовляемой продукции непосредственно или косвенно определяет уровень конкурентоспособности объектов более высокого уровня.

Целью проведения исследования является представление понятия конкурентоспособности продукции как основного показателя, который оказывает ключевое влияние на конкурентоспособность предприятия, отрасли и страны. Задачи исследования:

1) рассмотреть конкурентоспособность продукции как главной связывающей между объектами макро- и микроуровней;

2) проанализировать определения конкурентоспособности продукции разными учеными и вывести авторскую трактовку данного определения;

3) проанализировать взаимосвязи уровней конкурентоспособности и отобразить их связь графически.

Поскольку конкурентоспособность продукции является основным связывающим звеном между объектами более крупного масштаба, необходимо рассмотреть их более подробно. При анализе публикаций в области конкурентоспособности предприятий выявляется, что каждый автор в зависимости от целей и задач исследования, изучаемых объектов, требований субъектов рыночных отношений дает свое определение конкурентоспособности предприятия. Так, Иванова Е. А. считает, что конкурентоспособность предприятия – это необходимое условие обеспечения производства конкурентоспособной продукции, что является в современных условиях важным направлением деятельности предприятия, ориентированного на завоевание как внутреннего, так и внешнего рынка путем создания продукции, отвечающей требованиям потребителей и мировым стандартам в конкретных сегментах рынка [6]. Авторы Мазилкина Е. И., Паничкина Т. Г. считают, что конкурентоспособность организации – это относительная характеристика, отражающая степень отличия развития данной организации от конкурентов по степени удовлетворения своими товарами потребностей людей, а также возможности и динамику приспособления организации к условиям рыночной конкуренции [7].

При оценке конкурентоспособности отрасли М. Портер предлагает основываться на таких показателях: (удельный вес) доля промышленности в мировом экспорте; доля определенной отрасли или кластера в общем объеме экспорта; доля кластера в мировом экспорте. Спиридонов И. А. определяет положение конкурентоспособности отрасли как наличие у нее конкурентных преимуществ, позволяющих: во-первых, производить (с издержками не выше

интернациональных) продукцию высокого качества, удовлетворяющую требованиям конкретных групп покупателей (потребителей) к потребительской ценности товаров, их рыночной новизне и стоимости (цены), и, во-вторых, поставлять ее на рынок в оптимальные сроки, диктуемые рыночной ситуацией [8].

В своей теории М. Портер вводит понятие конкурентоспособности страны. Именно национальная конкурентоспособность, с его точки зрения, определяет успех или неуспех в конкретных отраслях производства и то место, которое страна занимает в системе мирового хозяйства. Он определяет конкурентоспособность страны как способность промышленности постоянно развиваться и производить инновации. Первоначально национальные компании добиваются конкурентного преимущества, изменяя основу, на которой они конкурируют. Удержать же им преимущество позволяет постоянное совершенствование товара так быстро, чтобы конкуренты не смогли их догнать и перегнать [9].

Проанализировав мнения авторов по поводу конкурентоспособности на уровне предприятия, отрасли и страны, можно сказать, что главной сутью является усовершенствование выпускаемой продукции и доведение ее до надлежащего уровня качества с целью удовлетворения потребностей потребителей и занятия более выгодной позиции на рынке. Таким образом, на первое место среди уровней конкурентоспособности выходит конкурентоспособность продукции, которая дает возможность объектам макро- и микроуровней достигать поставленных целей.

Поскольку в основу данной статьи легла взаимосвязь уровней конкурентоспособности, то целесообразно будет отобразить их связь графически (рисунок).



Рис. Взаимосвязь уровней конкурентоспособности

Рассмотрев подробно определения конкурентоспособности на уровне предприятия, отрасли и страны, можно дать определение конкурентоспособности продукции от разных авторов, и в итоге дать собственную трактовку данному определению (таблица).

Таблица

Определение понятия "конкурентоспособность продукции"

Автор	Определение
Феронова А. В. [10]	Конкурентоспособность продукции – это характеристика товара, отражающая его отличие от товара-конкурента по затратам на ее удовлетворение и по степени соответствия конкретной потребности
Дулисова И. Л. [11]	Конкурентоспособность продукции – это свойство товара, характеризующего степень удовлетворения конкретной потребности по сравнению с лучшими аналогичными товарами
Сафронов Н. А. [12]	Конкурентоспособность товара – это совокупность свойств, которые представляют несомненный интерес для определенной группы покупателей и обеспечивают удовлетворение данной потребности
Рудницкая Н. А. [13]	Конкурентоспособность продукции – это способность продукции отвечать требованиям рынка
Дусаева Е. М. [14]	Конкурентоспособность продукции – это многогранное и многоаспектное понятие. Оно выражает соответствие товара условиям рынка, удовлетворение требованиям потребителей, отражает продуктивность ресурсов и развивает систему ценностей общества
Матвийчук М. Д.	Конкурентоспособность продукции – это главная категория, определяющая конкурентоспособность на разных уровнях, а также набор качественных и технических свойств, для завоевания более выгодной конкурентной позиции на рынке

Преимуществом данных определений является то, что в них указано основное свойство продукции – качество, которое обязательно должно соответствовать требованиям рынка для опережения конкурентов. Но не указано важность влияния данной категории на рассматриваемые уровни конкурентоспособности, а также результаты ее влияния на развитие данных уровней, что и является их недостатком.

Рассмотрение конкурентоспособности продукции на уровне предприятия, отрасли и страны, а также влияние лидирующего положения конкурентоспособности продукции позволило разработать в этой иерархии комплекс рекомендаций по повышению ее уровня. Менеджменту предприятия необходимо постоянно следить за изменениями на рынке и вовремя реагировать на возникающие потребности потребителей путем модернизации продукции, возможно изменения технологии производства. Немаловажную роль играет изучение конкурентов с целью опережения их и занятия более выгодных конкурентных позиций. Также необходимо помнить о маркетинговой политике и проводить рекламные акции для узнаваемости товарного бренда своей продукции. Кроме качества, потребители обращают также внимание на скидки и цены на продукцию, поэтому необходимо следить также за ценовой политикой на предприятии и проявлять максимальную гибкость при установлении цен на продукцию. Для увеличения продаж имеют значение и каналы ее сбыта, их увеличение может повлиять на рост продаж, а также занять большую долю рынка, нежели конкуренты. Предприятию необходимо применять данные рекомендации в комплексе, с целью достижения поставленных им целей.

В качестве перспектив дальнейших исследований вопроса о конкурентоспособности продукции можно предложить более углубленное изучение воздействующих факторов на конкурентоспособность и уделение большего внимания на те из них, которые оказывают негативное влияние, и разработку мероприятий по устранению данных факторов, либо созданию таких условий, при которых они оказывали бы минимальное влияние на уровень конкурентоспособности.

Научн. рук. Иващенко А. А.

Литература: 1. Хэмел Г. Стратегическая гибкость / Г. Хэмел, К. Прахалад ; пер. с англ. – СПб. : Питер, 2007. 2. Портер М. Стратегия конкуренции / М. Портер ; [пер. с англ. А. Олейник, Р. Скалский]. – К. : ОСНОВЫ, 2008. – 390 с. 3. Юданов А. Ю. Конкуренция: теория и практика : [учебн.-практ. пособ.] / А. Ю. Юданов. – [2-е изд]. – М. : Ассоциация авторов и издателей "Тандем". – 384 с. 4. Чайникова Л. Н. Конкурентоспособность предприятия : [учебн. пособ.] / Л. Н. Чайникова, В. Н. Чайников. – Тамбов : Изд. Тамб. гос. техн. ун-та. 2007. – 192 с. 5. Круглов В. В. Конкуренция : учебн. пособ. / В. В. Круглов. – М. : ТК Велби ; Изд. Проспект, 2007. 6. Иванова Е. А. Оценка конкурентоспособности предприятия : учебн. пособ. / Е. А. Иванова. – Ростов н/Д : Феникс, 2008. 7. Мазилкина Е. И. Управление конкурентоспособностью / Е. И. Мазилкина. – М. : ОмегаЛ, 2007. 8. Власенко А. А. Методология оценки конкурентоспособности отрасли [Электронный ресурс] / А. А. Власенко. – Режим доступа : http://www.rusnauka.com/29_DWS_2009/Economics/53408.doc.htm. 9. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер ; пер. с англ. ; под. ред. В. Д. Щетинина. – М. : Международные отношения, 2007. – 463 с. 10. Феровна А. В. Методические подходы конкурентоспособности продукции / А. В. Феровна, В. И. Бородаенко // Молодой ученый. – 2011. – № 10. Т. 1. – С. 170–175. 11. Дулисова И. Л. Конкурентоспособность фирмы и конкурентоспособность товара [Электронный ресурс] / И. Л. Дулисова. – Режим доступа : <http://www.marketing.spb.ru/read/essai/6.htm?printversion>. 12. Сафронов Н. А. Экономика предприятия [Электронный ресурс] / Н. А. Сафонов. – Режим доступа : <http://books.efaculty.kiev.ua/ekpd/1/15/>. 13. Рудницкая Н. А. Конкурентоспособность товаров и потребительская культура [Электронный ресурс] / Н. А. Рудницкая. – Режим доступа : http://www.lib.csu.ru/vch/7/2003_01/006.pdf. 14. Дусаева Е. М. Система управления конкурентоспособностью продукции аграрного сектора [Электронный ресурс] / Е. М. Дусаева. – Режим доступа : http://vestnik.osu.ru/2004_1/15.pdf.