

МЕХАНІЗМИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

УДК 351.82:338.242

DOI <https://doi.org/10.32840/pdu.3-2.17>

О. І. Апостол

здобувач Навчально-науково-виробничого центру
Національного університету цивільного захисту України

МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВАРУ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ЯК КЛЮЧОВОЇ СКЛАДОВОЇ ЧАСТИНИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЕКОНОМІКИ ДЕРЖАВИ

У роботі систематизовано методи оцінки конкурентоспроможності товару на міжнародному ринку як ключової складової частини конкурентоспроможності економіки держави. Зокрема, виділено ключові параметри конкурентоспроможності товарів на зовнішньому ринку. Зокрема, це – технічний рівень товару, що характеризує ступінь використання останніх світових науково-технічних досягнень під час розроблення конструкції і технології виготовлення; відповідність товару вимогам і стандартам країн і фірм покупців, міжнародним і національним стандартам та ін. параметрам, що враховують специфічність ринку, кліматичні умови, в яких відбувається використання продукції; ціна та умови платежу, наприклад, надання кредиту, розстрочки, розмір первинного і подальших внесків, ціна споживання товару. Виокремлено підходи до оцінки конкурентоспроможності товару на зовнішньому ринку. Зокрема, перший із них полягає в оцінці конкурентоспроможності товару на зовнішньому ринку, що проводиться на основі зіставлення її з подібними аналогами – конкурентами, які отримали визнання на ринку і володіють у даний період часу найбільш високою конкурентоспроможністю. Друга методика передбачає розрахунок зведеного показника за всією масою нормативних параметрів через добуток одиничних показників по кожному з них. Окреслено особливості оцінки конкурентоспроможності товарів на зовнішньому ринку за нормативними, технічними та економічними показниками. Підкреслено, що у випадку з оцінкою конкурентоспроможності за технічними й економічними параметрами це можна виразити як відношення величини технічного (економічного) параметра товару до величини того ж параметра базового товару – кращого реального світового аналога, доступного на даному ринку. Визначено напрями оцінки конкурентоспроможності товару на міжнародному ринку: маркетинговий підхід, побудований на споживчій цінності об'єкта за технічними показниками конкурентоспроможності; технічний підхід, побудований на «корисному ефекті» від об'єкта.

Ключові слова: конкурентоспроможність товару, міжнародний ринок, конкурентоспроможність економіки, держава, підходи до оцінки конкурентоспроможності.

Постановка проблеми. У даний час відсутні загальноприйняті стандартні методи оцінки конкурентоспроможності різних об'єктів, а також уніфіковані методи управління факторами конкурентної переваги. Проте відомо, що існуюча типова схема оцінки конкурентоспромож-

ності товару починається з вибору параметрів – критеріїв, за якими споживач оцінює товар, і закінчується формуванням вимог для кожного параметру.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Конкурентоспроможність економіки держави на загальносвітовому рівні неодноразово викликала інтерес вчених і практиків, зокрема, таких, як:

Брюховецька Н.Є. [1], Сментина Н.В. [3], Турило О.О. [4] та ін.

Однак розгляд конкурентоспроможності товару як ключової складової частини конкурентоспроможності державної економіки на рівні світового ринку все ще потребує подальшого доопрацювання.

Мета статті. Приймаючи до уваги обґрунтовану актуальність даної теми дослідження, метою роботи є систематизація методів оцінки конкурентоспроможності товару на міжнародному ринку як ключової складової частини конкурентоспроможності економіки держави.

Для досягнення поставленої мети в роботі необхідно вирішити такі завдання:

1) виділити ключові параметри конкурентоспроможності товарів на зовнішньому ринку;

2) виокремити підходи до оцінки конкурентоспроможності товару на зовнішньому ринку;

3) окреслити особливості оцінки конкурентоспроможності товарів на зовнішньому ринку за нормативними, технічними та економічними показниками;

4) визначити напрями оцінки конкурентоспроможності товару на міжнародному ринку.

Виклад основного матеріалу. Існують різні класифікації параметрів конкурентоспроможності, що підлягають оцінці. Так, зустрічається поділ параметрів на економічні, технічні та нормативні.

Оцінюючи конкурентоспроможність товарів на зовнішньому ринку, прийнято виділяти такі параметри, що характеризують:

1) технічний рівень якості;

2) якість виготовлення;

3) досягнутий рівень якості в експлуатації.

При цьому слід зазначити, що компонент 3 у даній моделі є результуючим двох перших [2; 4].

Показники конкурентоспроможності товарів та порядок її оцінки були визначені нормативно галузевими стандартами у 80-ті роки і широко застосовувалися під час оцінки експортної продукції.

Нормативно конкурентоспроможністю всякого товару, що надходить на ринок, називається здатність товару відповідати вимогам даного ринку, включаючи еконо-

мічні, в даний період часу. До визначення конкурентоспроможності можна підійти, якщо використовувати відношення сумарного корисного ефекту від застосування товару до його ціни на конкретному ринку. Однак для покупця важливі не тільки витрати під час придбання товару, але і витрати, що виникають у процесі його споживання, які за багатьма видами виробів істотно перевищують його продажну ціну.

Показниками конкурентоспроможності товару на зовнішньому ринку є такі:

1) технічний рівень товару, що характеризує ступінь використання останніх світових науково-технічних досягнень під час розроблення конструкції і технології виготовлення;

2) відповідність товару вимогам і стандартам країн і фірм покупців, міжнародним і національним стандартам та ін. параметрам, що враховують специфічність ринку, кліматичні умови, в яких відбувається використання продукції;

3) ціна та умови платежу, наприклад, надання кредиту, розстрочки, розмір первинного і подальших внесків, ціна споживання товару [1; 3].

Оцінка конкурентоспроможності товару на зовнішньому ринку проводиться на основі зіставлення її з подібними аналогами – конкурентами, які отримали визнання на ринку і володіють у даний період часу найбільш високою конкурентоспроможністю. Для оцінки конкурентоспроможності в даний час запропонована модель, яка відповідає нормативній методиці.

У зазначеній моделі обрані технічні та нормативні показники методом експертних оцінок ранжуються за ступенем значущості та важливості для споживача, після чого для кожного з них встановлюються відповідні коефіцієнти значущості.

Зокрема, що стосується нормативних показників конкурентоспроможності, то в даному випадку ступінь відповідності вимогам нормативно-технічної документації фактичних значень показників якості товару до початку його експлуатації або споживання називається рівнем якості виготовлення.

Для визначення рівня якості виготовлення товару застосовують коефіцієнти дефектності, які являють собою

характеристику середніх витрат, пов'язаних із наявністю дефектів, які виражені у гривнях або в умовних одиницях – балах, що приходяться на одиницю товару [2; 3].

Існує інша методика визначення нормативних показників. Вважається, що якщо хоча б один із нормативних параметрів виробу не відповідає рівню, визначеному чинними нормами і стандартами, то він є конкурентоспроможним незалежно від результату порівняння за іншими параметрами. Методично це забезпечується введенням показника, який приймає лише два значення: 1 або 0. Якщо виріб відповідає нормам, то цей показник дорівнює одиниці, якщо не відповідає, то він дорівнює нулю. Зведений показник за всією масою нормативних параметрів являє собою добуток одиничних показників по кожному з них. Проте ця методика не враховує, що практично бездефектну продукцію випускають тільки кращі японські виробники. Рівень якості української продукції не дозволяє користуватися цією методикою, тому що якщо до вибірки потрапляє виріб хоча б з одним дефектом за однієї з вимог, то зведений показник, який представляє собою відношення одиничних показників, завжди буде дорівнювати нулю [2; 4].

Відносно технічних показників конкурентоспроможності необхідно зазначити таке. Для того щоб задовольняти певну потребу, товар повинен володіти набором властивостей, кожна з яких виконує функцію задоволення одного з елементів потреби. За величиною технічного параметра споживач оцінює, наскільки властивість товару задовольняє відповідний елемент потреби. Це можна виразити як відношення величини технічного параметра товару до величини того ж параметра базового товару – кращого реального світового аналога, доступного на даному ринку.

Що стосується економічних показників конкурентоспроможності, то в даному випадку присутні такі особливості. Оцінюючи товари, пропонувані на ринку, покупець не тільки зіставляє їхні споживчі якості, але і враховує величину витрат, які виникнуть у нього у зв'язку з придбанням та використанням цих товарів. Прагнучи добитися оптимального співвідношення рівня споживчих властивостей

товару і своїх витрат, покупець вибирає той виріб, за яким досягається максимум корисного ефекту на одиницю витрат.

Підхід до оцінки економічних параметрів товару багато в чому схожий з оцінкою за технічними параметрами. Особливість полягає в тому, що порівняння всіх економічних параметрів відбувається на вартісній основі. Для знаходження рівня конкурентоспроможності за економічними параметрами необхідно провести зіставлення цін придбання та споживання аналізованого товару і базового зразка [1; 3].

Підводячи підсумок, можна виділити три підходи до оцінки конкурентоспроможності:

- маркетинговий підхід, побудований на споживчій цінності об'єкта за технічними показниками конкурентоспроможності;
- технічний підхід, побудований на «корисному ефекті» від об'єкта.

При цьому у випадку економічного підходу оцінка повинна бути побудована як відношення очікуваного економічного ефекту до собівартості об'єкта. Такий підхід може використовувати промислове підприємство під час планування виробничої програми за асортиментом продукції.

Слід відзначити, що можливі чотири види розрахунку економічного ефекту в залежності від заходів із підвищення конкурентоспроможності:

- зміна параметрів якості;
- застосування інших матеріалів;
- застосування іншого технологічного процесу;
- застосування інших знарядь праці [1; 2].

Висновки і пропозиції. У цілому, проведене дослідження забезпечило отримання таких результатів.

1. Виділено ключові параметри конкурентоспроможності товарів на зовнішньому ринку. Зокрема, це – технічний рівень товару, що характеризує ступінь використання останніх світових науково-технічних досягнень під час розроблення конструкції і технології виготовлення; відповідність товару вимогам і стандартам країн і фірм покупців, міжнародним і національним стандартам та ін. параметрам, що враховують специфічність ринку, кліматичні умови, в яких відбувається використання продукції; ціна та умови

платежу, наприклад, надання кредиту, розстрочки, розмір первинного і подальших внесків, ціна споживання товару.

2. Виокремлено підходи до оцінки конкурентоспроможності товару на зовнішньому ринку. Зокрема, перший із них полягає в оцінці конкурентоспроможності товару на зовнішньому ринку, що проводиться на основі зіставлення її з подібними аналогами – конкурентами, які отримали визнання на ринку і володіють у даний період часу найбільш високою конкурентоспроможністю. Друга методика передбачає розрахунок зведеного показника по всій масі нормативних параметрів через добуток одиничних показників по кожному з них.

3. Окреслено особливості оцінки конкурентоспроможності товарів на зовнішньому ринку за нормативними, технічними та економічними показниками. Підкреслено, що у випадку з оцінкою конкурентоспроможності за технічними й економічними параметрами це можна виразити як відношення величини технічного (економічного) параметра товару до величини того ж параметра базового товару – кращого реального світового аналога, доступного на даному ринку.

4. Визначено напрями оцінки конкурентоспроможності товару на міжнародному ринку: маркетинговий підхід, побудований на споживчій цінності об'єкта за технічними показниками конкурентоспроможності; технічний підхід, побудований на «корисному ефекті» від об'єкта.

Список використаної літератури:

1. Брюховецкая Н.Е. Конкуренция и соревнование в условиях инновационного развития предприятий. *Вісник економічної науки України*. № 1. 2017. С. 7-15.
2. Вишнякова А.М. Еколого-економічні проблеми раціонального використання територій (на прикладі приморських територій) : автореф. дис. ... канд. екон. наук. Київ, 2004. С. 7.
3. Сментина Н.В. Особливості методології стратегічного планування в системі державного управління соціально-економічним розвитком територій. *Вісник Сумського державного університету*. 2013. № 4. С. 67-80. (Серія : «Економіка»).
4. Турило А.А. Основи управління інноваційним розвитком підприємства : монографія. Кривий Ріг : Вид. Р.А. Козлов, 2017. 307 с.

Apostol O. The methods of assessing of the competitiveness of goods on the international market as a key component of the state economy competitiveness

The work systematizes methods of assessing of the competitiveness of goods on the international market as a key component of the competitiveness of the state economy. In particular, the key parameters of competitiveness of goods in the external market are identified. In particular, it is a technical level of goods, characterizing the degree of use of the latest world scientific and technical achievements in the development of design and manufacturing technology; conformity of the goods to the requirements and standards of the countries and firms of buyers, international and national standards, etc., taking into account the specificity of the market, climatic conditions in which the products are used; price and payment terms, such as credit, installments, initial and subsequent contributions, consumption price. The approaches to assessing of the competitiveness of goods on the external market have are allocated. In particular, the first one is to assess the competitiveness of the product on the external market by comparing it with similar analogues – competitors who have gained recognition on the market and have the highest competitiveness at this time. The second method involves calculation of a summary indicator for the whole mass of normative parameters through the product of unit indicators for each of them. The peculiarities of evaluation of competitiveness of goods on the foreign market according to normative, technical and economic indicators are defined. It is shown that in the case of the evaluation of competitiveness by technical and economic parameters this indicator can be expressed as a ratio of the value of the technical (economic) parameter of the commodity to the value of the same parameter of the basic commodity – the best real world analogue available on the market. The following directions of evaluation of the competitiveness of goods on the international market are defined: marketing approach, built on the consumer value of the object according to technical indicators of competitiveness; technical approach built on a "useful effect" from the object.

Key words: competitiveness of goods, international market, competitiveness of economy, state, approaches to evaluation of competitiveness.