

УДК 332.004: 137.2

В. І. Чорнодон,

к. е. н., Вінницький інститут економіки

Тернопільського національного економічного університету

А. Т. Гурко,

Бережанський агротехнічний інститут

Національного університету біоресурсів і природокористування України

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНОЇ ПРОДУКЦІЇ

У роботі обґрунтовано напрями підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції в умовах глобалізації, обґрунтовано шляхи їх реалізації, розглянуто заходи щодо забезпечення стабільного рівня якості й конкурентоспроможності продукції, формування та реалізації конкурентної стратегії, визначено фактори впливу на конкурентоспроможність продукції в сучасних умовах господарювання.

In this work directions on improvement of competitiveness of a domestic production in the conditions of globalisation are defined, is proved ways of their realisation, measures on maintenance of a stable degree of quality and competitiveness of production, formation and realisation of strategy of competitiveness, a measure of improvement of competitiveness of a domestic production in the conditions of contemporary are considered.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність продукції, ефективність, науково-технічний прогрес, інновації, якість, глобалізація.

Key words: a competition, competition of production, efficiency, scientific and technical progress, innovations, quality, globalization.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Зміни щодо впорядкування економічних систем держав, підвищенням вимог до якості продукції, посилення конкуренції зумовили необхідність розробки механізму підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції, що є особливо актуальним, зважаючи на глобальні світові трансформації.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Нині увага як теоретиків, так і практиків зосереджена на теоретичному осмисленні та розробленні практичних узагальнень і висновків щодо майбутньої парадигми розвитку глобальної системи. В економічній науці питанням конкурентоспроможності продукції присвячені роботи таких зарубіжних та вітчизняних вчених: Ф. Котлера, Й. Шумпетера, М. Портера, Ф. Фатхутинова, І. Герчикова, В. Гринчуцького, К. Рахлина, Й. Петровича, А. Катаєва, Ш. Магомедова, Г. Беспаловой, М. Вачевського та ін. Втім, незважаючи на вагомий розробки в даній сфері, потребує вирішення питання обґрунтування організаційно-економічних чинників підвищення конкурентоспро-

можності вітчизняної продукції, основних форм, методів регулювання і взаємодії елементів господарської системи.

Методи дослідження. Теоретичною і методологічною основою дослідження є діалектичний метод пізнання та системний підхід до вивчення економічних аспектів конкуренції та забезпечення конкурентоспроможності товаровиробників, наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених на основі застосування абстрактно-логічного, монографічного, порівняння та ін.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Систематизація накопиченого досвіду та особливості прояву глобалізаційного процесу зумовлюють потребу визначення напрямів підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції та обґрунтування шляхів їх реалізації. Основними завданнями дослідження є:

— визначити напрями підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції в умовах глобалізації;

— розробити заходи зі забезпечення стабілізації рівня якості й конкурентоспроможності продукції;

— обґрунтувати механізм формування та реалізації конкурентної стратегії.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Конкурентоспроможність визначається технічним рівнем товару; рівнем маркетингу та рекламно-інформаційного забезпечення; відповідністю вимогам споживача, технічним вимогам і стандартам; організацією сервісу, гарантійного забезпечення, підготовки персоналу; термінами постачання, ціновими та якісними параметрами продукції. Властивість товару, послуги та будь-якого суб'єкта ринкових відносин мати конкурентні переваги на ринку перед наявними там аналогічними товарами, послугами або конкуруючими суб'єктами розкриває сутність категорії "конкурентоспроможність" [1, с. 175].

Серед показників, що визначають конкурентоспроможність продукції, найбільш вагома роль належить її якості. Якісні характеристики продукції стосуються властивостей щодо ступеня спроможності задоволення потреб споживачів. Якість — сукупність технічних, економічних, експлуатаційних, соціальних та інших властивостей речей і процесів, які характеризують її корисність, один з головних показників ефективності виробництва, науково-технічного, економічного і соціального прогресу [2, с. 366].

Найбільш повною мірою взаємозв'язок якості продукції та ефективності виробничої діяльності досліджується в системі (рис. 1).

До напрямів підвищення якості продукції в умовах формування глобалізаційного середовища відносяться:

- удосконалення виробничих процесів за рахунок збільшення витрат на оновлення технологій виробництва, які відповідають міжнародним стандартам;
- оптимізація структури закупівельної діяльності через формування достатнього рівня запасів сировини та матеріалів;
- формування інформаційного середовища на основі сучасних телекомунікаційних мереж та систем програмного забезпечення;
- налагодження збутової діяльності, шляхом створення ефективної системи маркетингу;
- впровадження інноваційних розробок на всіх етапах виробничої діяльності з обґрунтуванням їх доцільності;
- створення дієвої системи інвестиційного забезпечення;
- формування системи знань, кадрового потенціалу, інтересів працівників та керівництва в зацікавленості до підвищення ефективності виробництва та якості продукції.

Розвиток глобалізованого середовища потребує вдосконалення продукції, що виготовляється вітчизняними товаровиробниками; пошуку нових каналів збуту, підвищення системи сервісного обслуговування, розробки нових рекламних продуктів.

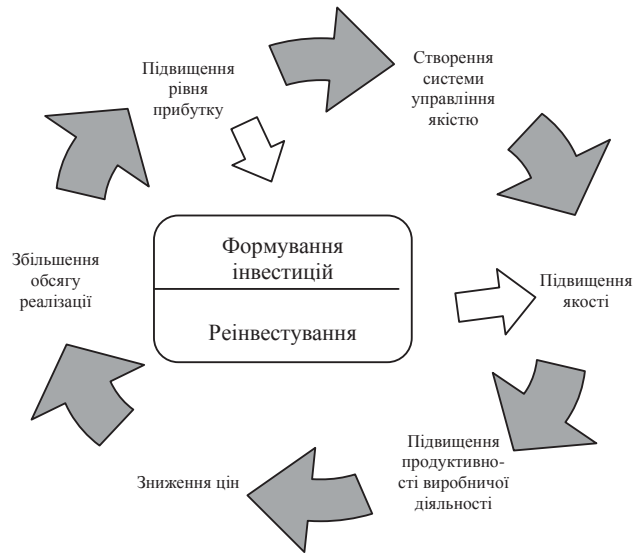


Рис. 1. Система взаємозв'язку якості продукції та ефективності виробничої діяльності

Для забезпечення стабільного рівня якості і конкурентоспроможності продукції необхідно реалізувати наступні заходи:

- проведення аналізу відповідності продукції вимогам міжнародних стандартів;
- оцінка технічного рівня і конкурентоспроможності порівняно з іноземними аналогами;
- проведення аналізу відповідності продукції Європейським нормам і вимогам Директив ЄС;
- створення на підприємстві системи екологічного управління у відповідності з вимогами міжнародних стандартів;
- впровадження і сертифікація системи управління якістю продукції.

З метою ефективного проведення запропонованих заходів слід розробити багаторівневу конкурентну стратегію. Саме конкуренція виступає об'єктивним економічним законом розвинутого товарного виробництва, дія якого є для товаровиробників зовнішньою примусовою силою до підвищення продуктивності праці на підприємствах, збільшення масштабів виробництва, прискорення НТП, впровадження нових форм організації виробництва, форм і систем заробітної плати тощо.

Формування та реалізація конкурентної стратегії відбувається під впливом певних чинників та визначається наступними етапами проведення (рис. 2).

Забезпечення конкурентних переваг можливе шляхом вдосконалення продукції на базі застосування нових технологій її виготовлення, що часто зумовлює появу на ринку нового продукту. Згідно з теорією Й. Шумпетера, нове, як правило, не виростає зі старого, а з'являється поряд із ним, витісняє його і змінює все, що зумовлює необхідність у структурній перебудові. Подальший розвиток — це не продовження попереднього, а новий виток, породжений іншими умовами і почасти іншими людьми [3].

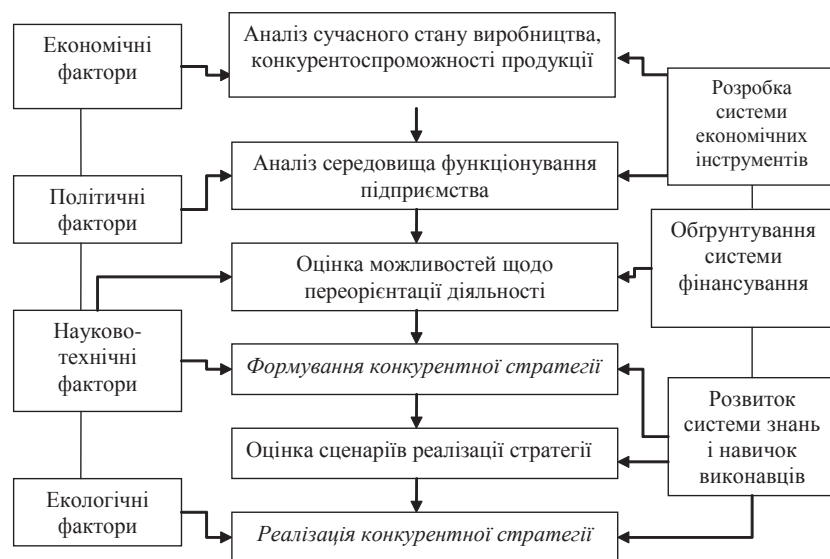


Рис. 2. Система формування та реалізації конкурентної стратегії підприємства

Однією з основних умов виробництва конкурентоспроможної продукції і чинником ефективного функціонування підприємств є інноваційна діяльність, яка здійснюється через розробку і реалізацію заходів, що можуть принципово відрізнитись між собою з точки зору їх впливу на кінцеві результати діяльності національної господарської системи.

Особливе значення при аналізі та оцінці конкурентоспроможності нової продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках має ступінь її інноваційності й наявних можливостей щодо подальшого вдосконалення з врахування кон'юнктури, що постійно змінюється на світовому ринку під впливом науково-технічного прогресу і постійно зростаючих вимог споживачів до якісних показників продукції. Конкурентоспроможність новації трактується як переважання техніко-експлуатаційних та економічних параметрів новації порівняно з продуктами-аналогами на даному сегменті ринку [4, с. 392].

Значний вплив на виробництво конкурентоспроможної продукції в сучасних умовах господарювання чинять наступні складові:

- організація ефективної співпраці підприємств виробничої сфери з науково-дослідними установами та організаціями;
- наявність на підприємстві, що виробляє інноваційну продукцію, науково-дослідного підрозділу, який забезпечує реалізацію його НДДКР та сприяє вдосконаленню продукції з врахуванням зростаючих вимог ринку;
- забезпечення виробничого процесу необхідними ресурсами, створення необхідної матеріально-технічної і технологічної бази;
- рівень професійної підготовки інженерно-технічних кадрів, що здійснюють виробництво інноваційної продукції;
- формування дієвої системи управління та

організації виробничого процесу;
— організація маркетингових досліджень комерційних перспектив виробництва нової продукції.

Система управління конкурентоспроможністю продукції має базуватись на таких принципах: орієнтації виробництва на ринкову кон'юнктуру, забезпечення реалізації визначеної стратегії розвитку, системність та поетапність здійснення, оптимізації використання ресурсів, спрямованість на кінцевий результат.

Рівень конкурентоспроможності використання ресурсів визначається багатьма факторами, які можна розподілити на такі групи: управлінські, виробничі, інвестиційні, інноваційні.

З метою економічного обґрунтування інноваційних проектів важливо провести комплексну оцінку конкурентоспроможності запланованої до випуску інноваційної продукції на внутрішньому та зовнішньому ринку інновацій і визначити кінцевий економічний ефект, який може бути отриманий в результаті її реалізації.

Спрямованість на нововведення є одним із основних шляхів забезпечення конкурентного стилю господарювання. Але за сучасних умов вітчизняним підприємствам на шляху розвитку перешкоджають фінансові труднощі та недоліки в економічній політиці, що ускладнює зміцнення конкурентних позицій на світових продовольчих ринках.

Управління діяльністю щодо забезпечення конкурентного стилю господарювання підприємств слід здійснювати шляхом:

- науково обґрунтованого прогнозування щодо можливостей появи тих чи інших результатів;
- формування основних напрямів діяльності у відповідності з встановленими цілями розвитку;
- розробки системи ресурсного забезпечення виробництва;
- забезпечення виконання планових завдань з метою реалізації прийнятої стратегії розвитку;
- розробки заходів, які стимулюють усіх учасників виробничої системи до виконання поставлених завдань;
- узгодження дій працівників підприємства, тобто координація їхніх дій відповідно до плану діяльності;
- виконання установлених планових завдань, які направлені на досягнення прийнятих цілей розвитку.

Для прийняття ефективних управлінських рішень керівництво підприємства повинно врахувати закони і закономірності розвитку навколишнього середовища та сформулювати чітку систему принципів і методів управління розробкою та ре-

алізацією перетворень для формування цілісного механізму конкурентоспроможності.

Шляхи формування глобалізованих систем передбачають використання двох механізмів: 1) вироблення універсальних моделей розвитку, реалізація яких дає змогу уніфікувати систему взаємозв'язків між економічними суб'єктами і впровадити міжнародні стандарти на всіх рівнях та у всіх підсистемах; 2) процес взаємопроникнення, об'єднання двох і більше систем у результаті гармонізації відносин та інтересів. Взаємодія протилежних за спрямованістю тенденцій звільняє необхідний для розвитку і трансформацій економіки потенціал, який інтенсифікує розвиток на вищому рівні [5, с. 121—122].

У сучасних умовах росту інтернаціоналізації виробництва, підвищення відкритості національних економік, розвитку міжнародної економічної інтеграції, поглиблення всього спектра глобалізаційних процесів ніхто не стане заперечувати існування стійкої тенденції до посилення конкуренції. Міжнародна конкуренція, глобалізація ринків, масштабне проникнення на вітчизняний ринок іноземних товарів переводять проблему забезпечення конкурентоспроможності підприємства в розряд пріоритетних завдань, успішне вирішення яких забезпечить виживання та розвиток суб'єктів господарювання в новому середовищі [6, с. 250].

Формування обсягу виробництва і реалізації продукції в сучасних умовах має певні особливості, які полягають в наступному:

- плани виробництва і реалізації продукції орієнтуються на ринкові потреби конкретних споживачів, на своєчасне і якісне виконання договірних зобов'язань;

- в основі лежить договір на поставку продукції, при цьому підприємство самостійно вибирає постачальників, споживачів, встановлює ціни;

- у поточних і оперативних планах повинні коригуватись показники плану виробництва і реалізації продукції з врахуванням змін у поставках сировини, фінансових можливостях покупців;

- пріоритетними для підприємства стають натуральні показники і показники якості продукції, саме вони відображають ступінь задоволення ринкових потреб з кількісного і якісного боку;

- необхідно враховувати можливості підприємства, його забезпечення різними видами ресурсів та виробничими потужностями;

- визначення обсягів виробництва та реалізації продукції повинно бути багатоваріантним і забезпечувати вибір оптимального плану, виконання якого дасть можливість одержати високий прибуток [7, с. 213].

Прояв внутрішніх факторів безпосередньо залежить від діяльності підприємств, системи ресурсного забезпечення, характеру організації системи стратегічного управління, системи загального менеджменту тощо. Тобто ці фактори характеризують умови внутрішнього середовища підприємства з точки зору його конкурентоспроможності, ефективність адаптації підприємства до умов зов-

нішнього середовища. Саме ця група факторів є найбільш значимою для забезпечення стійких конкурентних позицій на ринку.

Сфера діяльності підприємства формує зовнішні фактори, які зумовлюються середовищем функціонування, що є неоднорідними за джерелами свого походження, оскільки виступають проявом систем різного рівня, і поділяються, в свою чергу, на групи: галузеві — визначаються функціонуванням галузі (механізми внутрішньогалузевого регулювання, методи та рівень внутрішньогалузевої конкуренції, стан попиту тощо); макроекономічні, тобто фактори, що відображають умови функціонування національних економік; фактори розвитку світової економіки.

ВИСНОВКИ

Забезпечення конкурентоспроможності вітчизняної продукції є важливим аспектом входження в глобальну економічну систему, враховуючи об'єктивно більш вигідне розміщення збутових мереж, можливість спільної розробки та використання новітніх технологій виробництва продукції, освоєння нових підходів до просування та реалізації продукції. За таких умов особлива увага при здійсненні управлінської діяльності має бути приділена саме аспектам підвищення конкурентоспроможності продукції, що виготовляється, з позицій якісних та кількісних вимірників, з метою більш повного задоволення споживчого попиту. До основних факторів підвищення конкурентоспроможності продукції у сучасних умовах господарювання слід віднести: підвищення інноваційної активності підприємств; оновлення та модернізацію засобів виробництва; формування системи їх інвестиційного забезпечення; вдосконалення технологічної і соціальної інфраструктури.

Література:

1. Економіка: від А до Я: Понятійно-термінол. слов. / О.В. Куроченко, М.А. Копнов, В.П. Сладкевич та ін. — К.: ДП "Видавничий дім "Персонал", 2008. — 368 с.
2. Економічний словник-довідник: [за ред. С.В. Мочерного]. — К.: Феміна, 1995. — 368 с.
3. Шумпетер И. Теория экономического развития / Шумпетер И. — М.: Прогрес, 1982. — 453 с.
4. Йохна М.А. Економіка і організація інноваційної діяльності / М.А. Йохна, В.В. Стадник — К.: Видавничий центр "Академія", 2005. — 400 с.
5. Економічні проблеми ХХІ століття: міжнародний та український виміри [за ред. С.І. Юрія, Є.В. Савельєва]. — К.: Знання, 2007. — 595 с.
6. Гринчуцький В.І. Теоретичний аналіз деяких аспектів забезпечення конкурентоспроможності підприємства / В.І. Гринчуцький / Науковий вісник Буковинської державної фінансової академії: Збірник наукових праць. Вип. 4 (13): Економічні науки. — Чернівці, БДФА, 2008. — С. 250 — 257.
7. Кривов'язюк І.В. Підприємство в умовах ринку / І.В. Кривов'язюк / — К.: КОНДОР, 2009. — 840 с.

Стаття надійшла до редакції 25.08.2010 р.