

Повышение конкурентоспособности продукции: проблемы определения эффективности

Литвинова В. А.

Введение. В настоящее время вопросам повышения конкурентоспособности продукции посвящено множество как чисто теоретических работ, так и работ, носящих практическую направленность. Однако за пределами внимания многочисленных исследователей категории остается один немаловажный, на наш взгляд, аспект, а именно оценка эффективности повышения конкурентоспособности продукции. Определение эффективности повышения конкурентоспособности продукции не только решает вопрос о целесообразности разработанных направлений повышения, оно позволяет ставить вопрос о возможном наличии других, альтернативных и может быть более целесообразных путей достижения поставленной цели.

Целью работы является анализ современных подходов к оценке эффективности повышения конкурентоспособности продукции и определение основных тенденций развития научной мысли.

Эффективность является одной из ключевых категорий, как экономической науки, так и хозяйственной практики. Вопросы эффективности затрагивают все сферы деятельности и интересов человека. Существует эффективность производства, труда, финансовой и инвестиционной деятельности, эффективность воспитания, лечения, образования, управления (причем не обязательно экономического). В общем эффективностью обладает любой процесс, ориентированный на достижение какой либо цели (не являющийся самоцелью).

Повышение конкурентоспособности продукции как процесс, может и должен быть рассмотрен с позиции эффективности. Но прежде, чем сформулировать свою точку зрения на этот вопрос, рассмотрим, как решались

проблемы эффективности повышения конкурентоспособности продукции в современной отечественной науке.

Проведенный анализ работ, посвященных проблемам конкурентоспособности продукции, позволил нам выделить несколько подходов к выше обозначенной проблеме.

Первый подход собрал в себе группу авторов, которые полагают, что каким бы ни было повышение конкурентоспособности продукции, оно уже само по себе является положительным результатом, и не требует никаких дополнительных обоснований. На первое место в этих работах выносятся методология оценки конкурентоспособности продукции, как источник определения резервов возможного ее повышения. Причем, последние носят общий рекомендательный характер.

Так в работе Конинского Н.П. в основу определений конкурентоспособности продукции положена маркетинговая составляющая, на основании которой и определяется интегральный показатель конкурентоспособности [1, с. 7]. По результатам расчетов автором дается перечень рекомендации по повышению конкурентоспособности продукции овощеводства, а именно: создание льготных условий налогообложения и кредитования, страхование деятельности, снижение производственных затрат, ужесточение и углубление требований стандартизации и сертификации, улучшение организации и мотивации труда и, наконец, обеспечение своевременного воспроизводства основных фондов в лице машинно-тракторного парка [1, с. 11-12].

К этой же группе можно отнести работу Савчук-Полищук, в которой на основе анализа конкурентоспособности продукции вагоностроения автором разработаны следующие рекомендации: разработать комплексную программу повышения конкурентоспособности; расширить рынки сбыта за счет рынков Азии и Восточной Европы, в связи с чем рекомендуется получить поддержку государства в вопросах кредитования, налогообложения, получения дотаций и субсидий; страхование деятельности; углубление отраслевой кооперации и

создание Комиссии по вопросам конкурентоспособности при Президенте Украины [2, с. 19].

На наш взгляд данные работы носят скорее общерекомендательный характер в вопросе повышения конкурентоспособности продукции. Более того, приведенные рекомендации носят универсальный характер и могут быть применимы фактически к любой группе украинских предприятий, не зависимо от реального уровня их конкурентоспособности.

В следующую группу подходов мы отнесли работы, в которых присутствуют конкретные мероприятия, за счет которых возможно повышение конкурентоспособности продукции исследуемой отрасли.

К этой группе можно отнести работу Кулешовой Г.Н., в которой предлагается оценивать конкурентоспособность продукции на основании индексов прибыли и рентабельности, а именно их квадратичной суммы, на основании которой проводится ранжирование предприятия по уровню конкурентоспособности продукции [3, с. 10]. Результатом работы является смешанный список рекомендаций и конкретных мероприятий по повышению конкурентоспособности продукции виноградно-винодельческого комплекса. А именно:

- ✓ усовершенствовать специализацию предприятий,
- ✓ усовершенствовать сортимент винограда и его структуру,
- ✓ пересмотреть систему ценообразования с учетом сахаристости и введения учета затрат по сортам винограда при помощи предложенного программного обеспечения,
- ✓ организовать специализированный маркетинговый центр для обеспечения выгодных условий реализации продукции и закупки ресурсов,
- ✓ государственная поддержка подотрасли [3, с. 16-17].

В предложенном списке присутствуют два конкретизированных мероприятия, по одному из которых (организация работы специализированного маркетингового центра) автор, в качестве обоснования целесообразности предложенного мероприятия, рассчитывает экономическую эффективность в

виде определения объема дополнительной прибыли, приходящейся на 1 гривну маркетинговых (дополнительных) затрат [3, с. 13]. При этом остается не выясненным тот уровень конкурентоспособности, который может быть достигнут в результате реализации мероприятия.

В работе Бондаренко С.М. выделены направления повышения конкурентоспособности продукции легкой промышленности, в разрезе которых предложены конкретные мероприятия:

- ✓ совершенствование системы управления посредством внедрения рейтинговой оценки работы отдельных подразделений;
- ✓ совершенствование ассортиментной политики в разрезе оценки конкурентоспособности существующих моделей (на основании матрицы «конкурентоспособность-рентабельность») и своевременного ввода в производство новых моделей (на основании сетевого планирования);
- ✓ балансировка объемов производства посредством определения спроса на продукцию, части рынка и конкурентоспособности продукции и уровня конкуренции (зависимость представлена в виде логистической кривой).

Предложенные мероприятия не имеют обоснования ни с позиции затрат на их реализацию, ни с позиции достигнутого результата – возможного роста конкурентоспособности продукции. Более того, в работе мы не нашли обоснования какой либо зависимости между предложенными направлениями повышения и общим уровнем конкурентоспособности продукции [4, с. 14-17].

Следующие подходы мы отнесли к группе так называемой «опосредованной эффективности». Их объединяет то, что само понятие конкурентоспособности продукции рассматривается как некий показатель эффективности. Данный подход основывается на методике расчета конкурентоспособности, предложенной доктором экономических наук, профессором Московской государственной академии приборостроения и информатики Гребневым Евгением Тихоновичем (более подробно методика рассмотрена в пункте 1.2).

Ярким представителем группы, является работа Лисовской Л.С., в которой предложен авторский метод определения комплексного показателя уровня конкурентоспособности продукции, построенный на отношении показателя уровня полезности продукции к показателю уровня ее стоимости. Причем полезность продукции является комплексным показателем, обобщающим в себе качество, уровень сервисного обслуживания и маркетингового продвижения [5, с. 10].

Исходя из специфики расчета показателя, рекомендации по повышению конкурентоспособности продукции затрагивают вопросы повышения уровня полезности продукции через улучшение ее качественных характеристик и регулирования затрат на их обеспечение.

Более сложный подход к определению конкурентоспособности продукции на основании методики Гребнева продемонстрирован в работе Тарасенко И.А. [6]. Здесь дробь «результат-затраты» представлена в виде соотношения соответствующих индексов, причем индекс «результатов» выражается через скорректированную на некое нормативное значение сумму качественной и маркетинговой составляющей.

В работе обоснованно не только влияние качественной составляющей на конкурентоспособность кожевенного производство, но и проанализировано влияние качества сырья на качество готового продукта. Именно в повышении качества сырья, автор видит основной резерв повышения конкурентоспособности продукции.

В работе [7], наоборот, основным источником повышения конкурентоспособности автор видит снижение затрат. Причем отдельное внимание уделяется именно формированию и учету затрат, как будущему источнику формирования резервов повышения конкурентоспособности продукции [7, с. 13].

Таким образом, в данной группе подходов повышение конкурентоспособности продукции и повышение эффективности ее достижения решаются одним уравнением. С одной стороны это является

несомненным преимуществом и раскрывает конкурентоспособность продукции с позиции эффективности, с другой – проблематичным остается вопрос определения «результативной» части показателя (полезности, качества и т.д.), что оставляет открытым вопрос об объективности оценки самой конкурентоспособности.

В своем стремлении изучить существующие подходы к эффективности повышения конкурентоспособности продукции, мы проанализировали ряд работ, посвященных проблемам повышения конкурентоспособности, которые получили признание в течении последних 10 лет. Только в одной из них поднимался вопрос определения эффективности повышения конкурентоспособности продукции, как самостоятельного направления повышения эффективности.

В работе Бурук А.Ф. предложена методика определения конкурентоспособности продукции с учетом экологической составляющей, в ходе которой автор предлагает не только методику оценки конкурентоспособности продукции, но и обращает внимание на то, что уровень конкурентоспособности необходимо рассматривать в динамике.

Для этого предлагается рассчитать уровень конкурентоспособности продукции до и после ее экологизации и определить абсолютное и относительное изменение показателя (абсолютный и относительный прирост). Для оценки эффективности экологизации (экологизация в данном случае выступает как конкретное мероприятие по повышению конкурентоспособности) автор предлагает рассчитывать объем прибыли на единицу показателя конкурентоспособности до и после реализации мероприятия. Как мы понимаем, при данном варианте расчета, мероприятие будет считаться эффективным, в том случае, когда темпы роста прибыли будут опережать темпы роста конкурентоспособности [8, с. 10-12].

Слабым местом предложенной методики, на наш взгляд, является метод определения конкурентоспособности продукции, так как он предполагает изолированную оценку уровня (без какого либо сопоставления с конкурентом

или эталоном). И хотя обоснования автора логичны и убедительны, остается сомнение, можно ли определить конкурентоспособность продукции, опустив процесс сопоставления, ведь сама экономическая природа категории заключается именно в сравнении одного товара с другим.

Не смотря на это, несомненным преимуществом методики является определение эффективности повышения конкурентоспособности продукции. На наш взгляд автор обратил внимание на важный и совершенно логичный вопрос: а будет ли такое повышение конкурентоспособности целесообразным? Кто может гарантировать, что затраты производителей на создание отраслевых ассоциаций и лоббирование интересов в Верховной Раде в конечном счете обеспечат соответствующий уровень конкурентоспособности продукции и адекватный прирост объема прибыли.

Такая постановка вопроса открывает перед учеными новые горизонты исследования понятия конкурентоспособность продукции, но решение этого вопроса непременно будет связано с конкретизацией проблем повышения конкурентоспособности продукции, что в свою очередь повлечет усовершенствование методического и методологического аппарата ее оценки.

Авторский подход к определению эффективности повышения конкурентоспособности продукции был подробно изложен нами в работе [9, с. 74], в которой не только выявляется необходимость оценки сравнительной эффективности путей повышения конкурентоспособности продукции, но и обосновывается критериальный показатель, на основе которого можно принимать решения о целесообразности того или иного направления повышения конкурентоспособности. В общем виде предложенный показатель имеет вид:

$$Z_{\rho} = \frac{Z_{\text{кк}}^i}{\Delta\rho_i}$$

$Z_{\text{кк}}^i$ – капитальные затраты на реализацию i -го мероприятия;

$\Delta\rho_i$ – изменение показателя конкурентоспособности, выраженное в процентных пунктах, в результате реализации i -го мероприятия.

Данный показатель характеризует величину удельных капитальных затрат в расчете на 1 процентный пункт изменения показателя конкурентоспособности и получил название инвестиционной стоимости 1 процентного пункта повышения конкурентоспособности продукции. Достоинством данного критериального показателя является возможность использования любого метода интегральной оценки конкурентоспособности продукции, а также инвестиционная направленность показателя, что облегчает процесс принятия решения о направлении повышения конкурентоспособности продукции.

Выводы. Таким образом, анализ современных подходов к определению эффективности повышения конкурентоспособности продукции позволяет сделать следующие заключения:

- современные украинские исследователи вопросам оценки эффективности повышения конкурентоспособности продукции уделяют необоснованно мало внимания;
- определение эффективности повышения конкурентоспособности продукции дает возможность взглянуть на сам процесс повышения конкурентоспособности под принципиально новым углом и открывает новые направления в исследовании категории;
- оценка эффективности повышения конкурентоспособности продукции должна носить сравнительный характер, который может иметь как вертикальную (сопоставление нового уровня конкурентоспособности с базисным), так и горизонтальную (сопоставление с товарами конкурентами) направленность.

ЛИТЕРАТУРА

1. Канінський М. П. Підвищення конкурентоспроможності продукції овочівництва: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук : спец. 08.07.02 – економіка сільського господарства і АПК / М. П. Канінський. – К., 2004, – 19 с.
2. Савчук–Поліщук Т. О. Конкурентоспроможність машинобудівної продукції на зовнішніх ринках: автореф. дисер. на здобуття наукового ступеня

к. е. н. за спец. 08.05.01 «Світове господарство і міжнародні економічні відносини» / Т. О. Савчук–Поліщук. – Донецьк, 2004. – 24 с.

3. Кулешова Г. М. Підвищення конкурентоспроможності продукції виноградарсько-виноробного комплексу АПК: автореф. дисер. на здобуття наукового ступеня к. е. н. за спец. 08.07.02 / Г. М. Кулешова.- Миколаїв, 2006. – 23 с.

4. Бондаренко С. М. Рейтингове управління конкурентоспроможністю продукції промислових підприємств (на прикладі взуттєвого виробництва): автореф. на здоб. наук. ступ. к.е.н. за спец. 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / С. М. Бондаренко. – 2002. – 23 с.

5. Лісовська Л. С. Оцінювання та регулювання конкурентоспроможності продукції: дисертація на здобуття наукового ступеня к. е. н.: 08.02.03./ Л. С. Лісовська – Львів, 2002. – 157 с.

6. Тарасенко І. О. Організаційно-економічні основи підвищення конкурентоспроможності продукції підприємств шкіряної промисловості: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук : спец. 08.06.01 – економіка підприємства й організація виробництва / І. О. Тарасенко. – К., 2001. – 24 с.

7. Ларка А. В. Конкурентоспроможність машинобудівної продукції в умовах нестабільної ринкової кон'юнктури: автореф. дис. на здобуття наукового ступеню к. е. н. за спеціальністю 08.07.01 – економіка промисловості / А. В. Ларка. – Харків, 2006. – 21 с.

8. Бурук Г. П. Управління конкурентоспроможністю продукції промислової продукції з урахуванням екологічної складової: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня кан. ек. наук : спец. 08.00.04 – економіка та управління підприємствами / Г. П. Бурук. – Донецьк, 2011. – 23 с.

9. Литвинова В. А. Механизм обоснования эффективных путей и формирования оптимальной программы повышения конкурентоспособности

продукции / Ю. А. Егупов, В. А. Литвинова // Економіст. – 2012. - №8. – С. 73–78.

Аннотация

Литвинова В.А. Повышение конкурентоспособности продукции: проблемы определения эффективности

В статье проведен критический анализ существующих подходов к оценке эффективности повышения конкурентоспособности продукции как экономического процесса, на основании которого выявлена недостаточная проработка данного направления развития теории конкурентоспособности продукции. Обоснована необходимость более детальной проработки вопросов, связанных с определением эффективности повышения конкурентоспособности продукции. Предложено для определения эффективности процесса повышения конкурентоспособности продукции использовать метод сравнительной эффективности, основанный на определении разработанного автором критериального показателя.

Ключевые слова: эффективность, конкурентоспособность продукции, оценка эффективности повышения конкурентоспособности продукции.

Літвінова В.О. Підвищення конкурентоспроможності продукції: проблеми визначення ефективності

У статті проведено критичний аналіз існуючих підходів щодо оцінки ефективності підвищення конкурентоспроможності продукції як економічного процесу, на підставі якого виявлено недостатнє опрацювання даного напрямку розвитку теорії конкурентоспроможності продукції. Обґрунтовано необхідність більш детального опрацювання питань, пов'язаних з визначенням ефективності підвищення конкурентоспроможності продукції. Запропоновано для визначення ефективності процесу підвищення конкурентоспроможності продукції використовувати метод порівняльної ефективності, заснований на визначенні розробленого автором критеріального показника.

Аналіз сучасного стану загальнодержавного стратегічного планування та управління в Україні показав відсутність єдиної методології з формування стратегічних документів, системності, уніфікованості та взаємної узгодженості механізмів стратегічного планування між собою, що в кінцевому підсумку призводить до зниження ефективності державного управління. У статті представлені основні заходи та цілі стимулювання розвитку регіонів, а також стратегічні цілі та пріоритетні напрямки Державної стратегії регіонального розвитку.

Ключові слова: ефективність, конкурентоспроможність продукції, оцінка ефективності підвищення конкурентоспроможності продукції.

Litvinova V.O. Increase the competitiveness of production: problems the definition of efficiency

The article presents a critical analysis of existing approaches to the estimation of efficiency increase of competitiveness of production as the economic process, on the basis which did revealed the lack study of this direction of development the theory of competitiveness of production. Has been proved the necessity more detailed analysis of issues related to the definition of efficiency increase of competitiveness of production. The article offered for determine the effectiveness of the competitiveness of the products use the method of comparative effectiveness, based on a definition developed by the author of the criterial indicator.

Key words: efficiency, competitiveness of products, assessment of the increase efficiency of competitiveness of production.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Літвінова Вікторія Олександрівна, к.е.н., викладач кафедри економіки підприємства Одеського державного економічного університету

Контактна інформація: 050-390-1977, (048)737-33-87, litvinova_1977@ukr.net

Литвинова Виктория Александровна, к.э.н., преподаватель кафедры экономики предприятия Одесского национального экономического университета

Контактная информация: 050-390-1977, (048)737-33-87, litvinova_1977@ukr.net

Litvinova Viktoriya Aleksandrovna, Candidate of Sciences (Economics), teacher of chair of economy of the enterprise Odessa National Economic University

The contact information: 050-390-1977, (048)737-33-87, litvinova_1977@ukr.net

Поштова адреса для відправлення примірника журналу: Літвінова В.О., вул. Скиданівська, буд. 9, кв. 46, м. Одеса, 65029

Наданий матеріал раніше не друкувався та в інші видання не надсилався
Літвінова В.О.