

УДК 338.45.01

DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2020-5-13>

Македон В.В.

доктор економічних наук,
професор кафедри міжнародної економіки і світових фінансів
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара

Курінна І.Г.

старший викладач кафедри економіки, підприємництва
та управління підприємствами
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара

Makedon Vyacheslav

Doctor of Economics Sciences,
Professor of International Economics and World Finance Department
Oles Honchar Dnipro National University

Kurinnaya Irina

Senior Lecturer of Economics, Entrepreneurship
and Enterprise Management Department
Oles Honchar Dnipro National University

ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА ОРГАНІЗАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

FACTORS OF INFLUENCE ON ORGANIZATIONAL PROCESSES OF ENSURING COMPETITIVENESS OF ENTERPRISE PRODUCTS

У статті сформовано класифікацію чинників, що впливають на конкурентоспроможність продукції. Особливу роль при цьому відведено організації виробництва, оскільки застосування принципів, методів та інструментів організації виробництва дає змогу без значних фінансових вкладень ефективно впливати на підвищення рівня конкурентоспроможності продукції підприємства шляхом підвищення якості продукції, що випускається, з одночасним скороченням витрат і тривалості виробничого циклу. Визначено основні напрями підвищення конкурентоспроможності продукції на основі використання організаційних резервів, що дасть змогу застосувати на практиці сучасні методи та інструменти організації виробництва для підвищення конкурентоспроможності продукції. Наведено класифікацію методів оцінки конкурентоспроможності продукції, виділено переваги і недоліки окремих методів, що наштовхнуло авторів на необхідність розроблення такого підходу до оцінки конкурентоспроможності, який був би спрямований на реальне практичне застосування.

Ключові слова: підприємство, конкурентоспроможність продукції, оцінка конкурентоспроможності, класифікація, виробництво, ефективність.

В статье сформирована классификация факторов, влияющих на конкурентоспособность продукции. Особая роль при этом отведена организации производства, поскольку применение принципов, методов и инструментов организации производства позволяет без значительных финансовых вложений эффективно влиять на повышение уровня конкурентоспособности продукции предприятия путем повышения качества выпускаемой продукции с одновременным сокращением расходов и продолжительности производственного цикла. Определены основные направления повышения конкурентоспособности продукции на основе использования организационных резервов, что позволит применить на практике современные методы и инструменты организации производства для повышения конкурентоспособности продукции. Приведена классификация методов оценки конкурентоспособности, выделены преимущества и недостатки отдельных методов, что натолкнуло авторов на необходимость разработки такого подхода к оценке конкурентоспособности, который был бы направлен на реальное практическое применение.

Ключевые слова: предприятие, конкурентоспособность, оценка конкурентоспособности, классификация, производство, эффективность.

The article presents a classification of factors influencing the competitiveness of products. A special role is given to the organization of production, because the application of principles, methods and tools of production allows without significant financial investment to effectively influence the level of competitiveness of enterprise products by improving the quality of products while reducing costs and production cycle. Factors of competitiveness are most often mixed with indicators of the level of competitiveness and with the means aimed at increasing the level of competitiveness of products. The main directions of increasing the competitiveness of products based on the use of organizational reserves are identified, which will allow to apply in practice modern methods and tools of production organization to increase the competitiveness of products. The application of principles, methods and tools of production organization allows without significant financial investment to effectively influence the level of competitiveness of enterprise products by improving the quality of products while reducing costs and duration of the production cycle. It is determined that the increase of competitiveness of industrial enterprise products should be achieved with the help of methods and tools of production organization, which should be implemented in accordance with the directions formed in accordance with the selected indicators of product competitiveness. The classification of methods for assessing the competitiveness of products, highlights the advantages and disadvantages of individual methods, which prompted the author to develop an approach to assessing the competitiveness, which would be aimed at real practical application. In a number of methods it is impossible to do without the use of expert assessments, which are often characterized by subjectivity and conventionality. Therefore, the results of the time-consuming process of assessing the competitiveness of products using expert assessments can not always be considered objective and reliable.

Keywords: enterprise, product competitiveness, competitiveness assessment, classification, production, efficiency.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Вхідження України у світову економічну систему, досить вільний доступ на її ринки іноземних конкурентів, спроби вітчизняних промислових підприємств завоювати собі місце на світових ринках викликають необхідність усебічного аналізу проблем, пов'язаних із формуванням ринкових механізмів конкуренції, підвищенням рівня конкурентоспроможності продукції. Від рівня конкурентоспроможності промислової продукції залежить конкурентоспроможність національної економіки. Проблема формування чинників конкурентоспроможності продукції промислових підприємств є ключовою в низці основних напрямів посилення національної економічної безпеки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Значний внесок у розроблення теоретичних і методичних основ оцінки конкурентоспроможності товару та формування умов для її підтримки на довгостроковій основі зробили роботи таких учених, як В.З. Бугай, Р. Дименко, С.М. Клименко, Т.І. Миронюк, В.О. Сидоренко, Г.М. Филюк, Л.І. Піддубна. На особливу увагу заслуговують наукові праці таких науковців, як Г.О. Башук, М. Портер, Н.А. Хрущ. За наявності наукових розробок із даної проблеми низка питань, що стосуються формування і забезпечення чинників конкурентоспроможності продукції промислових підприємств в умовах глобалізації економіки, продовжує залишатися недостатньо дослідженою, а саме визначення чинників впливу на системність формування конкурентоспроможності та принципів упровадження конкурентних особливостей продукції, що виробляється.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою наукової роботи є вдосконалення теоретичних і методологічних положень, практичних рекомендацій щодо формування управлінських ініціатив підвищення конкурентоспроможності продукції промислового підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових резуль-

татів. Підвищення конкурентоспроможності продукції нерозривно пов'язане з урахуванням впливу всього комплексу чинників, тому актуальним є формування класифікаційної системи таких факторів. Під чинниками конкурентоспроможності продукції ми будемо розуміти умови функціонування і рушійну силу, здатні впливати на показники конкурентоспроможності продукції. На нашу думку, одним з основоположних принципів під час формування системи факторів, що впливають на конкурентоспроможність продукції, є принцип комплексності, що дає змогу врахувати всю сукупність чинників впливу.

Аналіз наукових робіт у межах тематики нашого дослідження показав, що в основі класифікації чинників має лежати їх поділ на дві великі групи: зовнішні та внутрішні [1, с. 36]. Ми підтримуємо ідею щодо такого розподілу, оскільки вважаємо за доцільне розмежовувати вплив зовнішнього і внутрішнього середовища.

Під зовнішніми доцільно розуміти чинники впливу зовнішнього середовища підприємства, під внутрішніми – чинники, що впливають на рівні підприємства. При цьому чинники конкурентоспроможності найчастіше змішуються з показниками рівня конкурентоспроможності та із засобами, спрямованими на підвищення рівня конкурентоспроможності продукції, що, на нашу думку, є некоректним і може призвести до порушення логіки дослідження. Тому з урахуванням виявлених недоліків уявімо класифікацію чинників конкурентоспроможності продукції на рис. 1.

Мікросередовище безпосередньо впливає на рівень конкурентоспроможності продукції підприємства, надаючи його необхідності враховувати умови постачальників і посередників, переваги покупців, стратегії конкурентів. Вплив чинників макросередовища на рівень конкурентоспроможності продукції складніше виявити і вивчити, однак не можна залишати без уваги, оскільки саме вони найчастіше зумовлюють тенденції, які з часом впливатимуть на чинники мікросередовища.

У сучасних умовах стрімко зростає роль організації виробництва як внутрішнього чинника підвищення конкурентоспроможності продукції промислового

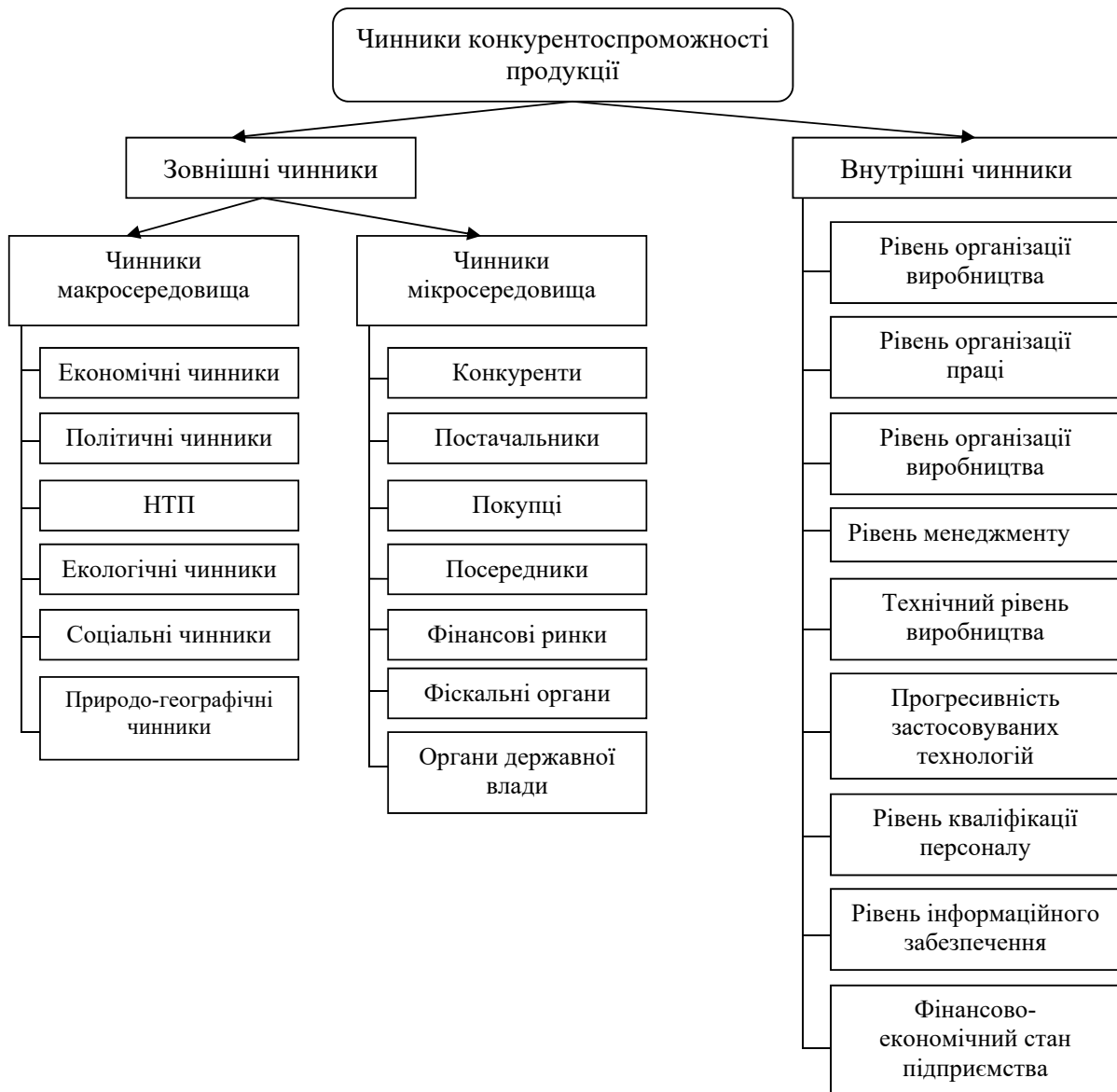


Рис. 1. Класифікація чинників, що впливають на конкурентоспроможність продукції

Джерело: узагальнено авторами на основі [1; 2]

підприємства. Від рівня організації виробництва багато в чому залежать результати діяльності підприємства, у тому числі й конкурентоспроможність продукції, що випускається [2].

Організація виробництва дає змогу об'єднати і забезпечити взаємодію особистих і речових факторів виробництва, налагодити зв'язки між учасниками виробничого процесу, забезпечити узгодженість їх дій, а також створити умови для реалізації економічних інтересів і соціальних потреб працівників на підприємстві [3, с. 104].

Застосування принципів, методів та інструментів організації виробництва дає змогу без значних фінансових вкладень ефективно впливати на підвищення рівня конкурентоспроможності продукції підприємства шляхом підвищення якості продукції, що випускається, з одночасним скороченням витрат і тривалості виробничого циклу. У зв'язку із цим ключового значення набуває вибір шляхів і методів

удосконалення організації виробництва, які сприятимуть досягненню максимально можливого рівня конкурентоспроможності продукції на цільовому ринку. Виділимо основні принципи організації виробництва конкурентоспроможної продукції та визначимо напрями їхнього впливу на показники конкурентоспроможності продукції в табл. 1.

Таким чином, підвищення конкурентоспроможності продукції промислового підприємства доцільно досягати за допомогою методів та інструментів організації виробництва, які повинні бути реалізовані відповідно до напрямів, сформованих згідно з виділеними показниками конкурентоспроможності продукції. На рис. 2. представлено сформовано авторами діаграму, що демонструє зв'язок між показниками конкурентоспроможності продукції промислового підприємства та напрямками її підвищення на основі використання організаційних резервів. Розроблення методів підвищення конкурентоспроможності про-

Визначальні принципи організації виробництва конкурентоспроможної продукції

Найменування принципу	Зміст принципу	Вплив на конкурентоспроможності продукції
Принцип інтеграції	Забезпечення об'єднання між процесами розроблення, створення і виробництва продукції	Інформаційне об'єднання учасників виробничого процесу і формування інтегрованої виробничої структури дає змогу знизити рівень браку і дефектів готової продукції, призводячи до підвищення її якості
Принцип оптимальності і багатоваріантності рішень	Необхідність розроблення декількох варіантів організаційних концепцій, що відповідають цілям виробництва і його організації. З декількох варіантів вибирається той, який забезпечує оптимальне поєднання структурних елементів виробничої системи	Наявність декількох варіантів рішення дає змогу вибрати найбільш оптимальний варіант організації виробничого процесу, випуск продукції високої якості з невисоким рівнем витрат за максимально короткий проміжок часу
Принцип зовнішнього оточення	Цілі організації виробництва, напрями вдосконалення організаційної діяльності формуються з урахуванням вимог, що диктуються зовнішнім середовищем	Аналіз зовнішнього середовища дає змогу підприємству організувати виробництво продукції, що відповідає потребам, тим самим підвищуючи загальний рівень конкурентоспроможності продукції
Принцип ефекту організаційної діяльності	Забезпечення такої взаємодії елементів виробничої системи, яке призвело б до збільшення ефекту синергії і координації	Застосування методів та інструментів організації виробництва призводить до підвищення рівня якості продукції, що випускається, з одночасним скороченням витрат і тривалості виробничого циклу
Принцип економічності	Вимагає досягнення найкращих результатів діяльності з організації виробництва за найменших витрат	Дає змогу підприємству випускати продукцію необхідної якості з мінімальним рівнем витрат, призводячи тим самим до підвищення її конкурентоспроможності

Джерело: сформовано авторами за даними [4–6]

дукції залежить передусім від її правильної, достовірної та своєчасної оцінки [7].

Споживач, приймаючи рішення про покупку, здійснює вибір продукції, що цікавить його, серед аналогічної і віддає перевагу тій продукції, яка найбільшою мірою задовольняє його потребу. Кожна потреба характеризується певним набором параметрів, які визначають необхідний для споживача корисний ефект. Вчинення покупки відбувається в тому разі, якщо параметри потреби збігаються з параметрами, які й характеризують продукцію.

Для того щоб споживач придбав конкретну продукцію, вона повинна відповідати його потребам і фінансовим можливостям. При цьому споживач прагне оптимізувати свої витрати не лише на придбання продукції, а й на споживання (експлуатаційні витрати).

У зв'язку з тим, що на потреби кожного конкретного покупця впливає безліч різноманітних чинників і вони носять індивідуальний характер, оцінки однієї і тієї ж продукції різними споживачами можуть відрізнятися. Отже, конкурентоспроможність продукції по відношенню до різних споживачів теж може бути індивідуальною. Найбільш затребуваною на ринку є та продукція, яка найбільш повно задовольняє потребу [8, с. 40–41]. Отже, вона і буде найбільш конкурентоспроможною. Виходячи з вищевикладеного, можна сказати, що конкурентоспроможність продукції може бути визначена тільки в результаті порівняння й є відносною характеристикою, що відбиває відмінність продукції від продукції конкурента за ступенем задоволення визначеної потреби.

Проблеми оцінки конкурентоспроможності продукції розглянуті в науковій літературі багатьма

авторами, однак, незважаючи на важливість і актуальність цього питання, загальноновизнаної й універсальної методики оцінки конкурентоспроможності сьогоднішні немає [9]. Це пояснюється значною складністю розглянутої проблеми, оскільки на конкурентоспроможність продукції впливає велика кількість чинників, розглянутих на рис. 1, які, своєю чергою, пов'язані між собою і можуть впливати один на одного. Тому перед дослідниками стоїть складне завдання, яке полягає у тому, щоб вибрати з безлічі чинників, що впливають на конкурентоспроможність продукції, найбільш важливі і значущі, визначити показники та розробити критерії оцінки конкурентоспроможності (рис. 3).

Прямі методи оцінки найбільш поширені на практиці. Вони припускають визначення конкурентоспроможності на основі співвідношення «якість/ціна». Як приклад таких методів може виступати позначений раніше метод розрахунку інтегрального показника конкурентоспроможності продукції. До переваг даного методу можна віднести комплексність оцінки, а недоліком є відсутність обліку ступеня значимості параметрів [10].

Непрямі методи часто ґрунтуються тільки на показниках якості і, отже, дають змогу судити про конкурентоспроможність продукції тільки непрямим чином. Їх застосування можливе лише в тому разі, коли ціни конкуруючих товарів рівні або мають близькі значення. Методи, які використовуються на етапах реалізації та експлуатації, припускають оцінку конкурентоспроможності продукції на основі обсягу продажів, швидкості реалізації. Чим більше продається продукції, тим вона більш конкурентоспроможна порівняно з аналогічними товарами, представленими

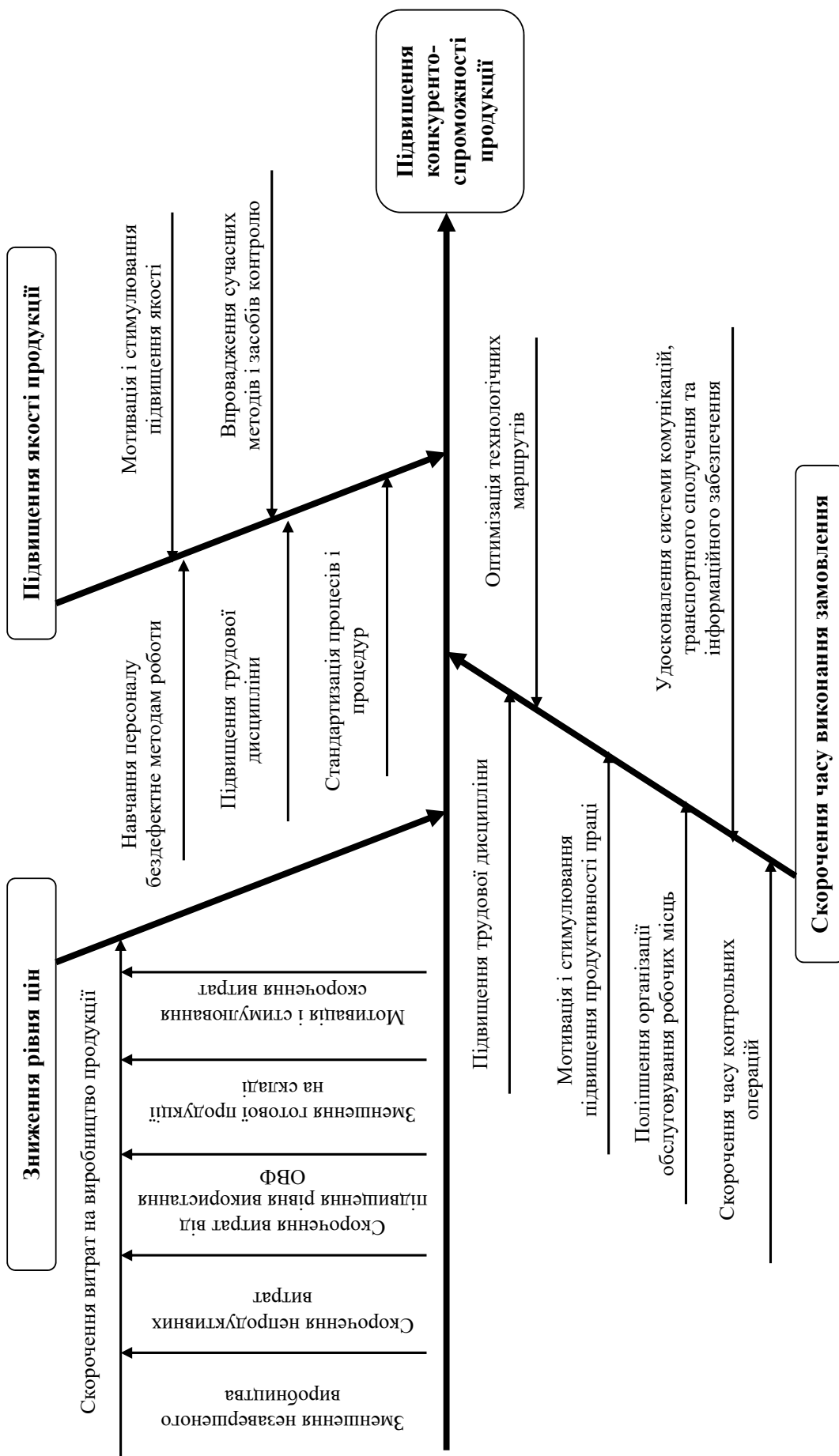


Рис. 2. Напрями підвищення конкурентоспроможності продукції промислового підприємства на основі використання організаційних резервів (діаграма Ісікави)

Джерело: розроблено авторами

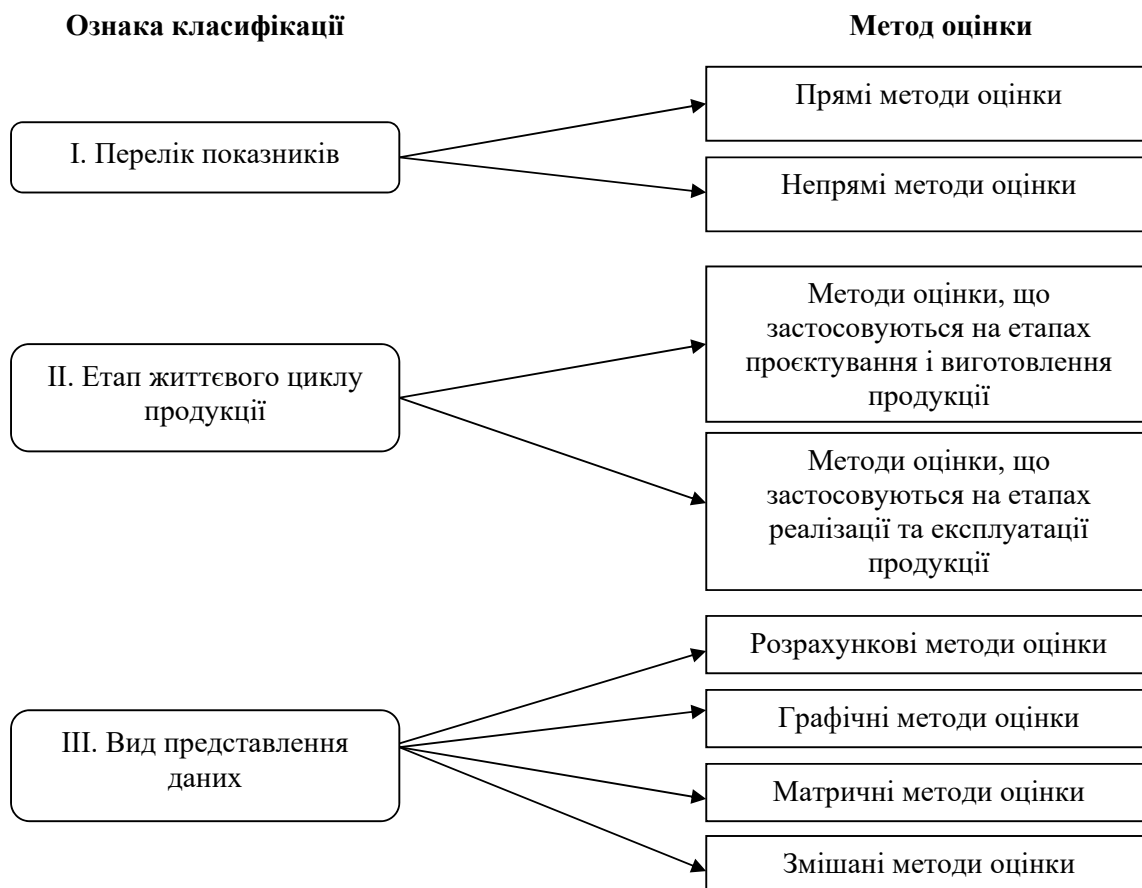


Рис. 3. Класифікація методів оцінки конкурентоспроможності продукції

Джерело: розроблено авторами

на ринку. Нами як показник конкурентоспроможності продукції пропонується визначати відносну частку продажів оцінюваного товару порівняно зі зразком:

$$K_{oi} = \frac{Q_o}{Q_o + Q_i}, \quad (1)$$

де Q_o – обсяг продажів оцінюваного товару;
 Q_i – обсяг продажів i -го товару-зразка.

Цей метод простий у застосуванні і не вимагає попереднього збору спеціальних даних, однак вони не дають кількісного вираження показника конкурентоспроможності і можуть бути недостовірні в умовах браку продукції або неритмічності поставок.

До графічних методів відносять метод «багатокутник конкурентоспроможності» і метод «радар конкурентоспроможності». Дані методи, незважаючи на простоту застосування і наочність представлення результату, мають істотний недолік – вони не враховують вагомості показників, що може призвести до розбіжностей значень інтегрального показника конкурентоспроможності, визначеного графічним і розрахунковим способами. Окрім того, під час застосування «радара конкурентоспроможності» площа радара залежить від послідовності розміщення показників, і якщо показники поміняти місцями, то значення узагальненого показника може помінятися [11, с. 35–36].

Розрахункові методи оцінки базуються на експертних оцінках. До них відносяться метод суми місць, метод бальної оцінки, метод бальної оцінки з

урахуванням коефіцієнтів вагомості параметрів оцінки та ін. Дані методи дають змогу оцінити конкурентоспроможність продукції в разі неможливості збору або обробки тих чи інших показників, але при цьому їм притаманний такий недолік, як суб'єктивність оцінки [12, с. 43]. У практичній діяльності розрахункові методи, як правило, комбінуються з матричними і графічними. Це дає змогу отримати найбільш достовірні результати оцінки і дати їх наочне уявлення.

На нашу думку, певного універсального методу оцінки конкурентоспроможності не існує. Кожен із методів має свої особливості, переваги і недоліки. Застосування того чи іншого методу визначається, насамперед, виходячи з мети проведеного дослідження та з наявної інформації.

Підводячи підсумок аналізу методів оцінки конкурентоспроможності продукції, необхідно відзначити, що всі розглянуті методи мають свої безперечні переваги, однак і не позбавлені недоліків. Перш за все необхідно звернути увагу на параметри, які враховують фахівці під час здійснення оцінки конкурентоспроможності продукції. Багато дослідників прагнуть використовувати під час оцінки велику кількість параметрів. З одного боку, практично будь-який параметр, що включається до складу під час оцінки, тією чи іншою мірою впливає на конкурентоспроможність продукції. Однак вплив деяких параметрів настільки малий і незначний, що не грає ключову роль під час визначення показника конку-

рентоспроможності. З іншого боку, надмірне збільшення складу параметрів, що беруться до уваги, призводить до великих витрат часу на збір і математичну обробку інформації, що істотно знижує можливість практичної реалізації низки методів. У низі методів не можна обійтися без застосування експертних оцінок, які часто характеризуються суб'єктивністю й умовністю.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок. У проведеному дослідженні подано вдосконалену класифікацію чинників, що впливають на конкурентоспроможність продукції. Чинники класифіковано в розрізі їх поділу на зовнішні і внутрішні. Особливу роль при цьому відведено організації виробництва як внутрішнього фактору.

Авторами здійснено аналіз методів оцінки конкурентоспроможності продукції. Зазначені в ході аналізу методів оцінки конкурентоспроможності продукції недоліки настановлюють на необхідність розроблення такого підходу до оцінки, який був би спрямований на реальне практичне застосування. При цьому даний підхід за можливості повинен ураховувати не лише існуючий стан продукції на ринку, а й перспективи розвитку. Також важливо відзначити, що підхід до оцінки конкурентоспроможності продукції повинен мати досить широкі межі застосування і бути універсальним.

Бібліографічний список:

1. Миронюк Т.І. Сучасні проблеми та методи оцінки конкурентоспроможності. *Економіка харчової промисловості*. 2014. № 1 (21). С. 35–37.
2. Porter M.E. *Competitive Advantage of Nations*. New York : Free Press, 1990. 426 p.
3. Башук Г.О. Економіко-інноваційна модель конкурентоспроможності продукції в Україні. *Економіка та держава*. 2013. № 6. С. 102–106.
4. Дименко Р. Конкурентні стратегії як засіб забезпечення конкурентоспроможності підприємства. *Економіка розвитку*. 2011. № 3 (39). С. 67–78.
5. Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology / V. Makedon et al. *Scientific journal Economics and finance*. 2019. Issue 2. P. 52–62.
6. Хрущ Н.А. Конкурентні стратегії: процеси створення та реалізації : монографія. Київ : Освіта України, 2010. 316 с.
7. Піддубна Л.І. Конкурентоспроможність економічних систем: теорія, механізм регулювання та управління : монографія. Харків : ІНЖЕК, 2007. 368 с.
8. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I. Transitional strategies of organizational change and integration transformations for industrial enterprises. *Academy Review*. 2018. № 2 (49). P. 31–44. DOI : 10.32342/2074-5354-2018-2-49-3.
9. Филлюк Г.М. Конкуренція і монополія в епоху глобалізації : монографія. Житомир : ЖДУ ім. І. Франка, 2011. 404 с.
10. Клименко С.М. Омельяненко Т.В., Барабась Д.О. Управління конкурентоспроможністю підприємства. Київ : КНЕУ, 2008. 520 с.
11. Олейник Т.В. Формирование методического подхода к оценке адаптивной гибкости предприятия. *Бизнес Информ*. 2010. № 3 (2). С. 45–47.
12. Бугай В.З., Сидоренко В.О. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Modern Economics*. 2019. № 14 (2019). С. 33–38. DOI : [https://doi.org/10.31521/modecon.V14\(2019\)-05](https://doi.org/10.31521/modecon.V14(2019)-05).
13. Воронов Д.С. Соотношение конкурентоспособности предприятия и конкурентоспособности его продукции. *Современная конкуренция*. 2015. № 1. С. 39–53.

References:

1. Myronyuk T.I. (2014) Suchasni problemy ta metody otsinky konkurentospromozhnosti. [Modern problems and methods of assessing competitiveness]. *Economics of the food industry*, no.1 (21), pp. 35–37.
2. Porter M.E. (1990) *Competitive Advantage of Nations*. New York.
3. Bashuk G.O. (2013) Ekonomiko-innovatsiyana model' konkurentospromozhnosti produktsiyi v Ukraini [Economic and innovative model of product competitiveness in Ukraine]. *Economy and state*, no. 6, pp. 102–106.
4. Dimenko R. (2011) Konkurentni stratehiyi yak zasib zabezpechennya konkurentospromozhnosti pidpryemstva [Competitive strategies as a means of ensuring the competitiveness of the enterprise]. *Development economics*, no. 3 (39), pp. 67–78.
5. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I., Koshlyak E. (2019) Strategic innovative development of the enterprises: theory and methodology. *Scientific journal Economics and finance*, issue 2, pp. 52–62.
6. Khrush N.A. (2010) *Konkurentni stratehiyi: protsesy stvorennya ta realizatsiyi: monohrafiya* [Competitive strategies: processes of creation and implementation: a monograph]. Kyiv: Education of Ukraine. (in Ukrainian)
7. Piddubna L.I. (2007) *Konkurentospromozhnist' ekonomichnykh system: teoriya, mekhanizm rehulyuvannya ta upravlinnya: monohrafiya*. [Competitiveness of economic systems: theory, mechanism of regulation and management: monograph]. Kharkiv: VD "INZHEK". (in Ukrainian)
8. Makedon V., Valikov V., Kurinnaya I. (2018) Transitional strategies of organizational change and integration transformations for industrial enterprises. *Academy Review*, no.2(49), pp.31–44. <http://DOI:10.32342/2074-5354-2018-2-49-3>
9. Filyuk G.M. (2011) *Konkurentsya i monopoliya v epokhu hlobalizatsiyi: monohrafiya* [Competition and monopoly in the era of globalization: a monograph]. Zhytomyr: ZhSU Publishing House. I. Franko. (in Ukrainian)
10. Klymenko S.M., Omelianenko T.V., Barabas, D.O. (2008) *Upravlinnia konkurento-spromozhnosti pidpryemstva* [Managing enterprise's competitiveness]. Kyiv: KNEU. (in Ukrainian)
11. Oleynik T.V. (2010) Formyrovanye metodycheskoho podkhoda k otsenke adaptivnoy hybkosty predpryatyaya [Formation of a methodical approach to the assessment of adaptive flexibility of the enterprise]. *Business Inform*, no. 3 (2), pp. 45–47.
12. Bugay V.Z., Sidorenko V.O. (2019) Osnovni napryamy pidvyshchennya konkurentospromozhnosti pidpryemstva [The main directions of increasing the competitiveness of the enterprise]. *Modern Economics*, no. 14, pp. 33–38. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V14\(2019\)-05](https://doi.org/10.31521/modecon.V14(2019)-05).
13. Voronov D.S. (2015) Sootnoshenye konkurentosposobnosti predpryatyaya y konkurentosposobnosti eho produktsyy [The ratio of the competitiveness of the enterprise and the competitiveness of its products]. *Modern competition*, no.1, pp. 39–53.