

КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Досліджено основні критерії оцінки конкурентоспроможності продукції на ринку. Проаналізовано особливості нецінової конкуренції. Визначено вплив основних економічних показників на конкурентоспроможність продукції.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентна позиція, конкурентні переваги.

Abstract

The main criteria for assessing the competitiveness of products in the market are studied. Features of non-price competition are analyzed. The influence of the main economic indicators on the competitiveness of products is determined.

Keywords: competition, competitiveness, competitive position, competitive advantages.

Вступ

Конкуренція є основною рушійною силою ринкової економіки, так як вона стимулює усіх учасників ринкових відносин до постійного покращення своєї виробничо-господарської діяльності з метою одержання конкурентних переваг. Основним показником, що характеризує успіх підприємства, є конкурентоспроможність, яка узагальнює досягнення бізнесу на внутрішньому та міжнародному ринках.

Актуальність теми дослідження посилюється через те, що конкурентоспроможність безпосередньо визначає успішність функціонування учасників економічних відносин, а також ефективність та прибутковість розвитку ринкового механізму.

Результати дослідження

Основними критеріями оцінки конкурентоспроможності товарів на ринку є такі фактори:

- доступність певних видів продукції споживачам;
- наявність конкурентів, що виробляють подібні продукти;
- обсяг виробництва та продажу продукції конкурентами (ємність ринку);
- основний напрям конкуренції на ринку;
- оцінка стратегічного функціонування конкурентів (управління каналами збуту та діяльністю постачальників для зниження витрат);
- стратегія горизонтальної інтеграції (для визначення можливостей для управління та адміністрування конкретної галузі промисловості);
- різноманітність конкурентних методів (ціна, якість, рівень технології, дизайн продукту, сервіс, імідж, бренд тощо);
- наявність стабільного попиту на продукцію компанії в кожному сегменті ринку.

В умовах сучасного функціонування українських підприємств на ринку цінова конкуренція переросла в нецінову, тобто конкуренцію технологій та якості продукції. Конкурентні переваги отримує виробник, який пропонує вищий рівень якості, хоча ціна продукції також залишається важливим фактором конкурентоспроможності. Її роль посилюється із зниженням купівельної спроможності споживачів. Крім того, саме ціна є ключовим фактором зростання прибутків підприємства.

Основною характеристикою конкурентоспроможної продукції є наявність конкурентних переваг, які досягаються за рахунок мінімізації витрат або диференціації товарів.

Конкурентна перевага у вигляді найнижчої вартості відображає можливість компанії розробляти, виробляти та реалізовувати товари з мінімальними витратами відносно конкурентів.

Диференціація товарів характеризує здатність підприємства надавати продукції певної цінності у вигляді нової якісної продукції, нових споживчих особливостей або сервісного обслуговування.

Конкурентоспроможність продукції визначається рівнем попиту на неї, а економічний вплив виражається в розмірі прибутку від реалізації товарів на ринку. Рівень конкурентоспроможності продукції промислового підприємства формується під впливом таких економічних показників:

1) динаміка реалізації вартісної продукції в натуральному виразі (з урахуванням інфляційного зростання цін перевищення, темпу зростання вартості продукції над зростанням її фізичного обсягу свідчить про підвищений попит на неї);

2) рентабельність продажів на ринку (зростання цього показника свідчить про покращення конкурентоспроможності продукції);

3) співвідношення обсягу реалізації підприємства та вартості наявних запасів (зниження даного показника говорить про уповільнення оборотності товарних запасів через зменшення попиту на продукцію або зростання запасів);

4) співвідношення обсягу реалізованої продукції та обсягу продукції, що не вдалося реалізувати (зниження цього показника говорить про зниження попиту або перевиробництво продукції);

5) співвідношення обсягу продажів та дебіторської заборгованості, що характеризує розмір комерційних позик покупцям (чим більший попит на продукцію, тим нижчий обсяг кредиту, тим нижча дебіторська заборгованість);

6) обсяг замовлень на виробництво продукції, що засвідчує обсяг попиту на неї;

7) використання виробничих потужностей для виробництва продукції (зменшення попиту призводить до зниження цього показника);

8) обсяги та сфера капітальних вкладень, що характеризує обсяги використання капітальних вкладень у випуск найбільш перспективної та конкурентоспроможної продукції.

Висновки

Таким чином, можна стверджувати, що конкурентоспроможність підприємства – це комплексна характеристика, що показує відмінність від підприємств-конкурентів за рівнем ефективності функціонування та якості і конкурентоспроможності продукції у певний період часу. Головним показником ефективності функціонування організації в загальних умовах є прибутковість.

Основними заходами, що впливають на посилення конкурентних позицій підприємства є:

- вдосконалення техніко-економічних показників та якості продукції підприємства;
- орієнтація на уподобання споживачів;
- спрямування зусиль на досягнення переваг над конкурентами;
- активна рекламна кампанія та освоєння нових ринків;
- збільшення асортименту продукції та розробка нових брендів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Буряченко О.В., Ткачук Л.М., Коваль Н.О. Конкурентоспроможність як визначальний показник ефективності діяльності підприємства. *Економіка та суспільство*. 2021. № 32. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/812>

2. Черногуз Р.А. Стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок. *Проблеми розвитку циркулярної економіки. Тези доповідей II Міжнародної студентської науково-практичної конференції 50-річчя кафедри економіки підприємства та інвестицій. 20-21 травня 2021 року, Львів*. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2021. – URL: <https://lpnu.ua/tezy-dopovideymizhnarodnoyistudentskoyi-naukovo-praktychnoyi-konferenciyi>

3. Ткачук Л. М., Мизюк А. О. Сучасні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємства. *Сучасні тенденції розвитку фінансових та інноваційно-інвестиційних процесів в Україні. Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції 12 березня 2021 року : збірник наукових праць*. Вінниця: ВНТУ, 2021. С. 589-591. URL : <https://conferences.vntu.edu.ua/public/files/fiip/zbirn2021.pdf>

4. Ткачук Л. М., Бондаренко І. П. Теоретико-методологічні аспекти конкуренції та конкурентоспроможності. *Молодь в науці: дослідження, проблеми, перспективи : тези Всеукраїнської науково-*

практичної Інтернет-конференції студентів, аспірантів та молодих науковців. 2021. URL : <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/mn/mn2021/paper/view/10983>

Ткачук Людмила Миколаївна – к.е.н., доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: ludatkachuk2017@gmail.com.

Чорногуз Роман Анатолійович – студент групи МФКД-20м, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Tkachuk Lyudmila M. – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Finance and Innovation Management, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa, e-mail: ludatkachuk2017@gmail.com.

Chornoguz Roman A. – student of group MFKD-20m, Faculty of Management and Information Security, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa.