УДК 339.137.2:339.5

Прокопенко Ольга Володимирівна,
д.е.н., доцент, завідувач кафедри економічної теорії, в.о. декана факультету економіки та менеджменту Сумського державного університету;
Бойко Юлія Вікторівна,
студентка факультету економіки та менеджменту Сумського державного університету

УДОСКОНАЛЕННЯ НАУКОВО-МЕТОДИЧНОГО ПІДХОДУ ДО ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

Удосконалено науково-методичний підхід до оцінки конкурентоспроможності продукції на міжнародному ринку, що ґрунтується на графоаналітичному методі оцінки й забезпечує врахування особливостей сприйняття продукції на різних сегментах міжнародного ринку.

Ключові слова: конкурентоспроможність продукції, оцінка конкурентоспроможності, міжнародний ринок.

Постановка проблеми в загальному вигляді. Процеси глобалізації економіки останнім часом значно підвищили активність вітчизняних підприємств на міжнародному ринку. Розроблення ефективної стратегії діяльності підприємств на міжнародному ринку має ґрунтуватися на оцінці конкурентоспроможності продукції на кожному з його сегментів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанням оцінки конкурентоспроможності підприємств і їх продукції присвячено велику кількість робіт вітчизняних та зарубіжних вчених. Зокрема, у рамках цієї роботи автори звернулися до робіт Должанського І.З., Книш М.І., Позняк С.В., присвячених проблемам конкурентоспроможності підприємств, до робіт Кононенка І.С., Лифіц І.М., присвячених дослідженню проблем конкурентоспроможності продукції. Питанням конкурентоспроможності на міжнародному ринку присвячено наукові дослідження таких науковців, як Антонюк Л.Л., Гіл В.Л., Лук'яненко Д.Г., Сіваченко І.Ю. Хоча їхні роботи не становлять і сотої частини досліджень у цьому напрямі.

Невирішені раніше питання, що є частиною загальної проблеми. При цьому проблемам оцінки конкурентоспроможності продукції на міжнародному ринку приділяється недостатньо уваги, особливо в частині створення науково-методичного підходу до такої оцінки, який би враховував особливості сприйняття продукції на різних сегментах міжнародного ринку.

Мета та завдання статті. З цих позицій метою цієї статті є удосконалення науково-методичного підходу до оцінки конкурентоспроможності продукції на міжнародному ринку.

Основний матеріал. Конкурентоспроможність продукції є вагомим критерієм доцільності виходу підприємства на зовнішній ринок, умовою ефективного проведення зовнішньоекономічних операцій і складовою вибору засобів та методів виробничо-експортної діяльності. Цю комплексну характеристику продукції становлять сукупність якісних і вартісних ознак продукції, що забезпечують задоволення конкретних потреб споживачів.

Виділяють такі основні методи оцінки конкурентоспроможності продукції: аналітичний, графічний, матричний [1]. Або ж класифікують їх [2] (рис. 1), зазначаючи, що найбільш відомими є аналітичні й графічні методи.

Рисунок 1 – **Класифікація методів оцінки конкурентоспроможності продукції**, (побудована за даними [2])

Авторами удосконалено один із найбільш часто застосовуваних графоаналітичних методів оцінки конкурентоспроможності продукції, що базується на побудові багатокутника конкурентоспроможності та розрахунку коефіцієнта конкурентоспроможності аналізованої продукції, для його застосування на міжнародному ринку. Замість загальноприйнятого відкладання по колу кутів, що відповідають ваговим характеристикам товарів незалежно від країни, рівень конкурентоспроможності продукції для якої оцінюється, запропоновано визначати вагомості характеристик, і кути відповідно, для кожної країни окремо. Це дає можливість враховувати особливості сприйняття характеристик продукції на міжнародному ринку. На рис. 2 показано спрощений вигляд радара оцінки конкурентоспроможності, що застосовується в запропонованому методі (на прикладі трьох критеріїв оцінки продукції у двох країнах).

Внесення відповідних поправок у формули розрахунку коефіцієнта конкурентоспроможності також дозволили враховувати специфіку сприйняття важливості різних характеристик продукції в аналітичній його частині.

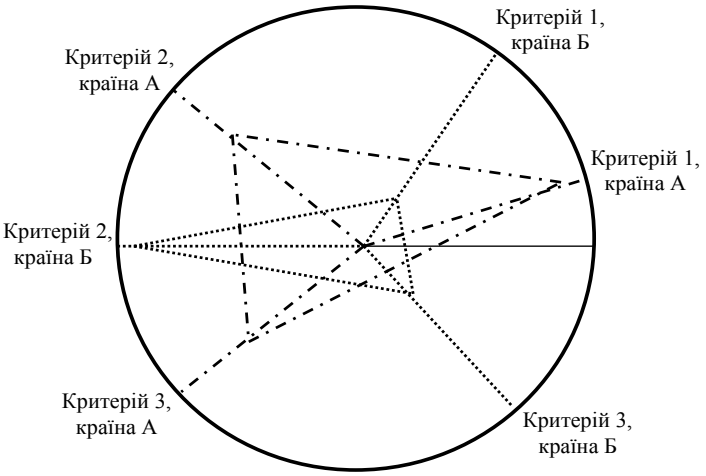

Рисунок 2 – **Радар оцінки конкурентоспроможності на міжнародному ринку**

Нами запропоновано послідовність оцінки та корегування конкурентоспроможності продукції на міжнародному ринку на прикладі продукції машинобудування (рис. 3).

Її застосування дозволяє корегувати характеристики продукції залежно від вимог ринку різних країн, підвищуючи тим самим конкурентоспроможність продукції, а також оптимізувати розподіл готової продукції залежно від поточного стану її конкурентоспроможності на сегментах міжнародного ринку.

Рисунок 3 – **Послідовність оцінки конкурентоспроможності продукції на міжнародному ринку**

Висновки за даним дослідженням і перспективи подальших розробок. Запропонований у роботі науково-методичний підхід до оцінки

конкурентоспроможності продукції на міжнародному ринку, що ґрунтується на графоаналітичному методі оцінки, забезпечує врахування особливостей сприйняття продукції на різних сегментах міжнародного ринку. На його основі в подальших дослідженнях можна формувати ефективні стратегії розвитку підприємств на міжнародному ринку.

1. Антонюк Л.Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації / Л.Л. Антонюк. – К. : КНЕУ, 2004. – 275 с.

2. Позняк С.В. Конкурентні переваги і конкурентоспроможність / С.В. Позняк // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – №1. – С. 50–55.

3. Гіл В.Л. Міжнародний бізнес: конкуренція на глобальному ринку / В.Л. Гіл – К. : Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2001. – 856 с.

4. Сіваченко І.Ю. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства (організації) / І.Ю. Сіваченко. – К. : ЦУЛ, 2003. – 186 с.

5. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства / І.З. Должанський, Т.О. Загорна. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.

6. Кныш М.И. Конкурентные стратегии : [учеб. пособие] / М.И. Кныш. – СПб, 2000. – 284 с.

7. Кононенко И.С. Метод зкспресс-анализа уровня конкурентоспособности продукции / И.С. Кононенко // Экономика Украины. – 2007. – № 2. – С. 80–83.

8. Лифиц И.М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг / И.М. Лифиц. – М. : Юрайт-М, 2001. – 224 с.

9. Лук'яненко Д.Г. Стратегії економічного розвитку в умовах глобалізації / Д.Г. Лук'яненко. – К. : КНЕУ, 2001. – 538 с.

Отримано 11.09.2010 р.