

Я.М. Галак, канд. екон. наук, доцент
Чортківський інститут підприємництва і бізнесу
Тернопільський національний економічний університет

І.М. Івашків, канд. екон. наук, ст. викладач
Івано-Франківський інститут менеджменту
Тернопільський національний економічний університет

**ВПЛИВ ПОТЕНЦІАЛУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ТА ОРГАНІЗАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ КОНКУРЕНЦІЇ НА РІВЕНЬ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ В МОЛОЧНІЙ ГАЛУЗІ**

Постановка проблеми. Проблема адаптації галузей та секторів національної економіки, зокрема молокопродуктового підкомплексу до ринкових умов та пошук організаційно-економічних механізмів щодо організації конкурентного середовища в національному господарстві загалом є актуальною і вимагає ряду наукових пошуків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Даній проблемі присвячені праці українських та російських вчених, зокрема Г. Азоева [1], Л. Александрова і Н. Карпової [2], Дж. Еванс та Б. Бермана [4],

А. Печенкіна та В. Фоміна [5], Л. Родіоновой, О. Кантора, Ю. Хакімовой [9], Ю. Рубіна [10], А. Светлова [11], А. Серпіліна [12], М.А. Татьянченко, Н.А. Литвиненко [13], Т. Уваровой [14], Г. Хедріха та Т. Йєннєра [15], К. Хэсг [16], Х. Фасхєв [17], А. Шадріна [18] та Ф. Шамрая [19] і Г. Табунія [19] та цілої когорти іноземних науковців, зокрема таких відомих науковців як М. Портера [6-8], Т. Дейвінпорта та Дж. Глейзіра [20], Н. Гейзера [21], Г. Джонсона [22] та К. Скулєса [22] та Г. Стока [23].

Постановка завдання Метою даного дослідження є характеристика та оцінка взаємозв'язку і впливу потенціалу конкурентоспроможності та організаційного механізму конкуренції на рівень конкурентоспроможності.

Виклад основного матеріалу Для обґрунтування об'єктивної відповіді на поставлені запитання, необхідно провести дослідження сутності поняття “конкурентоспроможність”. Так, на початку XIX століття Д. Рікардо обґрунтував теоретичні основи конкурентоспроможності продукції, реалізація продукції на зовнішньому ринку має бути високої якості, на відміну від тих, що вона виготовляє в своїй країні.

Така ідея була продовжена в працях Хекшера і Омєса в кінці XIX ст. Разом з тим ці економісти більший наголос ставили на наявність матеріально-грошових ресурсів, - до складу яких включають людський капітал, природно-економічні умови розвитку, наявність основних і оборотних фондів.

Дальший розвиток поняття конкурентоспроможності як економічної категорії знайшло своє відображення в роботах Дж. Р. Еванс та Б. Бермана [4]. Його основна думка про досягнення високого рівня конкурентоспроможності зводилася до того, що результативність поставлених завдань можна досягти шляхом скорочення матеріально-грошових ресурсів на виробництво продукції при одночасному зростанні обсягів виробництва. При цьому важливу роль в цій ситуації має відігравати впровадження інновацій, прогресивних форм організації і управління виробництвом. Отже, основна увага має бути зосереджена на економії витрат матеріально-грошових ресурсів, якісних характеристик виготовлюваної продукції [4, с. 17].

Значний теоретичний внесок у дальший розвиток змісту і поняття „конкурентоспроможність” зроблений вітчизняними і зарубіжними вченими, не дає остаточної відповіді щодо конкретного визначення сутності даної економічної категорії.

Конкурентоспроможність в економічній літературі в економічно розвинутих країн трактується як успішна реалізація продукції підприємства на міжнародному ринку по високих цінах, а також високий

рівень сервісного обслуговування, що сприяє більшій привабливості товарів цих виробників і в кінцевому підсумку призводить до конкурентних переваг.

Даний зміст конкурентоспроможності критично оцінюють вітчизняні економісти Ф.Ф. Шамрай і Г.В. Табунія, які доповнюють вищеописаний зміст конкурентоспроможності такими важливими чинниками, як рух пропозиції і попиту. Крім того ці вчені надають перевагу використанню основного критерію конкурентоспроможності, до якого відносять високі якісні параметри виробу, рівень цін, після продажний сервіс і ін. [19].

Як видно з огляду літературних джерел, існують різні підходи вчених-економістів щодо визначення сутності конкурентоспроможності товарів, що реалізуються на ринку.

Таким чином, окремі автори в поняття конкурентоспроможність включають найбільш важливі властивості продукції, до якої слід віднести якість, конструктивну надійність, витрати ресурсів, ціни і ін. [13, С. 39].

Інші ж вчені автори розглядають конкурентоспроможність продукції „... як сукупність властивостей продукції відповідати вимогам ринку у визначений момент” [2, С. 4].

Відомий сучасний класик з теорії конкуренції професор Гарвардського університету М. Портер виділяє чотири стадії розвитку конкурентоспроможності галузі, що визначають розвиток конкуренції в окремі періоди певної галузі. Визначальними, на думку М. Портера, є розвиток конкурентоспроможності певних галузей на основі: факторів виробництва, інвестицій, нововведень і багатства. За Майклом Портером, конкурентоспроможність – це рентабельність і продуктивність використання ресурсів [6-8].

В результаті проведеного аналізу літературних джерел і послідовного розкриття дефініції даного терміну, визначимо, що конкурентоспроможність молокопродуктового підкомплексу – це здатність формування, розвитку і діалектичної взаємодії ринкових компонентів, які спрямовані на створення конкурентного середовища, визначають успіх галузі на певному ринку при скоординованих і адекватних діях держави в умовах невизначеності і непередбачуваності у збуті продукції.

З метою комплексного підходу до вивчення проблеми конкурентоспроможності запропонована відповідна схема взаємозв'язку між рівнем конкурентоспроможності, потенціалом конкурентоспроможності і організаційним механізмом конкуренції (рисунок).



Залежність рівня конкурентоспроможності від потенціалу конкурентоспроможності та організаційного механізму конкуренції

Примітка: власна розробка авторів

Як видно з наведеної схеми, рівень конкурентоспроможності залежить від наявного її потенціалу та використовуваного механізму конкуренції. Аналізуючи та оцінюючи рівень потенційних можливостей молокопродуктового підкомплексу щодо лідерських позицій на ринку, необхідно враховувати такі умови як:

- 1) формування належної матеріально-технічної бази;
- 2) забезпечення кадрового потенціалу для використання передових технологій виробництва високоякісної продукції;
- 3) надходження постійної інформації про ринок ресурсів і продукції, а також про конкурентів.

Для досягнення найвищих конкурентних позицій молокопродуктової галузі на ринку продукції необхідно активно використовувати внутрішні механізми:

- 1) диверсифікацію продукції – для зростання і стабілізації попиту на ринку молокопродуктів;
- 2) управління якістю продукції – для забезпечення зростання реалізаційних цін на високоякісну кінцеву продукцію;
- 3) ресурсозбереження – для забезпечення зниження собівартості виробництва продукції.

Висновки. Отже, мотиви конкурентоспроможного функціонування в галузях народного господарства, зокрема в секторі переробки молока, зводяться до таких факторів: доступу до якісної і недорогої сировини, необхідності вміло та гнучко аналізувати ринок ресурсів, організовувати

співробітництво з товаровиробниками продукції та будувати їх на засадах прозорості, стабільності і паритетності.

Бібліографічний список: 1. Азоев Г.Л. Анализ деятельности конкурентов / Г.Л. Азоев – М.: ГАУ, 1995. 2. Александров Л.В. Выявление конкурентоспособной продукции / Л.В. Александров, Н.Н. Карпова – М., 1994. – 16 с. 3. Галак І.М. Порівняльна оцінка конкурентоспроможності регіональних молокопереробних підприємств в умовах ринку / І.М. Галак // Наукові праці Національного університету харчових технологій – 2006. – № 18. – С. 97-99. 4. Эванс Дж. Р. Маркетинг / Дж. Р. Эванс, Б. Берман [Пер. с англ.]. – М.: Экономика, 1993. – 335 с. 5. Печенкин А., Фомин В. Об оценке конкурентоспособности товаров и товаропроизводителей / І.М. Галак // Маркетинг, 2000. – № 2. – С. 23-28. 6. Портер М.Э. Конкуренция / М. Э. Портер. – М.: Вильямс, 2002. – 495 с. 7. Портер М. Международная конкуренция: Конкурентные преимущества стран: / М. Портер [пер. с англ.] – М.: Междунар. отношения, 1993. – 895 с. 8. Портер М.Е. Стратегия конкуренції: Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів / М.Е. Портер [пер. з англ. А. Олійник, Р. Скільський]. – К.: Основи, 1998. – 390 с. 9. Родионова Л.Н. Оценка конкурентоспособности продукции / Л.Н. Родионова, О.Г. Кантор, Ю.Р. Хакимова // Маркетинг в России и за рубежом – 2000. – № 1. 10. Рубин Ю. Стратегии конкурентного поведения субъектов предпринимательства: поиск рационального выбора / Ю. Рубин // Общество и экономика – 2005. – № 2. – С. 55-83. 11. Светлов А.Г. Оценка конкурентоспособности масложировых продуктов / А.Г. Светлов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2004. – № 3. 12. Серпилин А. Основные подходы к разработке и внедрению стратегии развития предприятия / А. Серпилин // Проблемы теории и практики управления. – 2000. – № 6. – С. 78-86. 13. Татьянченко М.А. Некоторые вопросы оценки экономических аспектов конкурентоспособности продукции / М.А. Татьянченко, Н.А. Литвиненко. – М.: Быки, 1981. – 160 с. 14. Уварова Т. Обеспечение конкурентоспособности как локальная функция управления предприятием / Т. Уварова // Предпринимательство, хозяйство, право. – 1999. – № 4. – С. 49-50. 15. Хэдрих Г. Стратегические факторы успеха на рынках потребительских товаров / Г. Хэдрих, Т. Йеннер // Проблемы теории и практики управления. – 1997. – № 1. – С. 110-115. 16. Хэссиг К. Время как фактор стратегии конкуренции / К. Хэссиг // Проблемы теории и практики управления. – 1995. – № 3. – с. 104-109. 17. Фасхиев Х.А. Как измерить конкурентоспособность предприятия? / Х.А. Фасхиев, Е.В. Попова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003. –

№ 4. 18. Шадрин А. Качество, конкурентоспособность, менталитет, сертификация / А. Шадрин // Стандарты и качество. – № 6. – 2002. – С. 68-73. 19. Шампрай Ф.Ф. Конкурентоспособность ведущих капиталистических стран в международной торговле / Ф.Ф. Шампрай, Г.В. Табуння – М.: ВНИИКИ, 1981. – 100 с. 20. Davenport T. Just-in-time delivery comes to knowledge management / T.. Davenport, J. Glaser // Harvard Business Review. – 2002. – Vol. 80. – №7 (July). – P. 107-111. 21. Gaither N. Production and operations management: A problem-solving and decision-making approach. Third edition. / N. Gaither – New York: The Dryden Press, 1987. – 884 p. 22. Johnson G. Exploring corporate strategy: Text and Cases. 4th ed / G. Johnson, K. Scholes – London: Prentice Hall, 1997. – 873 p. 23. Stalk G.J. Time – the next source of competitive advantage / G.J. Stalk // Harvard Business Review. – 1988. – Vol. 66. – №4 (July-August). – P. 41-51.

Галак Я.М., Ивашкив И.Н. Влияние потенциала конкурентоспособности и организационного механизма конкуренции на уровень конкурентоспособности в молочной отрасли. В статье предложена схема взаимосвязи между уровнем конкурентоспособности, потенциалом конкурентоспособности и организационным механизмом конкуренции. Определено, что уровень конкурентоспособности зависит от имеющегося ее потенциала и используемого механизма конкуренции.

Halak Ya., Ivashkiv I. Potential impact competitiveness and organizational mechanism competition 'competitiveness in the dairy industry. The paper proposed a scheme of the relationship between the level of competitiveness, and competitiveness of potential organizational mechanisms of competition.. Determined that the level of competitiveness depends on its existing capabilities and using the mechanism of competition.