

## **ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ З УРАХУВАННЯМ ВПЛИВУ ЗМІНИ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ**

**ПАСТІЧНИК І. Ю.**

*ст. викладач кафедри бухгалтерського обліку*

*Харківського національного економічного*

*університету імені Семена Кузнеця*

*м. Харків, Україна*

На сучасному етапі розвитку економіка України характеризується нестабільністю, спадом виробництва, зниженням конкурентоспроможності продукції, що виробляється, при посиленні конкуренції з боку іноземних виробників. Тому проблема управління конкурентоспроможністю продукції є досить актуальною.

Рівень конкурентоспроможності продукції залежить від ступеня відповідності ідеальним характеристикам для цільової групи покупців. Від рівня ж конкурентоспроможності продукції в свою чергу залежать конкурентні позиції підприємства на ринку.

Конкурентні позиції підприємства повинні характеризувати передумови досягнення підприємством того чи іншого нового положення на ринку. На думку автора, ці передумови визначаються трьома показниками. Це, з одного боку, оцінка стратегічних переваг підприємства, з іншого боку, оцінка конкурентних позицій виробника, і, нарешті, з третього боку оцінка кон'юнктури, тобто зовнішніх по відношенню до підприємства чинників впливу на його стан [1, с. 220].

Таким чином, конкурентоспроможність продукції, що випускається підприємством, можна представити у вигляді функціональної залежності від кон'юнктури ринку, конкурентного положення підприємства і конкурентних переваг, тобто

$$P_{\text{кc}} = F(\text{ОКР}, \text{ОКПП}, \text{РКМП}), \quad [3, \text{с. 289}] \quad (1)$$

де  $P_{kc}$  – рівень конкурентоспроможності продукції;  
ОКР – оцінка кон'юнктури ринку;  
ОКПП – оцінка конкурентних позицій підприємства–виробника;  
РКМП – рівень конкурентних можливостей підприємства.

В якості функції для оцінки рівня конкурентоспроможності продукції можна обрати середньоарифметичне бальних оцінок кон'юнктури ринку, конкурентних позицій підприємства-виробника та рівня конкурентних можливостей підприємства.

При оцінці кон'юнктури на майбутнє треба виходити, з точки зору автора, з того, що в кожен аналізований період кон'юнктура являє собою своєрідний результат взаємодії різних за тривалістю впливу, силою та напрямком впливу факторів, тобто кон'юнктура є функція взаємодіючих факторів. Це можна виразити таким чином:

$$K=F(T,Цф,Сф,Нф), \quad (2)$$

де  $K$  – кон'юнктура;

$T$  – тривалі тенденції (тренди);

$Цф$  – циклічні фактори;

$Сф$  – сезонні фактори;

$Нф$  – нерегулярні (випадкові) фактори.

Для оцінки кон'юнктури проводяться розрахунки на основі формули (3) з урахуванням трендових, циклічних, сезонних факторів, крім того, в цю формулу при прогнозуванні закладаються коефіцієнти ризику, що враховують випадкові або нерегулярні фактори.

$$ОКР=\sum_{n=1}^k G_n \cdot \alpha_n, \quad (3)$$

де  $G_n$  – величина  $n$ -го кон'юнктуруотворюючого фактора;

$\alpha_n$  – коефіцієнт значимості  $n$ -го фактора, тобто вага  $n$ -го кон'юнктуруотворюючого фактора;

$k$  – кількість кон'юнктуруотворюючих факторів.

При оцінці  $G_n$  необхідно врахувати напрямок впливу цього чинника. Тобто сприятливість або несприятливість  $n$ -го фактора може враховуватися шляхом

протилежного шкалювання при оцінці різноспрямованих кон'юктуроутворюючих факторів.

Крім того, з точки зору автора, необхідно враховувати при прогнозуванні кон'юктури ринку динамічний характер системи – ринку в цілому, або окремого сегменту, тобто зміну показників, що характеризують систему в часі внаслідок дій конкуруючих фірм. На думку автора, для такого прогнозу більш підходять методи, що спираються на природничонаукові закони.

При цьому виникає проблема розуміння фізичної природи економічної динаміки. Багато дослідників в цьому зв'язку покладаються на закони, відкриті синергетикою і теорією катастроф. На думку автора, є можливим доповнити ці знання розумінням законів, виявлених в рамках турбулентної теорії руху суцільних середовищ – рідини, газу, плазми. За багатьма, в тому числі і формальними, характеристиками економічне середовище ринкового товарного сегменту в умовах сучасної економіки, з деякою часткою умовності, також можна розглядати як суцільне. Найважливіша якість такого класу явищ полягає не в точковому, а принципово «широкосмуговому», тобто невизначеному як у фізичних, так і в економічних змінних, характері траєкторії розвитку.

У формалізованому виразі факт невизначеності інтегрованого енергетичного відгуку системи на збурення ( $E$ ) на відрізку часу ( $t$ ) полягає в невизначеності й варіативності в деяких випадках константи ( $C$ ) закону дисипації енергії суцільного середовища Колмогорова [2, с. 31]:

$$E=Ct^{2/3} \quad (4)$$

Щодо властивостей суцільні середовища поділяються на анізотропні і ізотропні.

Сегмент ринку, з точки зору автора, можна вважати анізотропною середою, оскільки властивості товарів, що утворюють даний сегмент різні.

Дослідження в галузі динаміки суцільних середовищ показують, що для анізотропних фізичних систем параметр  $C$  виявляється функцією їх лінійних розмірів:

$$C=\left(1-\frac{1}{L}\right)^n \quad (5)$$

де  $L$  – лінійний розмір системи (в даному випадку ємність ринку);

$n$  – кількість конкуруючих на даному ринку (сегменті) виробів.

Таким чином, можна стверджувати, що чим більша кількість товарів конкурують на ринку (сегменті), тим менший енергетичний відгук на місткість ринку загалом і на частку ринку кожного з конкурентів матиме дія одного з них.

Отже, на думку автора, прогнозоване значення кон'юнктури ринку ( $OKP_{np}$ ) на відрізка часу ( $t$ ) можна представити у вигляді:

$$OKP_{np} = E \cdot \sum_{n=1}^k G_n \cdot \alpha_n \quad (6)$$

Таким чином, на основі запропонованої методики будується схема оцінки рівня конкурентоспроможності продукції (рис. 1).

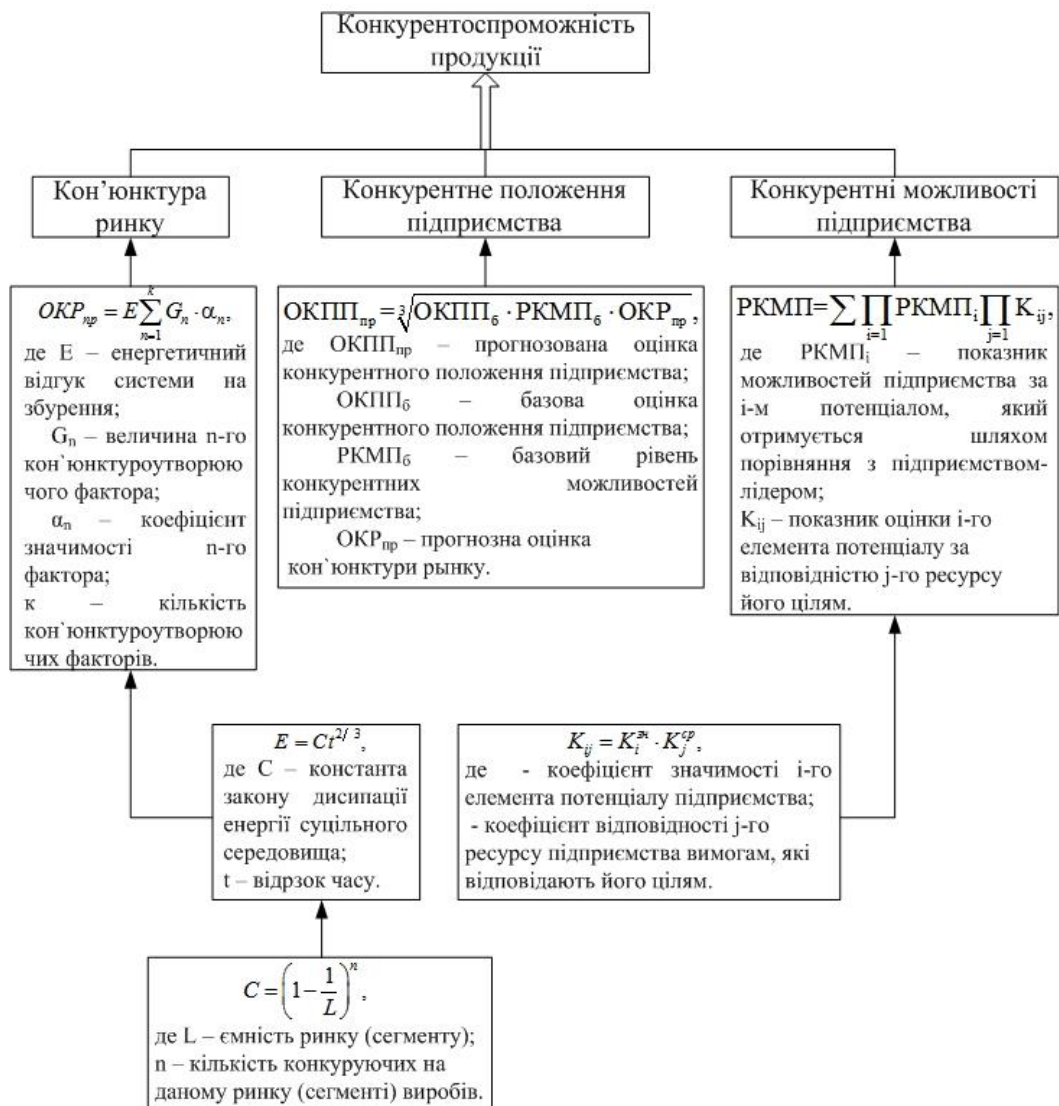


Рис. 1. Схема оцінки рівня конкурентоспроможності продукції

Практична цінність цієї методики прогнозування полягає в тому, що вона дає можливість запропонувати керівництву підприємства науково обгрунтовані рішення щодо вибору різних стратегій. Головне призначення цієї методики – зробити більш зрозумілим шлях вироблення рішення на основі виявлених базових конкурентних позицій підприємства, базових тенденцій, основних критичних зон, ризиків стрибкоподібних змін, найбільш складних проблем і визначення прогнозного стану підприємства. Таким чином, прогноз дозволяє розробити варіанти стратегії і різні програми, оцінити їх переваги та недоліки і зробити вибір, спланувавши всі заходи.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Іванов Ю. Б. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток: Монографія / Ю. Б. Іванов, П. А. Орлов, О. Ю. Іванова – Х.: ВД «ИНЖЕК», 2008 . – 351 с.
2. Колмогоров А. Н. Элементы теории функций и функционального анализа / А. Н. Колмогоров, С. В. Фомин. – М.: Наука, 1981. – 44 с.
3. Фартушняк О.В. Проблеми оцінки впливу кон'юнктури ринку на конкурентне становище підприємства в процесі управління конкурентоспроможністю його продукції // О.В. Фартушняк, І.Ю. Пасічник // БізнесІнформ. – 2013. – № 11. – С. 287-292.