

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ У ГЛОБАЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Якість продукції безпосередньо пов'язана з її конкурентоспроможністю. Якщо продукція якісна, то вона і конкурентоспроможна, користується попитом на внутрішньому та міжнародному ринках. Проте конкурентоспроможність продукції має свої теоретико-методичні особливості.

Конкуренція означає суперництво між окремими особистостями, господарськими одиницями на якому завгодно поле діяльності, які зацікавлені в досягненні однієї і тієї ж мети. Конкуренція виступає в якості основної рушійної сили ринкового господарства і сприяє виробництву якісної продукції, в тому числі у складних умовах сучасної «штормової економіки». Конкуренція є потужним засобом для зміни ринкової ситуації на користь того або іншого виробника.

Значний внесок у розвиток концепції конкурентоспроможності країн належить американським і західноєвропейським науковим центрам, серед яких слід виділити науково-дослідні колективи, очолювані відомими вченими такими, як М. Портер (США) [1], А. Гудман (Канада), Дж. Даннінг (Великобританія). В Україні на сьогодні мають місце серйозні розробки вітчизняних вчених таких, як Ю. Пахомов, Д. Лук'яненко, Б. Губський [2], О. Дерев'яноко та ін. У відповідності з методикою [2], «конкурентоспроможність промислової продукції визначається сукупністю властивостей цієї продукції, які входять до складу її якості, інших його властивостей, які забезпечують можливість реалізації продукції на конкурентному ринку, в період, який розглядається».

Не зупиняючись на всіх можливих визначеннях даного поняття, відзначимо, що з нашої точки зору, найбільш прийнятною виглядає така

дефініція. Під конкурентоспроможністю товару розуміють його здатність протистояти на ринку іншому або іншим товарів такого ж або аналогічного експлуатаційного призначення. Конкурентоспроможність являє собою мірило можливості товару бути проданим і, в свою чергу, приваблює покупця. Вона визначається споживчими властивостями товару і його ціною, їх співвідношенням.

В умовах глобалізації економіки, створення транснаціональних корпорацій (ТНК), підвищення вимог до конкурентоздатності товарів суттєво зростає кооперація кількох країн у створенні високоякісних інновацій. Тому національні компанії вимушені значно підвищувати ефективність своєї діяльності, або входити до ТНК, якщо їх зусилля неспроможні конкурувати з міжнаціональними об'єднаннями, які мають більші можливості у зосередженості відповідної кількості матеріальних та трудових ресурсів. Слід мати на увазі, що сучасне ринкове середовище має складний, непостійний характер. В умовах гіперконкуренції слід приділити увагу зменшенню періоду виходу товарів на ринок.

Заходи для створення конкурентоздатної продукції в умовах глобалізації мають також такі національні організації, як, наприклад Європейський союз. Вони націлені на створення найбільш конкурентоспроможної у світі динамічної економіки заснованої на знаннях. Для цього передбачено збільшення частини витрат на наукові дослідження у валовому внутрішньому продукті країн ЄС, посилення інноваційної складової у національній політики країн, стимулювання ринкового попиту на інновації та інші.

Необхідно визначити ефект від заходів міжнародної економічної діяльності (МЕД). Окрім джерел, зазначених вище, вони також розглянуті у роботах [4],[5],[6] та ін. Однак вони потребують подальшої доробки з урахуванням особливостей теперішнього стану глобалізації. Одна із них полягає у тому, що при розрахунках за кінцевий продукт існує дві формами їх проведення:

- 1) в загальноприйнятій міжнародній валюті в умовних одиницях (у.о.), на сьогодні найбільш розповсюдженими є долари США;
- 2) в національній валюті з конвертацією її у валюту прийнятому на міжнародному обігу.

Тому сумарний ефект у валюті Е, за реалізацію власної продукції в інших країнах, становить подвійну суму, де враховується кількість використаних валют та валютний курс в різних країнах. Також необхідно враховувати витрати на пристосування продукції до умов місцевого ринку (серед них можуть бути капітальні та поточні витрати). Вважаємо, що додаткові витрати у величині ефекту - E_{ij} . Відповідно

$$E = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m (E_{ij} - Z_d) \quad (1)$$

де E_{ij} – ефект від продажу товару в i -й країні при розрахунках у валюті даної країни з переводом її в найбільш поширену валюту; j – умовних одиниць (у.о.); n – кількість використовуваних валют, одиниць (од.); m – курси національних валют по відношенню до міжнародної валюти од.; Z_d – додаткові витрати, пов’язані з пристосуванням імпортного товару до місцевих умов (тис. у.о.).

Іншою особливістю є те, що на міжнародний ринок частіше, ніж на внутрішній, надходять нові, більш конкурентоспроможні товари і ефект від реалізації товарів конкретної фірми, що надійшов на ринок раніше, зменшується за період життєвого циклу товару.

Таким чином, можна також визначити ефект впливу ТНК та МЕЗ, в цілому, на економіку країни.

Список літератури:

1. Портер М. Е. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран / М.Е. Портер – М.: Альпина Паблишер, 2008. – С. 947.
2. Пахомов Ю.М. Національні економіки в глобальному економічному середовищі / Ю.М. Пахомов, Д.Г. Лук’яненко, В.Г. Губський . – К.: Україна, 1997. – С.273.
3. Методика визначення економічної ефективності витрат на наукові дослідження і розробки та їх впровадження у виробництво – К.: Міністерство економіки, 2006. – С.18.
4. Федоренко Н.І. Аналіз ефективності експортних та імпорتنних операцій / Н. І. Федоренко // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – № 10. – С. 120-123.
5. Дынкин А.А. Глобальная перестройка / А.А. Дынкин, Н.И.Иванова/ред. : Весь Мир, 2013. – С.528.
6. National Science Board. 2016 Science Engineering Indicators, 2016. Arlington National Science Foundation (N1B-2016-1). Table 4.4.