

В. В. ДИХА, М. Є. КАТАСОНОВ, студенти  
М. В. ДИХА, д-р екон. наук, проф.  
Хмельницький національний університет

## **КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ: СУТНІСТЬ ТА ПАРАМЕТРИ, ЩО ЇЇ ХАРАКТЕРИЗУЮТЬ**

*Висвітлено сутність конкурентоспроможності продукції. Охарактеризовано технічні, економічні та нормативні параметри конкурентоспроможності.*

Конкурентоспроможність продукції є багатоаспектним і багатовимірним поняттям. Це порівняльна категорія, оскільки оцінювання конкурентоспроможності здійснюється співставленням властивостей і характеристик продукції підприємств – конкурентів однієї галузі. В сучасній економічній науці обґрунтовано різні підходи до розуміння поняття «конкурентоспроможність продукції». Дослідники трактують конкурентоспроможність за наявністю ринкових переваг та ступенем задоволення попиту споживачів, за властивостями та характеристиками продукції, за прибутковістю виробника. Узагальненими характеристиками конкурентоспроможності продукції є ціна та якість, адже, наприклад, новітні технології здатні забезпечити відносно вищу якість і новітні ресурсозберігаючі технології здатні забезпечити виробництво продукції з порівняно меншими видатками (напр., на енергоресурси).

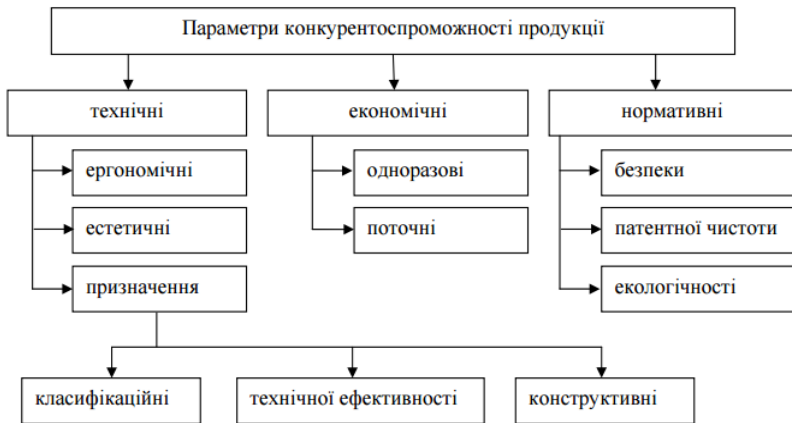
В широкому розумінні конкурентоспроможність трактується як зумовлене економічними, соціальними і політичними чинниками становище країни або її продуцента (продукція, послуга) на внутрішньому і зовнішньому ринках [1]. В умовах відкритої економіки конкурентоспроможність продукції (підприємства, країни) також може бути визначена як здатність продукції (підприємства, країни) протистояти міжнародній конкуренції на власному ринку і ринках «третьох країн» [1; 2].

Будь-яка продукція характеризується комплексом відповідних параметрів. Оцінюючи параметри продукції для визначення рівня її конкурентоспроможності, необхідно враховувати групу, яку вони представляють, ринкове середовище, взаємодію продавця та покупця, оскільки значення одного і того ж параметра може задовольняти споживача і не влаштовувати товаровиробника, і навпаки.

Серед параметрів конкурентоспроможності продукції виділяють економічні, технічні і нормативні (див. рис. 1).

Технічні і фізичні характеристики продукції, інформаційна виразність продукції за формою, композицією, оригінальністю, зовнішнім виглядом, відповідність продукції фізіологічним потребам людини під час її споживання або використання, корисний ефект від вико-

ристання продукції в певних умовах – це блок характеристик, що обґрунтовують технічні параметри продукції.



**Рис. 1.** Класифікація параметрів конкурентоспроможності продукції

Ергономічні показники характеризують відповідність продукції фізіологічним потребам та особливостям людини під час її споживання або використання. Естетичні параметри виражають відповідність продукції певним вимогам за формою, оригінальністю, композицією, зовнішнім виглядом. Параметри призначення описують галузь використання продукції та визначають функції, які вона виконує. Вони відображають корисний ефект від використання продукції в певних умовах. Параметри призначення поділяють на параметри технічної ефективності, класифікаційні і конструктивні. Класифікаційні параметри використовують для оцінювання продукції під час вибору сфери її застосування. Їх значення дає можливість віднести оцінювану продукцію, що представлена на ринку, до групи аналогічних товарів. Параметри технічної ефективності розкриваються в технічних характеристиках продукції, відповідності сучасним вимогам та науково-технічному прогресу. Конструктивні параметри характеризують склад товару, його параметри, розмір, масу, структуру тощо і обумовлені у проєктних та конструкторських рішеннях.

Економічні параметри конкурентоспроможності продукції характеризують витрати на виробництво товару, гарантію, сервісне і післяпродажне обслуговування.

До нормативних параметрів належать параметри безпеки, патентної чистоти та екологічності. Параметри безпеки та екологічності висувають вимоги до продукції, що встановлені діючими національ-

ними та міжнародними стандартами, нормативно-правовими актами, технічними регламентами, стандартами підприємств – виробників даного товару. Патентна чистота означає виробництво запатентованої продукції, ступінь впровадження у продукції технічних рішень, що не потрапляють під дію введених в країні патентів, де запланований збут. Звичайно, відповідає нормативним критеріям і виробництво продукції, наприклад, на основі ліцензій, франчайзингу.

Конкурентоспроможність сьогодні є універсальною категорією, необхідною вимогою, яка пред'являється відкритою економікою будь-якій країні, будь-якому суб'єкту господарської діяльності. Самооцінювання параметрів продукції для визначення рівня її конкурентоспроможності та оцінювання параметрів товарів – аналогів має бути систематичною процедурою виробників, що надасть інформацію про реальний стан конкурентоспроможності свого товару відносно конкурентів та слугуватиме основою для вчасного прийняття рішень щодо підвищення конкурентоспроможності.

### Література

1. Диха М. В. Глобальна конкурентоспроможність та інвестиційна привабливість України: стратегії реалізації : монографія / М. В. Диха. – Хмельницький : Цюпак А.А., 2011. – 207 с.
2. Диха М. В. Конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації / М. В. Диха, В. В. Салій // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 6, т. 2. – С. 231–234.
3. Шершньова З. Є. Стратегічне управління [Електронний ресурс] : підручник / З. Є. Шершньова. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Київ, 2004. – 699 с. – Режим доступу: <https://buklib.net/books/21968/>

Р. М. ДРАГАН, студент  
В. Й. БАКАЙ, канд. екон. наук, доц.  
Хмельницький національний університет

### ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗГЛЯДУ ЗАГРОЗ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

*Розглянуто теоретичні аспекти загроз економічної безпеки підприємства. Визначено причини їх виникнення та виділено найбільш значимі загрози економічній безпеці підприємства за її ступенями.*

Сучасні промислові підприємства змушені функціонувати в умовах нестабільності, глобалізації та мінливого зовнішнього середовища.