

ЕКОЛОГІЗАЦІЯ ТОВАРІВ, ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НА ІНТЕГРОВАНИХ РИНКАХ

Павленко О.П., к.е.н., доцент, Бабіров Е.Х., аспірант
Одеський державний екологічний університет, Україна

Рівень конкурентоспроможності вітчизняної економіки залишається порівно низьким. Так, якщо проаналізувати звіти Міжнародних економічних форумів, середнє значення індексу конкурентоспроможності вітчизняної економіки становить 4,03, що є значно менше ніж значення аналогічного показника для Російської Федерації, Польщі, Румунії, Угорщини та країн Прибалтики. У табл. 1 наведено динаміку індексу конкурентоспроможності України протягом 2007-2015 рр. у порівнянні з деякими іншими країнами.

Поняття конкурентоспроможності за Портером М.[2], згідно якої підприємство є конкурентоспроможним тоді коли воно функціонує в умовах збалансованого та вигідного для даного підприємства поєднання групи чинників, що впливають ззовні. Портер називає дані чинники чотирма силами: ринкова влада постачальників, ринкова влада споживачів, загроза появи нових гравців, загроза появи товарів-замінників. За Портером, підприємство може впливати на перелічені чинники і тим самим визначати рівень конкуренції у певній галузі.

Таблиця 1.

Динаміка індексу конкурентоспроможності вітчизняної економіки у
порівнянні з деякими іншими країнами протягом
періоду з 2007 по 2015 рр.[1]

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Середнє
Україна	4,03	3,97	4,08	3,95	3,90	4,00	4,13	4,05	4,13	4,03
Росія	4,13	4,19	4,31	4,15	4,23	4,21	4,19	4,24	4,37	4,22
Польща	4,38	4,28	4,28	4,32	4,5	4,46	4,46	4,45	4,48	4,40
Румунія	3,98	3,97	4,1	4,1	4,16	4,07	4,06	4,3	4,3	4,12
Грузія	3,75	3,83	3,86	3,8	3,86	3,95	4,07	4,21	4,21	3,95
Азербайджан	4,11	4,06	4,1	4,3	4,28	4,31	4,41	4,51	4,53	4,29
Угорщина	4,49	4,35	4,22	4,21	4,32	4,36	4,3	4,24	4,28	4,31
Туреччина	4,13	4,24	4,14	4,16	4,24	4,28	4,45	4,45	4,46	4,28
Литва	4,48	4,48	4,44	4,29	4,37	4,4	4,41	4,4	4,5	4,42
Латвія	4,47	4,4	4,25	4,05	4,13	4,24	4,34	4,39	4,49	4,31
Естонія	4,82	4,74	4,67	4,56	4,6	4,61	4,64	4,65	4,71	4,67
США	5,79	5,67	5,74	5,59	5,43	5,42	5,46	5,54	5,54	5,58
Китай	4,55	4,56	4,69	4,73	4,83	4,89	4,82	4,83	4,89	4,75

Для забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємство повинно не тільки правильно визначати та навчатись використовувати власні конкурентні переваги, а й сформувавши стратегію їх використання. Підприємство повинно знати та вміти визначати ключові напрями для підвищення конкурентоспроможності в умовах інтегрованості ринків.

Таким чином, можна навести декілька визначень конкурентоспроможності.

1. Конкурентоспроможність товару - це здатність товару зберегти частку на ринку при зменшенні якості і зростанні ціни.
2. Конкурентоспроможність товару - це потенційна можливість товару збільшити частку на ринку при зменшенні ціни і/або збільшенні якості.

Варто зауважити, що приведені тлумачення конкурентоспроможності не включає великої кількості чинників, які можуть мати вплив на попит на певний товар. До них можна віднести успішність маркетингових заходів підприємства, етап життєвого циклу галузі, етап життєвого циклу підприємства, рівень інновацій, які впроваджуються на підприємстві, кількість гравців на ринку, екологічність товару тощо. Більшість даних факторів впливають із єдиної наукової категорії - інтегрованості ринків:

- рівень успішності маркетингових заходів залежить від того наскільки успішним є маркетинг підприємств-конкурентів, що в умовах глобалізації та інтернаціоналізації ринків, розширює або звужує потенціал підприємства що збільшення обсягів реалізації;

- етап життєвого циклу галузі і самого підприємства залежать від того наскільки продукція, яку пропонує галузь відповідає актуальним потребам споживачів, що в умовах інтегрованості ринків переносить конкуренцію між товарами на міжгалузевий або інтернаціональний рівень;

- за умови високої інтегрованості ринків, кількість гравців, які діють у певній галузі може змінюватись, що зумовлено відсутністю вхідних і вихідних бар'єрів. Таким чином, значення ціни і якості у історичному аспекті є динамічними, оскільки на ринок може вийти новий гравець, який запропонує товар найвищої якості, що може вплинути рівень конкурентоспроможності іншої продукції, яка виробляється у певній галузі.

Дослідження тенденцій, які притаманні для вітчизняної економіки у сфері її конкурентоспроможності показало, що у умовах інтегрованості ринків на конкурентоспроможність товарів впливає ще такий фактор, як

екологізація товарів. На світовому ринку спостерігається постійне зростання попиту на екологічну продукцію, покупці готові купувати екологічний товар за вищими цінами. Ціна формується з врахуванням використання ресурсозберігаючих інноваційних технологій, які сприяють виробництву якісної екологічної продукції.

Це дало змогу запропонувати власне тлумачення сутності поняття конкурентоспроможності товару та встановити перелік факторів, які впливають на рівень конкурентоспроможності товарів. Конкурентоспроможність товарів слід розглядати у контексті інтегрованості ринків, оскільки сучасні ринки розвиваються в умовах посилення процесів глобалізації та інтернаціоналізації.

До перспектив подальших досліджень слід віднести необхідність аналізування рівня конкурентоспроможності товарів в умовах інтегрованості ринків. Це зумовлює доцільність визначення методології для аналізу та дослідження рівня конкурентоспроможності вітчизняних товарів.

Приведене дослідження дає змогу зробити такі висновки:

- споживачі у своїй більшості обізнані з найважливішими екологічними проблемами сучасності, розуміють необхідність їх подолання і готові сплачувати цінову надбавку за екологічні товари, тобто знаходяться у високому стані споживчої готовності;
- визначення специфіки запитів споживачів різних соціальних станів, статей і вікових груп стосовно різних груп екологічних товарів свідчить про певну гармонію їхніх інтересів при розв'язанні екологічних проблем сьогодення;
- наявність екологічно орієнтованих споживчих запитів і готовність значної частини споживачів сплачувати цінову надбавку за екологічні товари є чинниками екологічного втягування, які мотивують товаровиробників екологізувати продукцію й технології її виготовлення, сприяють формуванню і розвитку вітчизняного ринку екологічних товарів, які можуть знайти попит і на інтегрованих ринках.

Отримані результати доводять, що екологічність слід розглядати як важливий чинник конкурентоспроможності на інтегрованих ринках. Вітчизняні товаровиробники можуть точніше оцінити ринкові перспективи екологічних товарів різних типів (у більшості, інноваційних), окреслити цільові сегменти ринку, а також конкурентоспроможність конкретних продуктів на них і цілеспрямовано управляти нею. І Екологічні

товари (економічно ефективні й екологічно безпечні) дозволять розв'язати суперечності між економічним зростанням і забезпеченням екологічної безпеки, створять передумови для стійкого розвитку вітчизняної економіки.

Література:

1. *Бабіров Е.Х., Бець М.Т., Лучко Г.Й. Визначення сутності поняття конкурентоспроможності товарів із врахуванням інтегрованості ринків* *Ефективна економіка.* 2017. №3. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5504>: 25.05.2017).
2. *Близнюк С.В, Остапенко А.В. /Конкурентний потенціал підприємництва як категорія сучасних економічних досліджень Інвестиції: практика та досвід.* 2011. №7. С. 41-42.

УДК 339.664.

ЕКОЛОГІЧНА СКЛАДОВА В ЕКСПОРТНОМУ ПОТЕНЦІАЛІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Павленко О.П., к.е.н., доцент, Бабірлі У.Х., аспірант
Одеський державний екологічний університет, Україна

Глобалізаційні світові процеси активізують експортну діяльність підприємств, яка опосередковує транскордонні потоки товарів і послуг, а також є двигуном світового виробництва і має суттєвий вплив на навколишнє середовище. З одного боку, через зовнішньоторговельні канали реалізується продукція, вилучення і переробка якої, сприяє загостренню екологічної кризи, з іншого, здійснюється переміщення по всьому світу передових екологічних технологій, товарів і ноу-хау.

Актуальність і значимість набуває пошук компромісу, який передбачає скорочення екологічного навантаження, при зростаючих темпах науково-технічного прогресу. Передумови для цього процесу вже є. Утвердилась в останнє десятиліття концепція сталого розвитку, яка передбачає тісний зв'язок економічної і екологічної політики, яка поширюється і на формування експортного потенціалу підприємства.

Під експортним потенціалом країни, регіону, підприємства розуміється максимально можливий обсяг міжнародної торгівлі товарами і