

## **КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ГАЛУЗЕЙ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ РИНКУ ПРОДОВОЛЬСТВА**

**Яценко О. М., д.е.н., доцент**

Житомирський національний агроекологічний університет

У результаті глобалізації світова економіка стає єдиною цілісною, функціонально та інституційно-структурованою багаторівневою системою, характерною ознакою якої є асиметричний розвиток її елементів, зумовлений різницею явних і латентних потенціалів. Ключовим завданням за цих умов є забезпечення функціонування національних економік та їх секторів у довгостроковій перспективі і мінімізація фінансово-економічних, соціально-демографічних, політичних та екологічних ризиків. Провідним інтегруючим елементом глобальної економічної системи є світовий ринок і його структурно-галузеві сегменти. Глобалізація агропродовольчих ринків і вплив зовнішнього конкурентного середовища стають визначальними для суб'єктів господарювання, а глобальна взаємозалежність і комплементарність всіх секторів національних економік трансформують суспільно-політичні, організаційно-економічні, інформаційно-технологічні, еколого-ресурсні умови розвитку країн.

Основними детермінантами успіху в умовах глобального поступу стає структурна перебудова зовнішньоекономічного потенціалу зі стратегічною орієнтацією на експорт конкурентоспроможної агропродовольчої продукції. Важливою потенційною статтею експортного потенціалу вітчизняного аграрного сектора є продукція галузі бджільництва, оскільки Україна входить до провідних світових виробників меду за обсягом валового виробництва і рівнем споживання цього продукту. Зазначені фактори стали підґрунтям вибору емпіричної бази дослідження. Така ситуація вимагає теоретико-методологічного і науково-практичного переосмислення соціально-економічної місії як галузі бджільництва так і сільського господарства в цілому та визначення стратегічних орієнтирів відносно формування і реалізації її конкурентних переваг. Останні стають

підґрунтям конкурентних відносини, що визначають поведінку суб'єктів господарювання у межах національного інституційного середовища та конкурентний статус країни у системі міжнародних координат.

Серед наукових праць, в яких досліджуються теоретичні основи конкуренції, її сучасні форми і динаміка, засади формування та реалізації конкурентних переваг, світове конкурентне середовище, становлення новітніх заходів забезпечення конкурентних переваг, необхідно виділити дослідження таких зарубіжних вчених, як Г. Азоєва, М. Брандербургера, Р. Вернона, Г. Грубера, А. Маршалла, Дж. Мілля, Дж. Муру, Дж. Нейлбаффа, Б. Оліна, М. Портера, К. Прахалада, Д. Рікардо, Дж. Робінсон, А. Рум'янцева, Дж. Сакса, П. Самуельсона, А. Сливоцького, А. Смітта, Р. Фатхутдінова, П. Шоемейкера, Й. Шумпетера, Ф. Хайєка, Г. Хамела, Е. Хекшера, Дж. Хікса, Е. Чемберліна, О. Юданова та ін. Серед вітчизняних дослідників зазначені питання висвітлюються у працях Л. Антонюк, Я. Базилюка, А. Гальчинського, В. Гейця, Л. Євчук, Т. Зінчук, С. Кваші, М. Маліка, А. Філіпенко, О. Швиданенка, О. Школьного та ін. Разом з тим, проблеми становлення ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції і розвитку галузей сільського господарства в умовах глобалізації економіки залишаються недостатньо розкритими та обґрунтованими і не відображають синтезу інтересів суб'єктів глобальної економіки, особливо у секторальному аспекті.

*Метою статті* є системне дослідження теоретико-методологічних засад та науково-практичних рекомендацій відносно удосконалення сучасного методологічного інструментарію оцінювання конкурентоспроможності і конкурентних переваг національних галузей економіки в умовах адаптації країни до умов глобалізації.

Конкурентоспроможність суб'єктів і об'єктів виступає головною критеріальною ознакою ефективності господарської діяльності, вона базується на конкретному наборі якісних і кількісних та зовнішніх і внутрішніх конкурентних переваг. Необхідність оцінки зазначених показників обумовлена потребою визначення і встановлення впливу на результативність діяльності суб'єктів господарювання екзогенних і ендогенних факторів, визначення сучасних і перспективних тенденцій розвитку, можливостей і загроз та сильних і слабких

сторін, конкурентної позиції і статусу на ринку. Тому визначальною передумовою формування і реалізації конкурентних переваг агропромислових агентів ринку є діагностика рівня їх конкурентоспроможності та конкурентних переваг.

Дефініція методологічного інструментарію оцінки конкурентних переваг суб'єктів і об'єктів аграрного сектора в цілому і бджільництва зокрема, є структурним елементом загальної концепції. У сучасній економічній теорії і практиці не існує єдиної універсальної методики оцінки конкурентних переваг, що зумовлено розбіжностями у галузевому генезисі, спеціалізації, технологічному укладі, фінансово-економічному і організаційно-правовому стані, стратегічній зорієнтованості, рівні інтеграції у глобальний економічний простір тощо. Це у певній мірі створює проблеми оцінювання і, враховуючи відносний і порівняльний характер досліджуваного процесу та неузгодженість вітчизняної системи бухгалтерського обліку і статистичної звітності із світовою, можливість застосування єдиної методики для співставлення вітчизняних і зарубіжних конкуруючих одиниць бізнесу.

Дослідженню методів вимірювання конкурентних переваг присвячена значна кількість праць. Вартим уваги є підхід Л. Закревської до оцінки конкурентоспроможності підприємств, яка структурує методичні підходи за такими групами: ті, що базуються на теорії рівноваги підприємства та галузі А. Маршалла і теорії факторів виробництва; засновані на теорії ефективної конкуренції, висунутої Дж. М. Кларком; ґрунтуються на взаємозв'язку рівня конкурентоспроможності підприємства із показниками якості продукції, що випускається; структурні – рішення щодо дотримання тієї чи іншої позиції на ринку підприємство приймає, виходячи із рівня монополізації галузі; функціональні, суть яких полягає у визначенні співвідношення витрат, цін, завантаження виробничих потужностей, обсягів випуску продукції, норм прибутку тощо; оцінка конкурентоспроможності підприємства за характеристиками якості продукції («метод профілів»); матричні методи оцінки конкурентоспроможності підприємств<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Закревська Л.М. Оцінка конкурентоспроможності підприємств кондитерської промисловості / Л.М. Закревська // Економіка: проблеми теорії та практики: зб. наук. пр. / ДНУ. – 2004. – Вип. 195, т. 2. – С. 503–514.

Повністю поділяємо думку О. Царенко відносно того, що склад показників оцінки конкурентних переваг варіює залежно від галузевих особливостей підприємства. Збільшення числа досліджуваних показників підвищує достовірність одержуваного результату. З іншої сторони, зростає статистична помилка. Оцінка конкурентних переваг підприємства найчастіше проводиться шляхом порівняльного аналізу підприємств-конкурентів за встановленими показниками<sup>2</sup>. С. Мілевський поділяє підходи до визначення конкурентоспроможності на групи: методи визначення інтегрального показника конкурентоспроможності підприємства з використанням експертних оцінок; методи визначення конкурентного статусу фірми; графічні методи; методи, засновані на синтезі інтегрального показника з набору економічних показників; методи оцінки конкурентоспроможності підприємства за результатами виробничо-господарської діяльності; методи, основані на визначенні вартості бізнесу<sup>3</sup>.

Вагоме значення серед методичного інструментарію оцінки конкурентних переваг і конкурентоспроможності займають *соціологічні методи*. В науковій літературі соціологічний метод визначається як систематизований засіб досягнення теоретичного і практичного результату, вирішення проблеми або отримання нової інформації. Головна проблема – обрання методів, що є найбільш адекватними відносно об'єкта та предмета дослідження. Необхідно також враховувати фактор обмежених ресурсів та економічної доцільності. Враховуючи основні типи досліджень за різними класифікаційними ознаками, слід враховувати специфіку аграрного сектора і глобалізаційні трансформації економіки. Проте, недоліком соціологічних методів є суб'єктивний підхід дослідника, що збільшує можливість похибки.

В умовах глобалізації агропродовольчих ринків необхідно визначити перелік стратегічних галузей сільського господарства і провести глибоку діагностику їх стану і відповідних сегментів ринків із метою максимальної адаптації до конкурентних умов зовнішнього середовища і створення глобальних продуктів. Авторські узагальнення досліджень у даному напрямі дозволяють запропонувати

---

<sup>2</sup> Царенко О.В. Методи оцінки конкурентних переваг галузі промислових регіонів України / О.В. Царенко // Економічний простір. – 2009. – № 23/1. – С. 195–207.

<sup>3</sup> Черненко С.О. Конкуренція та ефективність товарних ринків в Україні: монографія / С.О. Черненко. – К., 2006. – 171 с.

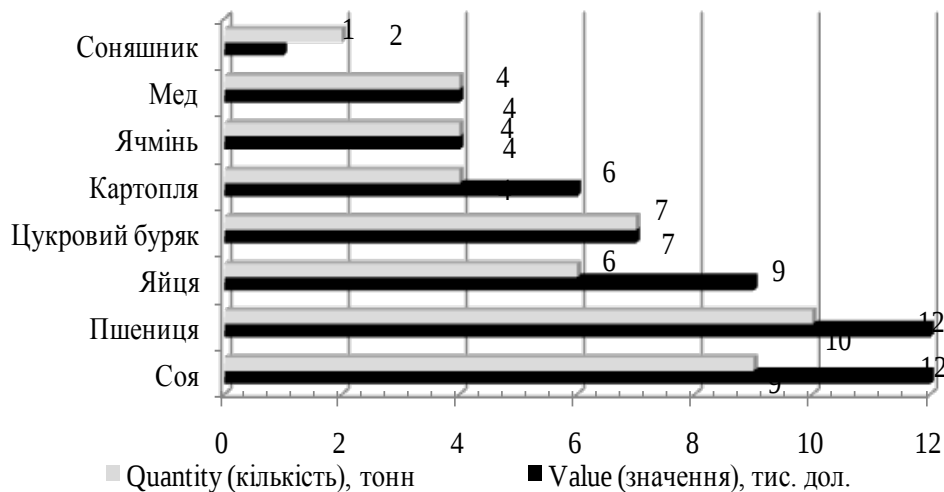
визначення, адекватне сучасним вченням і підходам. Пропонуємо під глобальним агропродовольчим продуктом розуміти сукупність параметричних характеристик продукції певної галузі із врахуванням особливостей країни походження, що уніфіковані і стандартизовані та відповідають глобальним потребам споживачів. В цьому контексті повністю поділяємо думку О. Швиданенка, який зазначає, що статус країн та інших функціонуючих суб'єктів на глобальному ринку залежить від їх конкурентоспроможності, яка характеризується частками у глобальному попиті та глобальній пропозиції<sup>4</sup>.

Україна інтегрована у глобальний світовий ринок і вже наразі її пропозиція щодо глобальних агропродовольчих продуктів складає вісім товарних позицій, проте переважають товари сировинного походження, про що свідчать статистичні дані FAOSTAT (рис.)<sup>5</sup>. В контексті глобалізації агропродовольчих ринків і необхідності виробництва глобальних агропродовольчих продуктів особливої уваги заслуговують як реальні, так і потенційні галузі сільського господарства, однією з яких є, як уже згадувалось, галузь бджільництва, адже Україна є провідним виробником меду. Протягом останнього десятиліття продукція галузі відзначається найвищими світовими нагородами за якість і смакові характеристики. Світові ніші у відповідному сегменті агропродовольчого ринку відносно вільні, у той час як світовий попит на відповідну продукцію продовжує зростати. Галузь бджільництва опосередковано здатна забезпечити внутрішню продовольчу безпеку, сприяти розвитку суміжних галузей сільського господарства та збереженню національних агроєкосистем, позитивно впливати на стан здоров'я нації, підтримувати розвиток сільських територій, зайнятість сільського населення, сприяти подоланню сільської бідності, забезпечити відповідні надходження до державного і місцевих бюджетів за рахунок розвитку агробізнесу і сплати відповідних податків, мати у достатній мірі експортний потенціал, бути затребуваною на міжнародних ринках та сприяти розвитку агробізнесу у галузі і аграрного сектора у цілому.

---

<sup>4</sup> Швиданенко О.А. Передумови забезпечення конкурентоспроможності країни в контексті прогресивних глобалізаційних тенденцій// Формування ринкових відносин в Україні: Зб. наук. пр., Вип. 3 (70). – К.: НДЕІ, 2007. – С. 43-51.

<sup>5</sup> Статистичні дані FAOSTAT [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://faostat.fao.org/site/339/default.aspx>.



**Рис. Місце України на світовому ринку серед виробників сільськогосподарської продукції**

Джерело: дані FAOSTAT за 2009 р.

Із позицій холістичної парадигми та у контексті концепції багатофункціонального розвитку сільського господарства логічним є висновок, що продукція бджільництва має оптимальний набір конкурентних переваг, це галузь унікальних резервів і здатностей, що дозволяє говорити про її поліфункціональну конкурентоспроможність. Пропонуємо ввести у науковий обіг зазначене поняття, адже вона не суперечить теорії багатофункціональності сільського господарства і не обмежується лише суспільними благами, її багатоаспектність і багатогранність проявляється у економіко-соціальному та еколого-ресурсному контекстах. Необхідність такого доповнення категоріального апарату обумовлена закономірністю методу операціоналізації понять і відображенням зазначених характеристик у галузевому та продуктовому аспектах. На основі методу термінологічного аналізу і методу операціоналізації понять пропонується під *поліфункціональною конкурентоспроможністю* розуміти сукупність організаційно-економічних, інституціонально-управлінських, соціально-фахових, природно-екологічних резервів і здатностей конкретної сільськогосподарської галузі, що реалізуються у товарних відносинах суб'єктів господарювання, при цьому позитивно впливають на довкілля і розвиток сільських територій. Іншими словами, це набір характеристик, які, з одного боку, незалежні один від одного, а з іншого, їх наявність і набір утворюють позитивний синергетичний чотириєдиний ефект у соціополітичному і еколого-економічному вимірах.

У контексті холістичної парадигми та із системних теоретико-методологічних позицій до оцінювання конкурентних переваг необхідно підходити у розрізі організаційно-економічних, суспільно-політичних та соціально-екологічних підходів: об'єкт, суб'єкт, довгострокова мета і короткострокові цілі, завдання і принципи дослідження; алгоритм діагностичних процедур екзогенного і ендогенного походження; інформаційно-технічне, інституціонально-правове і методологічне забезпечення.

Відповідно до сучасної економічної літератури, методичний інструментарій оцінки конкурентоспроможності і конкурентних переваг суб'єктів і об'єктів можна об'єднати у декілька груп: 1) методи, які базуються на оцінці порівняльних переваг; 2) методи, засновані на теорії рівноваги підприємства і галузі; 3) методи, побудовані на теорії ефективної конкуренції; 4) методи, засновані на теорії якості товару і послуг; 5) методи, які формуються на системі матричного (портфельного) аналізу; 6) методи, що базуються на теорії мультиплікатора; 7) комплекс інтегральних методів<sup>6</sup>.

Головними методологічними задачами вирішення проблеми підвищення конкурентоспроможності, у т.ч. поліфункціональної, виступають: 1) дефініція конкурентних переваг із позицій секторального підходу, визначення особливостей їх формування і реалізації; 2) визначення критеріїв поліфункціональної конкурентоспроможності та формування системи показників її вимірювання; 3) розроблення методичного інструментарію оцінки поліфункціональної конкурентоспроможності; 4) опрацювання методів формування алгоритмів підвищення

<sup>6</sup> Адамик В. Оцінка конкурентоспроможності підприємства / В. Адамик, Г. Вербицька // Вісн. Тернопільського нац. економ. ун-ту. – 2008. – № 1. – С. 69–78.

Базилук Я.Б. Конкурентоспроможність національної економіки: сутність та умови забезпечення: монографія / Я.Б. Базилук. – К.: НІСД, 2002. – 132 с.

Грозний І. Діагностика конкурентних переваг промислового підприємства / І. Грозний // Схід. – 2007. – № 2 (80). – С. 57–63.

Жовновач Р.І. Системний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства / Р.І. Жовновач [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/PORTAL/natural/Npkntu\\_e/2010\\_18\\_1/stat\\_18\\_1/50.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/PORTAL/natural/Npkntu_e/2010_18_1/stat_18_1/50.pdf).

Жуковський М.О. Оцінка конкурентоспроможності підприємств аграрного сектора економіки / М.О. Жуковський // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 9 (75). – С. 46–53.

Кіріченко Н.С. Методологічні підходи до оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств / Н.С. Кіріченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/chem\\_biol/nvlau/Ekon/2009\\_5/articles/N.S.\\_Kirichenko.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/chem_biol/nvlau/Ekon/2009_5/articles/N.S._Kirichenko.pdf).

Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия / Ю.Б. Иванов, А.Н. Тищенко, Н.А. Дробитько, О.С. Абрамова. – Харьков: Изд-во ХНЭУ, 2004. – 256 с.

Маршалл А. Принципы экономической науки / А. Маршалл. – К.: Прогресс, 1993. – 234 с.

Нужна О.А. Економічні механізми забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств: дис. ... канд. екон. наук: 08.07.02 / Нужна Оксана Анатоліївна; Луцький держ. технічний ун-т. – Луцьк, 2005. – 225 с.

Тарнавська Н.П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика / Н.П. Тарнавська. – Тернопіль: Економічна думка, 2008. – 570 с.

Царенко О.В. Методи оцінки конкурентних переваг галузі промислових регіонів України / О.В. Царенко // Економічний простір. – 2009. – № 23/1. – С. 195–207.

Черненко С.О. Конкуренція та ефективність товарних ринків в Україні: монографія / С.О. Черненко. – К., 2006. – 171 с.

конкурентоспроможності; 5) обґрунтування стратегічних і тактичних напрямів реалізації конкурентних переваг<sup>7</sup>.

Поліфункціональна конкурентоспроможність забезпечується визначеною кількістю компонентів, які, у свою чергу, характеризуються *набором конкурентних переваг первинного і вторинного походження*. Первинні конкурентні переваги забезпечуються за рахунок об'єктивних факторів, таких, як природний потенціал, географічне розташування країни-виробника і її кліматичний пояс, аборигенні породи й види фауни та флори і т.ін. Вторинні конкурентні переваги створюються за рахунок суб'єктивних факторів, таких, як кваліфікація, компетенції, навички персоналу, техніко-технологічне оснащення, рівень інформатизації виробничих процесів, рівень використання НДДКР та інноваційність продукту/послуги, енерго- та ресурсоемність виробничого процесу, інфраструктурне забезпечення, організаційна форма управління, використання маркетингового інструментарію і т.ін. (табл.). Кожна критеріальна одиниця резервів і здатностей (організаційно-економічна, інституціонально-управлінська, соціально-фахова, природно-екологічна) складається із набору незалежних змінних компонентів. Конкурентні позиції товару описуються рядом показників.

Таблиця

**Джерела формування конкурентних переваг як основи поліфункціональної конкурентоспроможності**

| Критерії            |                          | Генезис переваги (система показників) | Сутність фактора переваги                                                                                                                                                              |
|---------------------|--------------------------|---------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Резерви і здатності | Організаційно-економічні | Низькі витрати / ціна                 | Встановлення нижчих цін й отримання вищих прибутків виробникам; економія коштів споживачів                                                                                             |
|                     |                          | Диференціація товару                  | Унікальність товару, що забезпечує його найвищу споживчу цінність                                                                                                                      |
|                     |                          | Продуктивна капіталізація             | Більш продуктивне у порівнянні із конкурентами перетворення прибутку в додатковий капітал; доступ до фінансового капіталу                                                              |
|                     |                          | Ефективне управління                  | Компетентність, ефективність у керуванні і управлінні; переваги організаційної форми господарювання; гнучкість виробництва при зміні умов зовнішнього середовища; комерційне мистецтво |
|                     |                          | Швидкість реагування                  | Негайне і стрімке реагування на потреби ринку (часовий фактор)                                                                                                                         |
|                     |                          | Можливість імітації                   | Резерв імітації стосовно стратегії створення конкурентних переваг, методів конкуренції і виробництва продуктів аналогів або субститутів                                                |
|                     |                          | Частка ринку                          | Закріплення покупця або монополізації частини ринку; економія на масштабі виробництва                                                                                                  |
|                     |                          | Технологічні переваги                 | Спроможність до інновацій у виробничих процесах; здатності до інновацій у продукції (апітерапія); рівень якості технологічного оснащення; висока фондovіддача                          |
|                     |                          | Модерні інформаційні                  | Можливість контролю виробничих процесів; компетентність в                                                                                                                              |

<sup>7</sup> Yatsenko O. Methodological instruments of polyfunctional competitiveness evaluation (on the example of agriculture) / Olga Yatsenko // USA: The Advanced Science. – 2011. – November. – С. 30–35.

|  |                               |                            |                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--|-------------------------------|----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |                               | системи                    | управлінні бізнесом; можливість вчасно реагувати на ринкові умови, що постійно трансформуються                                                                                                                                                                                |
|  |                               | Концепція маркетингу       | Потужна мережа каналів реалізації, дистриб'юторів /дилерів; власна торговельна мережа; якісний сервіс; особливості способів продажу; повне задоволення купівельних запитів; достатній діапазон ширини і глибини асортиментного ряду продукції; привабливий дизайн і пакування |
|  | Інституціонально-управлінські | Державна підтримка         | Оптимальне поєднання ринкового і державного регулювання; система дотацій і субвенцій; ділова паритетна співпраця і кооперація бізнесу та державних органів; соціальна реклама; державна підтримка стратегічно значимих для країни галузей                                     |
|  |                               | Імідж і репутація          | Позитивний і сприятливий імідж й репутація країни походження; виробника; товару                                                                                                                                                                                               |
|  | Соціально-фахові              | Кваліфікація працівників   | Компетентність і адекватність у всіх сферах: виробництва, переробки, просування та реалізації, у т.ч. наукових дослідженнях; висока продуктивність праці (особливо в трудомістких виробництвах); ефект нагромадження досвіду                                                  |
|  |                               | Культура споживання        | Формування попиту у відповідності до традиційної культури і норм споживання                                                                                                                                                                                                   |
|  | Природно-екологічні           | Якість і безпека продукції | Сертифікація продукції, контроль якості і безпеки на всіх стадіях виробництва, зберігання, транспортування, реалізації продукції                                                                                                                                              |
|  |                               | Географічне походження     | Природно-кліматичні умови і територіальні особливості походження продукції                                                                                                                                                                                                    |
|  |                               | Природоохоронні заходи     | Позиціонування суб'єктом господарювання природоохоронних заходів через виробництво власних продуктів                                                                                                                                                                          |
|  |                               | Ресурсне забезпечення      | Доступність ресурсів і можливість їх комбінації                                                                                                                                                                                                                               |

Джерело: власні дослідження.

Показник поліфункціональної конкурентоспроможності можна представити як функцію від чотирьох змінних, кожна з яких є показником конкурентоспроможності за певною ознакою. Математично поліфункціональну конкурентоспроможність можна представити у вигляді:

$$PC = f(K_E, K_I, K_S, K_N), \quad (1.1)$$

- де  $PC$  – показник поліфункціональної конкурентоспроможності;  
 $E$  – організаційно-економічні резерви і здатності;  
 $K_E$  – показник конкурентоспроможності за ознаками даного критерію (організаційно-економічних резервів і здатностей);  
 $I$  – інституціонально-управлінські резерви і здатності;  
 $K_I$  – показник конкурентоспроможності за ознаками даного критерію (інституціонально-управлінських резервів і здатностей);  
 $S$  – соціально-фахові резерви і здатності;  
 $K_S$  – показник конкурентоспроможності за ознаками даного критерію (соціально-фахових резервів і здатностей);  
 $N$  – природно-екологічні резерви і здатності;  
 $K_N$  – показник конкурентоспроможності за ознаками даного критерію (природно-екологічних резервів і здатностей).

Основні ознаки кожного критерію ( $E, I, S, N$ ) описані в таблиці. Кожний із показників конкурентоспроможності  $K_E, K_I, K_S, K_N$  являє собою функцію від ознак свого критерію, тобто

$$K_E = f_E(f_E^1, f_E^2, f_E^3, \dots, f_E^n), f_E^i (i = \overline{1, n}), \quad (1.2)$$

де  $f_E^i (i = \overline{1, n})$  – компоненти критеріальної ознаки  $E$ ;

$n$  – кількість компонентів критеріальної ознаки.

У дослідженні виділяються:

$f_E^1$  – ціна;

$f_E^2$  – диференціація товару;

$f_E^3$  – продуктивна капіталізація;

$f_E^4$  – ефективне управління;

$f_E^5$  – швидкість реагування;

$f_E^6$  – можливість імітації;

$f_E^7$  – частка ринку;

$f_E^8$  – технологічні переваги;

$f_E^9$  – інформаційні системи;

$f_E^{10}$  – концепція маркетингу.

Дослідження конкурентоспроможності за перерахованими перевагами не обов'язково ґрунтується на всіх десяти компонентах. З метою визначення конкурентоспроможності за вказаними показниками, зручно представити зміну конкурентоспроможності у вигляді диференціалу:

$$K'_E = \sum_{i=1}^n \left( \frac{dK_E}{df_E^1} df_E^1 + \frac{dK_E}{df_E^2} df_E^2 + \frac{dK_E}{df_E^3} df_E^3 + \dots + \frac{dK_E}{df_E^{10}} df_E^{10} \right), \quad (1.3)$$

Або більш коротко:

$$K'_E = \sum_{i=1}^n K_E^1 + K_E^2 + \dots + K_E^n, \quad (1.4)$$

де  $K_E^i$  – конкурентоспроможність продукції, залежна від  $f_E^i (i = \overline{1, n})$ .

Складові даного розрахунку конкурентоспроможності визначаються різними відомими способами, що були зазначені раніше: або, наприклад, поданням інтегрального показника конкурентоспроможності<sup>8</sup>.

Аналогічним способом записуємо функції:

$$K_I = f_I(f_I^1, f_I^2), \quad (1.5)$$

де  $f_I^1$  – державна підтримка;

$f_I^2$  – імідж і репутація.

$$K'_I = \frac{dK_I}{df_I^1} df_I^1 + \frac{dK_I}{df_I^2} df_I^2, \quad (1.6)$$

або 
$$K'_I = K_I^1 + K_I^2, \quad (1.7)$$

де  $K_I^i$  – конкурентоспроможність продукції, що залежить від  $f_I^i (i=1,2)$ .

Далі,

$$K_S = f_S(f_S^1, f_S^2), \quad (1.8)$$

де  $f_S^1$  – кваліфікація працівників;

$f_S^2$  – культура споживання.

$$K'_S = \frac{dK_S}{df_S^1} df_S^1 + \frac{dK_S}{df_S^2} df_S^2, \quad (1.9)$$

або 
$$K'_S = K_S^1 + K_S^2, \quad (1.10)$$

Аналогічним методом визначаємо природно-екологічні резерви й здатності:

$$K_N = f_N(f_N^1, f_N^2, f_N^3, f_N^4), \quad (1.11)$$

де  $f_N^1$  – якість і безпека продукції;

$f_N^2$  – географічне походження;

$f_N^3$  – природоохоронні заходів;

$f_N^4$  – ресурсне забезпечення.

$$K'_{NI} = \frac{dK_N}{df_N^1} df_N^1 + \frac{dK_N}{df_N^2} df_N^2 + \frac{dK_N}{df_N^3} df_N^3 + \frac{dK_N}{df_N^4} df_N^4, \quad (1.12)$$

або 
$$K'_N = K_N^1 + K_N^2 + K_N^3 + K_N^4, \quad (1.13)$$

<sup>8</sup> Стратегическое управление организационно-экономической устойчивостью фирмы: Логистико-ориентированное проектирование бизнеса / А. Д. Канчавели [и др.]; под. ред. Колобова, И. Н. Омельченко. – М.: МГТУ им. Н. Э. Баумана, 2001. – 600 с.

де  $K_N^i$  – конкурентоспроможність продукції, що залежить від  $f_N^i (i = 1, 2, 3, 4)$ .

Дослідження поліфункціональної конкурентоспроможності проводиться за чотирма напрямками. На кожному етапі, аналізуючи конкурентоспроможність, наприклад, за факторами  $N$ , інші вважаються незмінними.

Записати модель поліфункціональної конкурентоспроможності, що враховує всі критеріальні ознаки складно, все залежить від того, за якими саме ознаками проводиться дослідження. Тобто, наприклад, якщо показник конкурентоспроможності представити у вигляді функції:

$$PC = f(Q, P, M, S), \quad (1.14)$$

де  $Q$  – показник якості продукції за певний проміжок часу;

$P$  – ціна продукції за певний проміжок часу;

$M$  – показник, що характеризує ефективність маркетингової стратегії відносно просування товару;

$S$  – вартість сервісного обслуговування устаткування із виробництва продукції,

то модель визначення величини конкурентоспроможності буде мати вигляд<sup>9</sup>:

$$PC = \sum_{i=1}^n \beta_{1i} \frac{Q_i^2}{2} - \sum_{i=1}^n \beta_{2i} \ln P_i + \sum_{i=1}^n \beta_{3i} \frac{M_i^2}{2} - \sum_{i=1}^n \beta_{4i} \ln S_i$$

Таким чином, модель поліфункціональної конкурентоспроможності можна представити як складну функцію:

$$PC = f(K_E, K_I, K_S, K_N), \quad (1.15)$$

або ж 
$$PC = K_E, K_I, K_S, K_N. \quad (1.16)$$

Таким чином, методичний інструментарій оцінки поліфункціональної конкурентоспроможності можна представити як складну функцію від чотирьох змінних критеріальних одиниць резервів і здатностей: організаційно-економічної, інституціонально-управлінської, соціально-фахової, природно-екологічної, кожна з яких складається із набору незалежних змінних, які можуть досліджуватися як разом, так і окремо. Підвищення конкурентоспроможності можливе за умови формування і реалізації більшої кількості конкурентних переваг первинного й вторинного походження.

<sup>9</sup> Гайнанов Д.А., Гузаирова Г.Р. Экономико-математическая модель оценки конкурентоспособности предприятия / Д.А. Гайнанов, Г.Р. Гузаирова // Экономика и управление народным хозяйством. Вестник УГТУ: Уфа – Т. 14, 2010, № 5 (40), с. 243-246.