

ОСНОВНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОСМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МЕБЛЕВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

УДК 339.137

Буйністрович З. В., студентка 4 курсу
ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація: у тезах досліджено сутність поняття «конкурентоспроможність підприємства», наведені основні фактори, що впливають на розвиток вітчизняного ринку меблів, визначені основні напрями підвищення конкурентоспроможності меблевих підприємств.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, фактори розвитку меблевого ринку, напрями підвищення конкурентоспроможності.

Abstract: in the theses the essence of the concept "competitiveness of the enterprise" is investigated, the main factors influencing the development of the domestic furniture market are determined, the main directions of increasing the competitiveness of furniture enterprises are determined.

Key words: competition, competitiveness, factors of development of furniture market, directions of increase of competitiveness.

Вивчення конкурентоспроможності має велике значення для підприємства, оскільки розвиток організації неминуче пов'язаний з конкуренцією й протистоянням на ринку іншим виробникам і постачальникам подібної продукції. У механізмі ринкової взаємодії конкуренція відіграє роль основної рушійної сили розширеного відтворення й ефективної самоорганізації. Створення стійких конкурентних позицій передбачає підвищення рівня конкурентоспроможності виробників. Таким чином, тема даної роботи є актуальною й досить важливою, оскільки конкурентоспроможність підприємства є однією з найважливіших категорій ринкової економіки і характеризує можливість та ефективність адаптації підприємства до умов конкурентного середовища.

Питання щодо ефективності функціонування меблевого виробництва набувають великого значення. Дослідженню цієї проблеми присвячено багато наукових праць таких вчених, як: О. Гуменюка, В. Максимова, С. Соколенка, В. Третяка, Г. Шевченка та ін. Серед вітчизняних і зарубіжних науковців вагомий вклад у розвиток сучасної

теорії конкурентоспроможності внесли К. Абаєв, І. Ансофф, В. І. Бокій, Л. В. Балабанова, І. З. Должанський, Т. О. Загорна, А. П. Градов та ін.

Думки вітчизняних і зарубіжних вчених з приводу даних питань різноманітні, інколи вони збігаються, а іноді існують певні протиріччя. Не зважаючи на численні розробки, деякі теоретико-методологічні проблеми, пов'язані з підвищенням конкурентоспроможності, і досі залишаються невирішеними. Зокрема, не достатньо повно розглянуто підвищення конкурентоспроможності меблевої промисловості.

Метою роботи є дослідження основних напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємств меблевої промисловості в Україні.

У сучасних умовах господарювання більшість підприємств перебувають у безперервному процесі вдосконалення системи управління, спрямованої на забезпечення стійких конкурентних позицій на ринку, пристосування до умов зовнішнього середовища, пошук способів протидії конкурентам, що обумовлюється необхідністю вирішення проблем, пов'язаних з підвищенням конкурентоспроможності вітчизняних підприємств як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Конкуренція неподільно пов'язана з конкурентними перевагами, які в свою чергу формують конкурентоспроможність. Конкурентним підприємством є таке підприємство, яке здатне пристосовуватися до несталих умов, ефективно функціонувати в умовах ризиків і невизначеності, виготовляти конкурентоспроможну продукцію [1].

Конкурентоспроможність підприємства – це його комплексна порівняльна характеристика, яка відображає ступінь переваг над підприємствами-конкурентами за сукупністю оціночних показників діяльності на певних ринках, за певний проміжок часу [2].

Український вчений О. Є. Кузьмін визначив категорію «конкурентоспроможність», як сукупність важелів і способів впливу на сфери створення й реалізації конкурентоспроможних товарів, цілі та відповідальність суб'єктів господарювання, що реалізуються за допомогою сукупності управлінських засобів [3].

Ще одним діячем, що займалася вивченням конкурентоспроможності підприємства є Л. В. Балабанова. Вона надала наступне визначення конкурентоспроможності – це сукупність

управлінських дій, спрямованих на дослідження діяльності активних і потенційних конкурентів, їхніх сильних і слабких сторін, а також розробку конкурентних стратегій, що забезпечують формування й підтримку довгострокових конкурентних переваг [4].

В даних визначеннях автори приділяють увагу дослідженню стійких конкурентних позицій на світовому ринку, але для цього підприємствам необхідно володіти конкурентними перевагами та вміло використовувати всі свої ресурси та можливості.

Український ринок меблів сьогодні ділять такі великі виробники й продавці, як «Меркс», «Енран», «Ліга-Нова», «Прогрес», «Аматі», Narbutas&Co, «Снайт», «Екмі», «Новий стиль», «Офіс Солюшнз» і «Артметалфурнітура» та ін. Такі великі підприємства володіють конкурентними перевагами та вправно використовують свої ресурси, адже мають стійкі конкурентні позиції на вже сформованому ринку.

До основних факторів, що впливають на розвиток вітчизняного ринку меблів, слід віднести [5]: структуру споживчих витрат (більше половини всіх витрат займають продовольчі товари, що суттєво обмежує розвиток непродовольчого сегмента); нестабільність попиту на меблі; пошук ринків збуту (бар'єрів для виходу на європейські ринки); динаміку цін на ресурси; показник стабільності в країні; розвиток продажів в Інтернет-магазинах; особливості державного регулювання (квоти, експортні норми); співвідношення ціни й якості асортименту; наявність фінансових і кредитних ресурсів, а також відсутність інвестицій.

Досліджуючи імпорт та експорт офісних меблів в Україні, важливо зазначити, що національні виробники співпрацюють із 50 країнами світу. Це свідчить, що вітчизняні виробники випускають конкурентоспроможну продукцію, яка користується попитом за кордоном.

Українська асоціація меблевиків (УАМ) співпрацює з українським урядом і розглядає питання стабілізації ринку меблів України (тобто утримання внутрішнього ринку від іноземних виробників), а саме [5]: створення механізму стимулювання інвестицій у перспективні вітчизняні наукові дослідження; впровадження стратегічних напрямів подальшого використання вітчизняного обладнання, фурнітури та матеріалів для нівелювання залежності від імпортних товарів; встановлення високих ставок імпортного мита; скасування ПДВ на ввіз сировини та

обладнання, що не виробляються в Україні; видача пільгових кредитів для експортно-орієнтованих компаній на рівні 5-7% річних; повна або часткова компенсація вітчизняним компаніям участі у закордонних виставках; зменшення кількості перевірок контролюючими органами.

Меблі є продуктом тривалого використання, тому його випуск характеризується рядом особливостей, а саме: складним виробничим циклом, вплив на який чинять технології; тривалим періодом виходу на ринок нових моделей; високими вимогами до якості; гарантійним і післягарантійним обслуговуванням; конкуренцією на ринку нових продуктів; тривалим періодом вибору та купівлі; моральним зносом товарів тривалого виробництва [5].

До основних напрямів підвищення конкурентоспроможності меблевого виробництва можна віднести: ґрунтовне вивчення запитів споживачів і аналіз конкурентів; обґрунтована рекламна політика; створення нової продукції; підвищення техніко-економічних і якісних характеристик продукції; виявлення і забезпечення переваг продукту порівняно з його заміниками; виявлення переваг і недоліків товарів-аналогів, які виробляються конкурентами, і використання одержаних результатів у діяльності фірми; модернізація обладнання; визначення можливих модифікацій продукту; всебічне зниження витрат; виявлення і використання цінових факторів підвищення конкурентоспроможності продукції; вдосконалення обслуговування у процесі купівлі та після продажного сервісу; пристосування продукції до роботи в різних умовах; диференціація продукції; посилення впливу на споживачів тощо.

Перспективними напрямками підвищення конкурентоспроможності у меблевому виробництві є: вдосконалення використання обладнання, матеріалів та енергії, а також організації процесу виробництва, покращення якості та своєчасності отримання інформації усіма ланками виробничого процесу.

Загалом, важливо вміти виявити й використовувати конкурентні переваги, якими володіє підприємство.

Отже, можна зробити висновок, що український ринок меблів має багато перспектив для свого розвитку. Серед основних шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства меблевої промисловості можна виділити: технологічне оновлення виробництва;

державний захист галузі, зменшення обсягів дешевого імпорту; вдосконалення якості, дизайну, збільшення асортименту.

Для того, щоб підприємство ефективно функціонувало на ринку меблів, необхідно постійно розвиватися, прагнути бути найкращим у всьому. Очевидно, що конкурентоспроможність є результатом діяльності всіх підрозділів підприємства в усіх напрямках виробництва та його обслуговування. Підтримка високої конкурентоспроможності підприємства означає, що всі його ресурси використовуються настільки продуктивно, що воно стає більш прибутковим, займає стабільне місце на ринку товарів і послуг та його продукція користується постійним попитом.

Література

1. Красностанова Н. Е. Стратегічний аналіз і оцінка конкурентоспроможності промислового виробництва / Н. Е. Красностанова, П. С. Маковеев // Фінансова консультація. – 2007. – № 21. – С. 55-59.

2. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства: Навч. посібник / І. З. Должанський, Т. О. Загорна. – Київ : Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.

3. Кузьмін О. Є. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: підручник / О. Є. Кузьмін, Н. І. Горбаль. – Львів : Компакт-ЛВ, 2005. – 304 с.

4. Балабанова Л. В. Управление конкурентоспособностью предприятий на основе маркетинга / Л. В. Балабанова, А. В. Кривенко. – Донецк : ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2004. – 147 с.

5. Сайт про меблеву промисловість. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://lifeinua.com/mebleva_promyslovist.

Науковий керівник,
ст. викл.

Запащук Л. В.