

Студент 6 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Анотація. Розглянуто основні проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємств та визначено основні шляхи її вирішення.

Аннотация. Рассмотрены основные проблемы повышения конкурентоспособности предприятий и определены основные способы ее повышения.

Annotation. The main problems of business competitiveness increase are considered and the basic ways to improve it are determined.

Ключові слова: конкурентоспроможність, економіка, ринок.

Проблема конкурентоспроможності підприємства носить у сучасному світі універсальний характер. Від того, наскільки успішно вона вирішується, багато чого залежить в економічному і соціальному житті будь-якої країни, практично будь-якого споживача. Трансформація, що відбувається в Україні змушує по-новому поглянути на проблему, виходячи з того, що розвинений конкурентний ринок буде незабаром диктувати рівень і динаміку розвитку продукції.

Головною метою дослідження є визначення основних перешкод формування конкурентоспроможності українських підприємств та шляхів її підвищення.

Проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємств вивчали як зарубіжні, так і вітчизняні вчені-економісти: А. Сміт, Азоев Г. Л., І. Батурина, Фатхундінов Р. А., Селезньов А., М. Портер та ін.

Проведене дослідження показує неоднозначність у тлумаченні понять, пов'язаних з конкурентоспроможністю, наявність різних трактувань залежно від освітлення поставлених у них питань. В узагальненому вигляді термін "конкурентоспроможність" визначається як змагальні, конкурентні відносини між двома або кількома економічними суб'єктами господарської діяльності, які проявляються у вигляді прагнення кожного з них обійти інших у досягненні єдиної мети, отримати більш високий результат. Щоб узагальнити економічну сутність даного поняття, проаналізуємо сучасні трактовки поняття "конкурентоспроможність" за різними авторами (табл. 1).

Таблиця 1

Сучасні трактовки поняття "конкурентоспроможність"

№	Автор	Визначення поняття "конкурентоспроможність"
1	А. Сміт [1, с. 27]	Вважав конкуренцію "невидимою рукою" ринку, що автоматично зрівноважує ринок і таким чином регулює відповідні приватні та громадські інтереси
2	Азоев Г. Л. [2, с. 257]	Конкурентоспроможність є конкурентною перевагою окремих характеристик, що є наслідком більш ефективного управління процесом розробки, реалізації та експлуатації запропонованої продукції
3	І. Батурина [3, с. 64]	Багатоаспектне поняття, що означає відповідність товару умовам ринку, конкретним вимогам споживачів не тільки за своїми якісними, технічними, економічними, естетичними характеристиками, але й за комерційними і іншими умовами його реалізації (ціна, строки поставки, канали збуту, сервіс, реклама)
4	Фатхундінов Р. А. [6, с. 21]	Характеристика товару, що відображає його відмінність від товару конкурента як за ступенем відповідності конкретній суспільній потребі, так і за витратами на її задоволення
5	А. Селезньов [4, с. 26]	Обумовлене економічними, соціальними, політичними факторами становище товаровиробника на внутрішньому і зовнішньому ринках, відображаючи через показники, що характеризують адекватно такий стан і його динаміку
6	М. Портер [5, с. 167]	Конкурентоспроможність підприємства – здатність успішно оперувати на конкретному ринку (регіоні збуту) у визначений період шляхом випуску та реалізації конкурентоспроможних виробів та послуг

З даного переліку визначень поняття "конкурентоспроможність" можна зробити висновок, що воно включає три основні складові. Перша жорстко пов'язана з продуктом і значною мірою зводиться до якості. Друга пов'язана як з економікою створення збуту і сервісу товару, так і з економічними можливостями й обмеженнями споживача. Нарешті, третя відбиває все те, що може бути приємно чи неприємно споживачу продукції.

На особливу увагу заслуговує модель національної конкурентоспроможності М. Портера, в якій, на думку автора, показниками конкурентоспроможності країни є чотири групи чинників, які формують національний "ромб", створюючи стійку систему, компоненти якої підсилюють дію один одного [1, с. 165–170].

Застосуємо дану модель до підприємства ТОВ "Кнауф Гіпс Донбас" та виділимо основні групи чинників, що визначають конкурентоспроможність даного підприємства (табл. 2).

Таблиця 2

**Групи чинників, що визначають конкурентоспроможність підприємства
ТОВ "Кнауф Гіпс Донбас"**

№	Групи чинників	Компоненти, що визначають конкурентоспроможність підприємства
1	Факторні умови	Підприємство постійно вдосконалює технології, збільшує обсяги продажу, має сильну технічну базу та висококваліфіковані кадри
2	Умови попиту	У підприємства сформувалася своя база постійних клієнтів та воно постійно працює над пошуком нових контрактів
3	Стан однорідних і обслуговуючих галузей	Будівництво не є високорозвинутою галуззю в країні
4	Стратегії фірми у певній конкурентній ситуації	Підприємство має розвинену систему збуту з представництвами в закордонних країнах, досконалу технологічну структуру та досить слабку конкуренцію

Виходячи з результатів вищенаведеної таблиці, можна зробити висновок, що підприємство ТОВ "Кнауф Гіпс Донбас" не володіє достатнім рівнем конкурентоспроможності за моделлю М. Портера. Якщо таким чином проаналізувати всі підприємства України, то можна зробити висновок що проблема підвищення конкурентоспроможності є головною для більшості з них.

Узагальнюючи всі вищенаведені визначення конкурентоспроможності, виділимо основні напрями, які враховує конкурентоспроможність (табл. 3).

Таблиця 3

Напрями, які впливають на конкурентоспроможність

№	Напрями, які враховує конкурентоспроможність
1	Конкретні вимоги потенційних споживачів до запропонованого на ринку товару
2	Розміри і динаміка попиту на продукцію
3	Рівень конкуренції на ринку відповідних товарів
4	Визначальні параметри продукції основних конкурентів
5	Розрахунковий рівень ринкової ціни товару
6	Термін окупності сукупних витрат, пов'язаних з проектуванням і просуванням на ринок нового товару
7	Найбільш перспективні ринки для відповідного товару та етапи закріплення на них

На основі проведеного аналізу можна зробити висновок, що конкурентоспроможність враховує соціальні, маркетингові, економічні, виробничі та комерційні інтереси і є перевагами на ринку, які забезпечуються привабливими для споживача властивостями, порівняно низькою ціною і експлуатаційними витратами, тобто це ринкова властивість товару, що означає його попит на ринку і приносить прибуток.

На сьогодні будь-яка промислова фірма, будь-який товаровиробник поставлені перед необхідністю вирішення життєво важливої для них проблеми конкурентоспроможності. Зсув центрів управління економічними явищами з макро- на мікрорівень вимагає розробки певних механізмів прийняття внутрішньофірмових рішень.

Ключовим етапом процесу прийняття того чи іншого рішення є аналіз альтернативних варіантів і вибір такого, який найбільш повно відповідає поставленим цілям. В умовах ринкових відносин конкурентоспроможність характеризує ступінь розвитку суспільства. Чим вище цей показник, тим вище життєвий рівень у цій країні. Найбільш системно й ефективно проблемами забезпечення конкурентоспроможності займаються в західних країнах і США.

Для України проблема збереження конкурентних позицій на світовому ринку стоїть особливо гостро, бо в сучасних умовах втрачаються ті фактори, які могли б забезпечити зростання конкурентоспроможності у майбутньому. На зовнішньому ринку продукція більшості українських виробників може бути реалізована тільки в рамках демпінгових і нелегальних угод. На світовому ринку конкурентоспроможними визнано менше 1 % українських товарів і послуг. Неможливо також говорити про прибутковість українського виробництва та експортних операцій.

Зробивши аналіз, можна дійти висновку, що основними проблемами конкурентоспроможності українських підприємств, як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках, є: нездатність виробляти товари, що забезпечують для громадян високий рівень життя, а також зберегти цей рівень на довгий термін; нездатність у рамках вільних ринкових умов виробляти товари та послуги, що відповідають вимогам міжнародного ринку; нездатність країни

домогтися високих темпів збільшення приросту ВВП на душу населення; нездатність підтримувати відносно високий рівень показників доходу та зайнятості населення.

Використовуючи досвід зарубіжних країн, структурна перебудова української економіки повинна бути орієнтована на використання інтелектуальних ресурсів і розвиток високотехнологічних виробництв. Усе це передбачає створення умов для безперервного оновлення технологій і асортименту продукції, зростання освітнього рівня та вдосконалення управління шляхом упровадження інновацій та науково-технічних досягнень, заснованих на новітніх знаннях і технологіях.

Серед пріоритетних напрямків діяльності з точки зору підвищення конкурентоспроможності українських підприємств можна виділити: імпортозаміщення виробництва; інформаційні технології; телекомунікації і зв'язок; безвідходне виробництво; охорону навколишнього середовища.

Трансформація економіки України викликає необхідність у нових підходах до проблеми якості та конкурентоспроможності; вимагає більш повного врахування виробниками ринкового фактора, зсуву від адміністративних важелів контролю якості до переважно організаційно-економічних заходів управління якістью; організації роботи з переходу у перспективі до тотального забезпечення якості. У силу своєї комплексності і багатогранності якість – проблема, що вимагає на рівні промислового підприємства форми узгоджених зусиль усіх підрозділів для прийняття рішень. Узгодженість зусиль – неодмінна умова підтримки якості продукції на необхідному рівні. Щоб дана умова дотримувалася в повній мірі, необхідна чітка програма дій, в якій формулюються цілі та завдання.

Отже, в умовах глибоких структурних змін міжнародного та національного ринку головне завдання підприємства полягає у знаходженні своєї ніші в жорстких умовах конкуренції на світовому ринку. Для цього підприємство, що діє в глобальній економіці, повинно враховувати особливості сучасного ринку. На перше місце в умовах глобальної економіки виходять такі чинники підвищення конкурентоспроможності підприємства: проведення інноваційної політики, яка визначає можливість підприємства конкурувати не тільки на внутрішньому, а й на зовнішніх ринках; наявність кваліфікованих трудових ресурсів, що відповідають вимогам міжнародного ринку праці; гнучка система управління якістю на підприємстві. Підприємство, чия стратегія визначається як глобальна, повинно враховувати також культурні, соціальні, політичні, технологічні, екологічні та юридичні особливості ринку окремо взятої країни.

Наук. керівн. Резнікова Т. О.

Література: 1. Портер М. Международная конкуренция / Портер М. – М. : Международные отношения, 1993. – 896 с. 2. Аналоуі Ф. Стратегічний менеджмент малих і середніх підприємств : підручник / Аналоуі Ф., Карами А. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 400 с. 3. Батурина І. Виробництво та пропозиція. Витрати і прибуток / Батурина І., Непрінцева Є. // Російський економічний журнал. – 1993. – № 3. – 119 с. 4. Миронов М. Г. Ваша конкурентоспроможність / Миронов М. Г. – М. : Альфа-прес, 2004. – 160 с. 5. Сіваченко І. Ю. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств : навч. посібн. / Сіваченко І. Ю., Козак Ю. Г., Єхануров Ю. І. та ін. ; за ред. І. Ю. Сіваченка, Ю. Г. Козака, Ю. І. Єханурова. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 436 с. 6. Фатхундінов Р. А. Управління конкурентоспроможністю організації / Р. А. Фатхундінов. – М. : Ексмо, 2004. – 544 с.