

Секція: Менеджмент и практики управління

Піскун Донатас Натанович

здобувач

Хмельницького національного університету

м. Хмельницький, Україна

НАПРЯМИ ПОСИЛЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА НА МІЖНАРОДНІЙ АРЕНІ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ

Велику роль для розвитку вітчизняних підприємств промисловості відіграє європейська інтеграція. Підприємствам варто активізувати діяльність щодо підвищення ефективності ведення фінансово-господарської діяльності, технологічного оновлення виробничих процесів, адаптації до динамічних умов функціонування тощо. Підвищивши власну конкурентоздатність, вітчизняні підприємства мають змогу розширити зовнішні ринки збуту продукції.

Зміцнення євроінтеграційних процесів, активним учасником яких є Україна, має значний вплив на усі сфери суспільного життя. Ці процеси позначаються на діяльності національних підприємств, особливо тих, які мають зовнішні зв'язки. Вихід на зовнішні ринки дає їм не лише доступ до нових джерел ресурсів та технологій, а й можливість розширення своєї діяльності, що є передумовою їх сталого економічного розвитку.

Зміна інтеграційних векторів держави зумовлює потребу підприємств обирати нові напрями, форми і види зовнішньої діяльності, потребу пошуку нових ринків і споживачів. При виході на зовнішні ринки для вітчизняних підприємств важливим є забезпечення таких переваг, які б гарантували можливість їх закріплення та розвитку в міжнародному конкурентному оточенні. При сучасних глобалізаційних процесах саме

конкурентоспроможність підприємств на зовнішньому ринку забезпечує передумови для сталого господарювання [1, с. 87].

Варто виокремити основні напрями розв'язання проблематичних аспектів відносно забезпечення відповідного рівня конкурентоздатності продукції, зокрема в розрізі: підвищення якості управління; удосконалення зв'язків із зовнішнім середовищем; упровадження (проведення) стратегічного маркетингу «виходу» і «входу» організації; удосконалення організації інноваційної діяльності; упровадження нових інформаційних технологій; упровадження нових фінансових і облікових технологій; аналіз ресурсоемності кожного товару за стадіями його життєвого циклу і впровадження ресурсозберігаючих технологій; підвищення організаційно-технічного рівня виробництва; розвиток логістики; розвиток тактичного маркетингу [2].

Можна виокремити основоположні напрями зростання конкурентоспроможності підприємства, а саме зростання обсягів реалізації продукту; поліпшення якості продукту, що випускається; зменшення витрат. Один з напрямів підвищення конкурентоспроможності – зростання обсягів реалізації продукту. Варто враховувати, що підвищення обсягів реалізації саме по собі не принесе бажаних результатів, оскільки при цьому не враховуються такі важливі показники, як величина витрат підприємства, його прибуток. При організації виробничого процесу та плануванні обсягів необхідно вирішити ряд завдань, одним з найважливіших з яких є визначення обсягу реалізації продукту, при якому буде забезпечена беззбиткова виробнича діяльність. Ще один напрямок – це поліпшення якості продукту, що випускається, що зробить вплив на: прискорення НТП, освоєння нових ринків, збільшення експорту тощо. Рішення проблеми якості продукту підніме імідж підприємства у покупців, стане запорукою виходу на зовнішній ринок, а також буде основою для зростання прибутковості. Зменшення витрат – це традиційний, сталий та найбільш

досліджений метод підвищення конкурентних переваг. В даному випадку у виграшному положенні знаходиться те підприємство, яке провівши ряд заходів досягнуло менших затрат, ніж інші підприємства. Але, в сучасних умовах утримати таку перевагу досить важко, тобто реалізація цього методу вимагає чіткої, скоординованої роботи співробітників по вдосконаленню технологій виробництва, логістики та НДДКР, менеджменту персоналу та організаційної культури. Підприємства, що вибирають шлях посилення конкурентних витрат, постійно аналізують витрати на всіх стадіях проектування, випуску і реалізації продукту.

Чималу роль займають маркетологи, які повинні безперервно займатися моніторингом ринку, проводити функціонально-вартісний аналіз, відстежувати новітні технології, а також витрати підприємств-конкурентів. Ще одним дієвим інструментарієм зростання конкурентоздатності підприємства є бенчмаркінг [3, с. 128-129].

Отже, існуючі позиції України на європейських ринках свідчать про низьку конкурентоспроможність вітчизняних товарів. Для того, щоб змінити дану ситуацію та підвищити рівень їх конкурентоспроможності, треба провести низку заходів, а саме: зміну технічної та технологічної баз, проведення інноваційної діяльності на підприємствах, запровадження новітніх технологій, підвищення кадрової кваліфікації, підвищення та дотримання стандартизації продукції, переорієнтацію на продаж високотехнологічних товарів та ін. Перш за все вітчизняні підприємства повинні користуватися досвідом високорозвинених країн, де питання їх конкурентоспроможності постійно перебуває у центрі уваги, тому що, як уже було зазначено, конкурентоспроможність підприємств країни та її продукції складає загальну конкурентоспроможність економіки усієї країни в цілому [4, с. 418].

Проблематика забезпечення рівня конкурентоспроможності продукції вітчизняних промислових підприємств країни є досить

важливою та вимагає подальших досліджень. Від рівня конкурентоспроможності продукції залежить розвиток промислових підприємств, зокрема й економіки країни в цілому. Господарюючі суб'єкти володіють достатнім експортним потенціалом, але кожне підприємство удосконалюючи систему управління повинно займатися вирішенням проблеми забезпечення конкурентоспроможності, володіти адаптивними методиками господарювання у мінливих умовах ведення бізнесу.

Література

1. Соколюк Г. О. Проблеми забезпечення конкурентоспроможності українських підприємств у контексті євроінтеграційних процесів / Г. О. Соколюк // Проблеми економіки. – 2015. – № 3. – С. 86-92.
2. Літвінова Ю. О. Проблеми забезпечення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах / Ю. О. Літвінова // Управління розвитком. – 2012. – № 9. – С. 35-37.
3. Калюжний В. Я. Підвищення конкурентоспроможності підприємства / В. Я. Калюжний, Т. Л. Зубко // Економіка. Менеджмент. Бізнес. – 2015. – № 3. – С. 127-132.
4. Самойлик Ю. В. Конкурентоспроможність продукції вітчизняних підприємств в контексті європейської інтеграції / Ю. В. Самойлик, О. А. Волошина // Глобальні та національні проблеми економіки: електр. наук. фах. вид. – Миколаїв : Миколаївський нац. ун-т, 2016 – № 9. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/>