

УДК 658:330.341

О. Р. Сергєєва,

к. н. з держ. упр., ст. викладач кафедри "Товарознавство і торговельне підприємництво",
Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

E. Sergeeva,

PhD from the state. management, Article. lecturer in "Commodity trade and business",
Dnepropetrovsk Alfred Nobel University

COMPETITIVENESS OF UKRAINIAN ENTERPRISES IN TODAY'S CONTEXT OF GLOBALIZATION

У статті досліджено аспекти підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, проведення аналізу та обґрунтування сутності конкурентоспроможності українських підприємств та розроблення шляхів її підвищення в умовах глобалізації. Розглянуто основні чинники, що впливають на конкурентоспроможність, прибутковість та досягнення відповідного рівня в галузі управління підприємством. Визначено, що реальні передумови підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств будуть більш ефективними внаслідок залучення до вигідних умов співпраці з іноземними партнерами всесвітньовідомих товаровиробників особливо при глобалізації економічних процесів у світовій економіці. Найважливішою передумовою підвищення конкурентоспроможності та стабільності діяльності підприємства є своєчасна розробка конкурентної стратегії ринку, продукту та технології, що відповідає рівню мінливості середовища.

This paper investigates aspects of improving the competitiveness of domestic enterprises, the analysis and justification of the nature and competitiveness of Ukrainian enterprises develop ways of increasing globalization. Considered Basic factors affecting the competitiveness, profitability and achieving the appropriate level in the field of management. Determined that the real prerequisites increase the competitiveness of domestic enterprises will be more effective as a result of favorable conditions to attract foreign collaboration of internationally renowned producers especially in the economic processes of globalization in the world economy. The most important prerequisite for competitiveness and sustainability of the company is the timely development of competitive strategy of market, product and technology, at the level of variability of the environment.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, інтеграція вітчизняної промисловості, прибутковість, управління, потенціал.

Key words: competition, competitiveness, integration of the domestic industry, profitability, management, potential.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Для України вихід на шлях економічного зростання після багаторічної кризи є не просто бажаним, а необхідним з точки зору існування незалежної суверенної держави. На цьому шляху Україна має подолати величезні труднощі, пов'язані із стратегічними помилками, що мали місце в ході проведення економічних реформ, недостатністю фінансових ресурсів та відсутністю загальнонаціональної ідеї економічного відродження держави.

Основним завданням для кожної країни є забезпечення конкурентоспроможності своєї економіки шляхом підвищення продуктивності і створення конкурентних переваг для національного виробництва. Результатом цього процесу мають стати підвищення рівня життя населення і висхідна траєкторія економічного зростання.

Питання визначення конкурентоспроможності та системи чинників її забезпечення є надзвичайно важливим для утримання певних сегментів ринку та загалом ефективного функціонування промислових підприємств. Завдання підвищення конкурентоспроможності підприємств завжди були в полі зору як зарубіжних, так і вітчизняних вчених, однак багато питань теоретичного, методологічного, а також практичного характеру на сьогодні залишаються не вирішеними внаслідок несистемного та епізодичного характеру їх дослідження.

Одним з основних чинників, що впливає на конкурентоспроможність, прибутковість та досягнення відповідного рівня в галузі управління підприємством є по-

внота використання можливостей даного підприємства, його потенціалу.

Потенціал підприємства — це не тільки наявні для використання ресурси та можливості підприємства, це й здатність підприємства ефективно їх використовувати. Неповне та невміле застосування ресурсів підприємства може привести його до нульових прибутків та до банкрутства. Тому вірне використання та оцінка складу потенціалу підприємства є досить важливим для подальшого його ефективного функціонування.

Для ефективного функціонування економіки в сучасних умовах необхідно розвивати конкуренцію: підвищувати конкурентоспроможність вітчизняного виробництва. Конкуренція є об'єктивним економічним законом товарного виробництва, який виражає внутрішні необхідні, стійкі та істотні зв'язки між відокремленими товаровиробниками в їх боротьбі за найбільшу результативність виробництва.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Проблеми визначення конкурентоспроможності підприємств розглядаються в численних наукових працях з економічної теорії, політичної економії, менеджменту організації та маркетингу. Серед них можна відмітити роботи таких вітчизняних авторів, як Антонюк Л.Л., Варналій З.С., Зозульов О.В., Герасимчук В.Г., Каніщенко О.А., Лисенков Ю.М., Мазаракі А.А., Олексюк О.І., Рєпіна І.М., Сіваченко І.Ю., Стрий Л.А., Фе-

донін О.С., Циганкова Т.М., Шнирков О.І., російських: Азоєв Г.Л., Багієв Г.Л., Моїсєєва Н.К., Синицький Б.И., Юданов А.Ю., та закордонних — насамперед: В. Олдерсона, Дж. Бемі, Ч. Гіпа, Г. Дея, К. Койна, Ж. Ламбена, Х. Олівера та інших.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою даної статті є проведення аналізу та обґрунтування сутності конкурентоспроможності українських підприємств та розроблення напрямів її підвищення в умовах глобалізації.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Забезпечення розвитку конкуренції є одним із найголовніших завдань економічної політики держави. Проте значний вплив на стан конкуренції справляє і міжнародний економічний простір, зокрема процес глобалізації, який на сьогодні активно розвивається та проявляється у найрізноманітніших сферах суспільного життя. Глобалізація сприяє поділу праці у світовому масштабі, що проявляється у посиленні конкуренції на товарних ринках внаслідок стимулювання міжнародного товарного обміну, що зумовлено лібералізацією торгівлі.

Головними перешкодами на шляху забезпечення конкурентоспроможності української економіки в глобальному середовищі є вузькість внутрішнього ринку, фіскальна спрямованість грошової політики, поширення корупції, тінізація економіки, відсутність достатнього фінансування науки, стимулів інвестиційно-інноваційної діяльності, недостатнє забезпечення та захист конкурентних переваг вітчизняних товаровиробників.

Крім того, українська економіка базується на традиційних видах виробництва, які не зазнавали значних змін протягом багатьох років. Збереження тенденцій спаду промислового виробництва може надовго зберегти технологічну та економічну відсталість не лише підприємств, а й країни, посиливши розрив з розвинутими державами світу.

Основними ознаками глобалізації є: інтеграція ринків; взаємозалежність і взаємопроникнення; тенденція до конвергенції; утворення цілісної економічної системи. Глобалізація відбувається у двох напрямках — усередину і назовні. Розвиток всередину означає, що процес йде шляхом розширення використання іноземних товарів, капіталу, технологій. Розвиток назовні свідчить про переважну орієнтацію держави на світовий ринок і глобальну експансію фірм. У цьому плані економічну глобалізацію прийнято трактувати як вищий, більш розвинений рівень інтернаціоналізації національних економік та їх розчинення в глобальному господарському механізмі.

В умовах глобалізації світової економіки глобалізується і конкуренція підприємств — товаровиробників. Практично завжди це конкуренція з відомими світовими виробниками. Сьогодні не можна розраховувати на те, що знайдеться ринок, недоступний для світових виробників, тому проблема забезпечення конкурентоспроможності власної продукції потребуватиме постійних рішучих дій для свого вирішення.

Конкуренція в економічному значенні — це боротьба підприємців за економічні вигоди від продажу товарів і послуг, а також за ринки постачання і збуту та робочу силу.

Явище конкуренції складається з таких елементів: умови функціонування конкуренції, механізм конкуренції та наслідки цих процесів для підприємств і економіки в цілому в умовах глобалізації.

Досягнення підприємствами переконливих, сталих, конкурентних переваг є одним з найважливіших категорій ринкової економіки, які характеризують здатність підприємства вчасно та ефективно адаптуватися до умов зовнішнього середовища, що швидко змінюється, протистояти кризовим явищам в економіці, виживати та розвиватися навіть за несприятливих макроекономічних умов.

Особливої актуальності це питання набуває сьогодні в ситуації виникнення та поглиблення світової фінан-

сово-економічної кризи, яка значною мірою ускладнює умови функціонування всіх суб'єктів господарювання, істотно посилюючи конкурентну боротьбу та ускладнюючи виживання підприємств в умовах ринку.

Сьогодні процес глобалізації для України є неминучим. Україна вступила до Світової організації торгівлі (СОТ), де діють закони виживання найсильнішого та найбільш конкурентного виробника. У цих умовах програють вітчизняні виробники, адже іноземні підприємства, що все більше виходять на український ринок, є технологічно сильнішими та конкурентоспроможнішими [1].

Формування ринкової економіки в Україні передбачає посилення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. В умовах глобалізації ринку проблема якості є актуальною для всіх країн та організацій, тому що тільки продукція високої якості може бути конкурентоспроможною. Ця проблема багатогранна і має політичний, соціальний, економічний, науково-технічний і організаційний аспекти.

Забезпечення цивілізованого розвитку ринку, тобто поліпшення якості й конкурентоспроможності вітчизняної продукції та забезпечення захисту інтересів та прав споживачів, — є однією з найважливіших прерогатив вступу України до багатьох впливових міжнародних організацій.

За таких умов необхідне визначення обґрунтованих шляхів підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств з метою їх інноваційного розвитку, що дасть їм змогу вдосконалитися та стати більш інвестиційно привабливими і, як наслідок, конкурувати з іноземними фірмами [2].

Однією з головних причин сучасної економічної кризи та низької конкурентоспроможності українських товарів та наданих послуг є нездатність вітчизняних підприємств боротися за розширення своєї частки на внутрішньому і зовнішньому ринках, просувати свої товари та формувати свого споживача, поставивши його інтереси у центр всієї виробничої та комерційної діяльності.

В умовах глобалізації світової економіки глобалізується і конкуренція українських товаровиробників. Практично завжди це конкуренція з відомими, крупними виробниками. Сьогодні не можна розраховувати на те, що знайдеться ринок, недоступний для світових виробників, тому проблема забезпечення конкурентоспроможності власної продукції потребуватиме постійних рішучих дій для свого вирішення.

Метою нашого дослідження є проведення аналізу та обґрунтування сутності конкурентоспроможності українських підприємств та розроблення шляхів її підвищення в умовах глобалізації.

Сьогодні процес глобалізації для України є неминучим. Україна вступила до Світової організації торгівлі (СОТ), де діють закони виживання найсильнішого та найбільш конкурентного виробника. У цих умовах, на жаль, програють вітчизняні виробники, адже іноземні підприємства, що все більше виходять на український ринок, є технологічно сильнішими та конкурентоспроможнішими [3].

За таких умов необхідне визначення обґрунтованих шляхів підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств з метою їх інноваційного розвитку, що дасть їм змогу вдосконалитися та стати більш інвестиційно привабливими і, як наслідок, конкурувати з іноземними фірмами [4].

Однією з головних причин сучасної економічної кризи та низької конкурентоспроможності українських товарів та наданих послуг є нездатність вітчизняних підприємств боротися за розширення своєї частки на внутрішньому і зовнішньому ринках, просувати свої товари та формувати свого споживача, поставивши його інтереси у центр всієї виробничої та комерційної діяльності [5].

В умовах глобалізації світової економіки глобалізується і конкуренція українських товаровиробників [1; 7]. Практично завжди це конкуренція з відомими, крупними виробниками. Сьогодні не можна розраховувати

на те, що знайдеться ринок, недоступний для світових виробників, тому проблема забезпечення конкурентоспроможності власної продукції потребуватиме постійних рішучих дій для свого вирішення.

На сьогоднішній день проблема підвищення конкурентоспроможності — дуже актуальна для підприємств України. Проблема підвищення конкурентоспроможності стосується практично всіх сторін життя суспільства. У розвинутих країнах, наприклад, вона постійно перебуває у центрі уваги державних діячів та ділових кіл. Загострення конкурентної боротьби за збут продукції, за місце на ринку змушує підприємства постійно шукати нові можливості й резерви для збуту своєї продукції, удосконалювати технологію з метою створення якісних товарів [2].

Для того, щоб успішно діяти в умовах ринкової економіки, підприємство повинно оперативно формувати раціональні варіанти відповідей на всі зміни, які щоденно, виникають у процесі його ділової активності [5].

Для підвищення конкурентоспроможності підприємства необхідно обрати свою стратегію діяльності: поглибленого проникнення, розширення використання, розширення ринку. Вибір тієї чи іншої стратегії необхідно поєднувати з комплексом заходів, які дозволять стати підприємству конкурентоспроможним [6].

Крім того, важливими шляхами підвищення конкурентоспроможності українських підприємств на сучасному етапі є: створення іміджу підприємства "справедливих" цін за рахунок відповідності ціни і якості; розширення асортименту випускаємої продукції; стимулювання продажів за рахунок проведення різноманітних акцій; виконання основних вимог збутової логістики; поліпшення кадрового потенціалу та управлінської структури; наявність конкурентоспроможних вітчизняних постачальників;

Отже, можна зробити висновок, що для динаміки розвитку України в умовах глобалізаційних процесів, конкурентоспроможність підприємств має велике значення. Лише дія у комплексі може вивести українську продукцію на високий рівень конкурентоздатності. Українські підприємства мають потенціал та можливість до підвищення ролі конкурентоспроможності їхньої продукції, а тим самим і до займання провідних і домінуючих позицій на українському ринку.

Визначним етапом у роботі із забезпеченню конкурентоспроможності є централізована система управління конкурентоздатністю на стадіях розробки та створення нових видів продукції, виробництва та збуту. Особливу увагу потрібно приділяти стадії виробництва, адже саме в ній матеріалізуються важливі елементи конкурентоспроможності.

Зміни полягають у тому, що якість та витрати на виробництво, а також інші показники діяльності підприємства повинні розглядатися комплексно та оцінюватися за кінцевим результатом — конкурентоспроможністю продукції, а тим самим і конкурентоспроможністю підприємства.

Реалізація вищевказаного підходу можна за допомогою наступних напрямів:

- удосконалення організаційної структури маркетингової служби підприємства, виробничої системи якості, розробка чітких стандартів їхніх функціональних завдань й обов'язків усього колективу;

- комплексного охоплення у межах єдиної управлінської стратегії всіх компонентів і напрямків маркетингових досліджень: продукції, цін, ринків, реклами, інформаційної бази, їх чіткої орієнтації на розв'язання завдань підвищення конкурентоспроможності підприємства, просування товару на ринки збуту;

Найважливішою передумовою підвищення конкурентоспроможності та стабільності діяльності підприємства є своєчасна розробка конкурентної стратегії ринку, продукту та технології, що відповідає рівню мінімальності середовища.

Таким чином, базуючись на досвіді роботи вітчизняних підприємств, українським товаровиробникам при

розробці програми підвищення конкурентоспроможності необхідно:

- створити в рамках апарату управління, спеціалізовану службу маркетингу, яка надасть змогу ефективно досліджувати ринок;

- впроваджувати централізовану систему управління якістю продукції;

- регулярно проводити діагностування та прогнозування зовнішнього середовища за для виявлення потенційно можливих негативних аспектів;

- здійснювати збалансовану програму інвестування та удосконалення виробництва;

- залучати на умовах добро партнерських відносин іноземні підприємства з новими технологіями на умовах давальницької сировини.

ВИСНОВКИ

Таким чином, можна зробити наступний висновок про те, що реальні передумови підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств будуть більш ефективними внаслідок залучення до вигідних умов співпраці з іноземними партнерами всесвітньовідомих товаровиробників особливо при глобалізації економічних процесів у світовій економіці.

Література:

1. Krugman P.R. Geography and Trade. Cambridge. — MA: MIT Press. — 1991.
2. Портер М. Конкуренція / М. Портер. [пер. с англ.]. — М.: Издательский дом "Вильямс", 2006. — 608 с.
3. Амоша О.І. Перспективи формування транскордонних єврорегіональних інноваційних систем і нанотехнологічних кластерів / О.І. Амоша, В.І. Ляшенко // Соц.-екон. пробл. сучас. періоду України. — 2008. — Вип. 3. — С. 159—176.
4. Бубенко П.Т. Інноваційний розвиток регіонів: монографія / П.Т. Бубенко, О.Б. Снісаренко. — Х.: Вид-во "Форт", 2009. — 160 с.
5. Геєць В. Кластери і мережеві структури в економіці — тема досить цікава, але на сьогодні ще до кінця не вивчена / Економіст. — 2008. — № 10. — С. 10—11.
6. Мартиняк І. О. Формування кластерної політики як механізму вдосконалення інфраструктури функціонування малого і середнього інноваційного бізнесу в регіоні / І. О. Мартиняк // Регіональна економіка. — 2008. — № 4. — С. 54—62.
7. Онишко С. В. Державне регулювання кластеризації економіки як напрямок розбудови національної інноваційної моделі / С. В. Онишко // Актуальні проблеми економіки. — 2010. — № 11. — С. 55—61.

References:

1. Krugman, P. (1991), Geography and Trade, MIT Press, Cambridge, UK.
2. Porter, M.E. (2006), Konkurencija [Competition], Publishing house "Williams", Moscow, Russia.
3. Amosha, O.I. and Ljashenko, V.I. (2008), "Prospects of cross-border Euroregional innovation systems and nanotechnology clusters", Sots.-ekon. probl. suchas. periodu Ukrainy, vol. 3, pp. 159—176.
4. Bubenko, P.T. and Snisarenko, O.B. (2009), Innovatsijnyj rozvytok rehioniv [Innovative development regions], Vyd-vo "Fort", Kharkov, Ukraine.
5. Heyets, V.M. (2008), "Clusters and network structure in the economy — the topic is interesting enough, but it is still not fully understood...", Ekonomist, vol. 10, pp. 10—11.
6. Martyniak, I.O. (2008), "Formation of cluster policy as a mechanism for improving the infrastructure operation of small and medium-sized innovative businesses in the region", Rehional'na ekonomika, vol. 4, pp. 54—62.
7. Onishko, S.V. (2010), "Clustering State regulation of the economy as a way of building a national innovation model", Aktual'ni problemy ekonomiky, vol. 11, pp. 55—61.

Стаття надійшла до редакції 17.06.2014 р.