

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

О.В. ГУДИМА,
студентка, Національний університет харчових технологій
Ю.Г. ЛЕВЧЕНКО,
к.е.н., доц., Національний університет харчових технологій

Забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств харчової промисловості на міжнародному ринку

Можливість країни зайняти гідне місце в глобальній економіці залежить від можливостей її фірм утримати гідні місця на світових ринках. Тому в сучасному світі досягнення і підтримання конкурентоспроможності підприємств на зовнішніх ринках є необхідною умовою підвищення національної конкурентоспроможності.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, забезпечення конкурентоспроможності, міжнародний ринок.

Е.В. ГУДИМА,
студентка, Национальный университет пищевых технологий
Ю.Г. ЛЕВЧЕНКО,
к.э.н., доц., Национальный университет пищевых технологий

Обеспечение конкурентоспособности отечественных предприятий пищевой промышленности на международном рынке

Возможность страны занять достойное место в глобальной экономике зависит от возможности ее предприятий удерживать достойные позиции на мировых рынках. Поэтому в современном мире достижение и поддержание конкурентоспособности предприятий на внешних рынках является необходимым условием повышения национальной конкурентоспособности.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, обеспечение конкурентоспособности, международный рынок.

Ensuring the competitiveness of domestic food industry enterprises in the international market

The country's ability to take a worthy place in the global economy depends the ability of its firms to maintain decent seats in world markets. Therefore, in today's world, achieving and maintaining the competitiveness of enterprises in foreign markets is a prerequisite for increasing national competitiveness.

Keywords: competition, competitiveness, competitiveness, international market.

Постановка проблеми. Проблема підвищення конкурентоспроможності є досить актуальною для вітчизняних виробників експортної продукції, проте товари, які реалізуються переважно на внутрішньому ринку також залучаються до процесу міжнародної конкуренції, адже вони конкурують з імпортними товарами. Збереження позицій на внутрішньому ринку є важливою передумовою високого рівня конкурентоспроможності на зовнішньому ринку.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Дослідженню забезпечення конкурентоспроможності підприємства на міжнародному ринку присвячені праці М. Портера, І. Ансоффа, А. Курно, Ф. Еджуорт, Дж. Робінсона, Ж.–Ж. Ламбена, Ф. Котлера, Д. Кемпбела, Дж. Стоунхауса, Б. Х'юстона, С.І. Савчука, Г.Л. Азоева, А.Ю. Юданова та ін.

Метою статті є визначення ключових напрямів підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняних підприємств харчової промисловості на міжнародному ринку.

Виклад основного матеріалу. Причинами виходу вітчизняних підприємств харчової промисловості на міжнародний ринок є можливість збільшення масштабів виробництва, отримання доступу до ресурсів інших країн, географічна диверсифікація ринку. Для ефективного функціонування на міжнародному ринку необхідно враховувати тенденції світового розвитку і, у відповідності до цих тенденцій, проводити політику, яка спрямована не лише на зниження витрат на виробництво і реалізацію продукції, але також необхідно комплексно підвищувати ефективність внутрішніх і зовнішніх факторів, що забезпечують конкурентоспроможність підприємства.

При здійсненні зовнішньоекономічної діяльності важливою задачею для вітчизняних підприємств є вибір форми присутності на зовнішньому ринку.

До моделей виходу на зовнішній ринок відносять експорт, спільна підприємницька діяльність та пряме інвестування. Способи виходу на ринок відрізняються в залежності від рівня ризику, величини затрат при входженні на ринок, дохідності.

Конкурентоспроможність підприємства є однією з найважливіших категорій ринкової економіки, що характеризує можливість і ефективність адаптації підприємства до умов ринкового конкурентного середовища.

Підвищення конкурентоспроможності підприємства – це запорука підвищення конкурентоспроможності країни.

Під поняттям конкурентоспроможності підприємства передбачається його здатність випускати конкурентоспроможну на конкретному ринку продукцію, її перевага стосовно інших підприємств даної галузі всередині країни або за її межами.

Останнім часом на міжнародному ринку найбільшого значення набуває якість товару, його новизна, екологічність, наукомісткість при зберіганні прийнятної ціни.

Сьогодні більшість країн світу забезпечують підвищення товарної конкурентоспроможності шляхом використання інновацій. Якість продукції значно залежить від технічного рівня виробництва, застосування прогресивних технологій. Підвищується роль ресурсощадних технологій в забезпеченні ефективності виробництва на основі зниження матеріаломісткості та енергомісткості продукції. Також важливим фактором забезпечення конкурентоспроможності на світовому ринку є продуктивність праці, яка впливає на рівень ціни та прибутковості [1].

Основним чинником забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств харчової промисловості на міжнародному ринку є наявність умов для формування їх стійких конку-

рентних переваг у рейтингу світової конкурентоспроможності компаній.

Нині для забезпечення конкурентоспроможності підприємства на міжнародному ринку є важливими переваги його ресурсощадних технологій, розвиток можливостей трудових ресурсів і комплексне вивчення інформації на ринку, що стосується можливості підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Забезпечення конкурентоспроможності підприємств на міжнародному ринку залежить від багатьох чинників: економічних, інституційних, політичних, культурних, трудових і освітніх. Ці фактори можна поділити на внутрішні та зовнішні.

Відповідно до теорії конкуренції М. Портера, успіх в міжнародній конкуренції визначають не стільки самі фактори виробництва, скільки те, де і наскільки продуктивно вони застосовуються.

Тому серед внутрішніх факторів найважливішу роль відіграє рівень якості управління компанією, тобто, рівень підготовки менеджерів, вміння правильно вести ділові операції в умовах постійних змін на ринку. До внутрішніх факторів відносяться також: рівень продуктивності праці, технологічний фактор, тобто технічний рівень продукції та параметри технології виробництва. Дані фактори визначають рівень витрат виробництва і збуту. Однак для цілей визначення конкурентоспроможності підприємства необхідно брати до уваги тільки відносний показник, тобто, відношення витрат виробництва і збуту даного підприємства до рівня витрат виробництва і збуту у компанії-конкурента [2].

Групу зовнішніх чинників становлять: макроекономічна стабільність і передбачуваність економічної політики; рівень інтернаціоналізації економіки, тобто участь країни в міжнародній торгівлі та інвестуванні; ступінь відповідності державної політики вимогам конкуренції; ефективність функціонування ринків капіталу та якість фінансових послуг; рівень розвитку новітньої інфраструктури в країні; розвиток науково-технологічного потенціалу та інше. Всі ці показники використовуються тільки як відносні.

Таким чином, конкурентоспроможність вітчизняних підприємств харчової промисловості на міжнародному ринку визначається не тільки їх конкурентною перевагою, але і всім комплексом факторів на всіх рівнях, що визначають переваги товарів країни на світовому ринку. Однак, визначення конкурентоспроможності на принципах тільки «позицій

і переваг» не є припустимим. В теорії конкурентних переваг М. Портера приділяється недостатньо уваги мікроекономіці підприємства, де створюються і конкурентні переваги, і можливості впливу на економіку галузей і країн [3].

Забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств харчової промисловості можливе враховуючи такі фактори:

- висока якість продукції, що є конкурентною на міжнародному ринку;
- використання нових технологій;
- інноваційний характер виробництва;
- здійснення НДДКР;
- швидкість створення та реалізації інновацій;
- ступінь задоволення додаткових потреб конкретних споживачів;
- удосконалення власного виробництва;
- ефективне використання всіх видів ресурсів та їх оптимальне структурне співвідношення [4].

Також роль ресурсощадних технологій в забезпеченні конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на міжнародному ринку підвищується, тому що спостерігається тенденція зменшення енерго-, капітало-, матеріаломісткості продукції в світовій економіці в умовах скорочення запасів природних ресурсів.

Більшість промислово розвинених країн активно використовує ресурсощадні технології, що контрастує з переважно ресурсомісткими технологіями в Україні і скорочує конкурентоспроможність вітчизняних підприємств на світових ринках.

Основними факторами підвищення конкурентоспроможності підприємств на міжнародному ринку з урахуванням особливостей сучасного ринку є:

- впровадження інноваційної політики підприємства, що визначає можливість її конкурувати не тільки на внутрішньому, але й на зовнішніх ринках;
- наявність кваліфікованих трудових ресурсів, що відповідають вимогам міжнародного ринку праці.

Індекс глобальної конкурентоспроможності є показником, що характеризує рівень міжнародної конкурентоспроможності підприємств по країнах. У щорічному рейтингу конкурентоспроможності країн, що складається Всесвітнім економічним форумом, у 2016 році Україна опустилася на шість позицій і зайняла 85 місце, розташувавшись між Намібією і Грецією. Беззмінними лідерами рейтингу залишаються Швейцарія, Сінгапур, США, Нідерланди та Ні-

меччина. Останні місця утримують Чад, Мавританія і Ємен. Серед країн СНД нашу країну по конкурентоспроможності обійшли Азербайджан, Казахстан, Грузія, Вірменія, Таджикистан і Росія.

Найбільшими проблемами в Україні, згідно з рейтингом, являються корупція, податкове регулювання, доступ до фінансування, неефективне державне управління, податкові ставки та інфляція [5].

Тому, до основних шляхів підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств харчової промисловості на міжнародному ринку можна віднести:

1. Забезпечення високої якості продукції, яка є конкурентною на міжнародному ринку аналогічної продукції.
2. Використання високих технологій.
3. Екологічна безпечність споживання.
4. Широке впровадження інноваційних розробок.
5. Трансформаційні зміни в управлінні.
6. Ріст компетенції та інтелектуалізації персоналу.
7. Створення умов для навчання та підвищення кваліфікації співробітників.

Для пошуку шляхів удосконалення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на міжнародному ринку, що функціонують у нестабільних умовах реалізації цілей свого існування й розвитку, доцільно аналізувати визначальні складові (домінанти), що здійснюють вплив на їхню діяльність, а саме [6]:

1. Потенціал закордонного ринку. Ця складова насамперед характеризується обсягами можливих продажів підприємствами – експортерами, а також показниками темпу зміни місткості закордонного ринку.
2. Зовнішньоекономічна політика країн–експортерів і країн–імпортерів, що характеризується параметрами експортно–імпортних бар'єрів, законодавчим середовищем, політичними факторами.
3. Продуктивність використання ресурсів, що прямо пов'язано зі зниженням витрат виробництва, з одного боку, і зі збільшенням адаптивних якостей функціонування підприємства, з іншого.
4. Система сканування й моніторингу закордонного ринку, а також прогноз ситуацій, які складаються на зовнішньому ринку.
5. Система синхронізації роботи усіх ланок підприємства по забезпеченню ефективності виконання експортних функцій (ефективна логістична система на підприємстві).

Крім того конкурентоспроможність підприємств на міжнародному ринку залежить також від виконання наступних умов:

- правильного розуміння переваг закордонних споживачів;
- знання правил і культури ведення бізнесу в окремо взятій країні;
- знання рівня конкурентоспроможності в галузі;
- внесення в свій продукт змін і модифікацій відповідно до смаків і традицій споживачів тієї країни, куди буде експортуватися товар;
- врахування особливостей каналів розподілу;
- правильний вибір способу проникнення на ринок;
- облік культурних, соціальних, політичних, технологічних, екологічних та юридичних особливостей [7].

Суттєвими факторами глобалізації стали всесвітньо доступні засоби інформації – радіо, телебачення, преса та Інтернет. Глобальне інтернет–середовище сприяє швидкому проникненню підприємств на міжнародний ринок. Останнім часом глобалізації сприяє наявність і розвиток всесвітньої інформаційної мережі. Відсутність національних кордонів в кібернетичному просторі сприяє процесу глобалізації виробництва, торгівлі, фінансових потоків. Інформація перетворюється в основний виробничий ресурс. Сама інформація набуває в умовах інформаційної економіки першорядне значення.

Швидкість, ефективність, оригінальність, орієнтація на споживача, якість і продуктивність – це фактори, які можуть призвести до зайняття вітчизняним підприємством більш вигідної конкурентної позиції, в тому числі в глобальній економічній системі.

Для того, щоб запропонувати шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства необхідно добре уявляти зовнішнє середовище, в якій працює підприємство, її чинники та мати чітке уявлення про внутрішнє середовище підприємства.

Для підвищення конкурентоспроможності підприємства необхідно звертати увагу на розробку і реалізацію зовнішньої та внутрішньої конкурентоспроможної політики підприємств.

Для виходу ж вітчизняних підприємств на глобальний ринок необхідним є дотримання низки певних умов. В умовах глобальної конкуренції корпоративна стратегія вітчизняного підприємства повинна переглядатися, і в неї необхідно

включати реакцію на зміну конкурентного середовища на міжнародному рівні.

Таким чином, розвиток глобальної конкуренції викликає необхідність вироблення економічної стратегії, спрямованої на підвищення конкурентоспроможності підприємств на міжнародному ринку.

Висновки

Забезпечення конкурентоспроможності підприємства на міжнародному ринку в XXI ст. набуло особливої значущості, оскільки глобалізація є визначальною рисою розвитку світової економіки, і все більше посилюється залежність економік країн від зовнішнього ринку. В даний час для досягнення високого рівня конкурентоспроможності необхідно не тільки мінімізувати витрати, але і володіти повною інформацією про діяльність конкурентів, інноваціях та нововведеннях на ринку.

Список використаних джерел

1. Шестопалова Н.С. Конкурентоспроможність на світовому ринку: [Електронний ресурс] / Н.С. Шес-

топалова // Економіка. – 2015. – № 11. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/v/konkurentosposobnost-na-mirovom-rynke>.

2. Портер М. Міжнародна конкуренція / М. Портер; пер. з англ. – М.: Міжнародні відносини, 1993. – 896 с.

3. Портер М. Конкуренція / М. Портер; пер. з англ. – М.: Видавництво Вільямс, 2001. – 495 с.

4. Харчук Т.В. Підходи до визначення конкурентних переваг підприємства / Т.В. Харчук // Економіка та управління. – 2011. – № 6. – С. 68–71.

5. Позиція України в рейтингу країн світу за індексом глобальної конкурентоспроможності 2015–2016: [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://edclub.com.ua/analitika/pozyciya-ukrayiny-v-reytingu-krayin-svitu-za-indeksom-globalnoyi-konkurentospromozhnosti-0>.

6. Антонюк Л. Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації / Л. Л. Антонюк / Монографія. – К.: КНЕУ, 2004, – 273 с.

7. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: пер. с англ. под ред. Л.А. Волковой, Ю.Н. Каптуревского / Ф.Котляр., – Петербург: – СПб. Питер, 2002. – 752с].

Т.Е. БЕЛЯЛОВ,

к.е.н., доцент кафедри фінансів та фінансово-економічної безпеки
Київського національного університету технологій та дизайну

В.В. КАПАШНИКОВ,

магістр Київського національного університету технологій та дизайну

Управління фінансовою стійкістю підприємства

У статті обґрунтовано значення фінансової стійкості як основного індикатора фінансового благополуччя підприємства. Окреслено основні завдання аналізу фінансової стійкості підприємства та систему факторів, які на неї впливають. Наведені основні фінансові коефіцієнти фінансової стійкості підприємства. На основі балансової інформації підприємства визначено типи фінансової стійкості та їх характеристики. Здійснено прогноз інтегрального показника фінансової стійкості на перспективу з використанням методів ковзного середнього, експоненціального згладжування та аналітичного вирівнювання.

Ключові слова: фінансова стійкість, стійкий фінансовий стан, етапи фінансової стійкості, управління фінансовою стійкістю.

Т.Э. БЕЛЯЛОВ,

к.э.н., доцент кафедры финансов и финансово-экономической безопасности
Киевского национального университета технологий и дизайна

В.В. КАПАШНИКОВ,

магистр Киевского национального университета технологий и дизайна

Оценка и прогнозирование финансовой устойчивости предприятия

В статье обосновано значение финансовой устойчивости как основного индикатора финансового благополучия предприятия. Определены основные задачи анализа финансовой устойчивости предприятия и систему факторов, которые на нее влияют. Приведены основные финансовые коэффициенты финансовой устойчивости предприятия. На основе балансовой информации