

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто сучасний стан та тенденції розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

Ключові слова: малі та середні підприємства, інтернаціоналізація, інноваційна діяльність, конкурентоспроможність, конкурентна перевага.

Abstract

The current state and tendencies of development of foreign economic activity of enterprises are considered.

Keywords: small and medium enterprises, internationalization, innovation activity, competitiveness, competitive advantage.

Вступ

У період загострення економічної конкуренції на зовнішньому ринку конкурентоспроможність підприємства є одним із важливих аспектів ринкового середовища, що характеризує здатність підприємства до адаптації щодо умов ринку й, при цьому, його можливості зайняти відповідне місце і втриматися на ньому якомога довше. Конкуренція на ринку дедалі стає все жорсткішою, оскільки міжнародний ринок, як і будь-який національний, є перенасичений підприємствами, що виробляють аналогічну продукцію. Товаровиробники змагаються між собою за вигідніші умови виробництва та реалізації продукції, а й відповідно за одержання найвищого прибутку та інших переваг. Важливість оцінки рівня конкурентоспроможності визначається необхідністю позиціонування оцінюваного об'єкту відносно конкурентів, а також визначення заходів щодо управління конкурентоспроможністю в напрямку її підвищення. Тому одним із основних завдань національних підприємств при виході на міжнародний ринок є підвищення рівня конкурентоспроможності.

Результати дослідження

На сучасному етапі більшість науковців виходять з того, що конкурентоспроможність підприємства по суті є певною перевагою над конкурентами.

Так О. Ідрісов зазначає, що враховуючи глобалізаційні зв'язки на нинішньому етапі, недоцільно розділяти національну та міжнародну конкурентоспроможність, оскільки національний ринок будь-якої країни вже фактично є частиною глобального ринку.

Але не зважаючи на різноманітність поглядів і формулювань поняття конкурентоспроможності підприємства можна виділити кілька цілком конкретних підходів до трактування цієї концепції.

Найбільш розповсюдженою є точка зору, за якої в основі конкурентоспроможності підприємства лежить конкурентоспроможність продукції. Конкурентоспроможність підприємства є комплексним поняттям і охоплює цілу низку взаємозалежностей між усіма сферами діяльності підприємства, але є похідною від конкурентоспроможності продукції [1].

Світовий Економічний форум розглядає конкурентоспроможність як сукупність інституцій, політик, а також факторів, що визначають рівень продуктивності економіки. Основоположним фактором

формування цієї категорії є продуктивність. Вона призводить до зростання рівня доходів і покращення добробуту в економіці всіх її контрагентів. Конкурентоспроможною можна вважати ту економіку, в якій зростання відбувається стабільно та інклюзивно, що означає більшу ймовірність того, що всі контрагенти в суспільстві виграють від результатів економічного зростання. Водночас існує велика кількість трактувань конкурентоспроможності підприємства. Так, Р. Фатхудинов розглядає конкурентоспроможність підприємства як здатність випускати конкурентоспроможну продукцію.

П.С. Зав'ялов розглядає конкурентоспроможність як можливість підприємства успішно вести господарську діяльність з отриманням прибутку. При цьому варто розрізнити вищезазначену конкурентоспроможність від звичайної господарської діяльності.

Одним із важливих факторів швидкого зростання конкурентоспроможності МСП є їх розмір. Так, Ротвел і Шерер виявили, що завдяки своїм малим розмірам, представники сектору МСП можуть швидше впроваджувати інновації ніж великі фірми — в них менше часу витрачається на бюрократію, і менеджмент малих фірм не боїться ризикувати управлінськими рішеннями на відміну від керівників великих фірм [5].

Конкурентоспроможність МСП у значній мірі залежить від регуляторного середовища, якому вони діють, а також відрізняються вразливістю до ринкових невдач, неефективності або невідповідності державних політик підтримки. Тому прозорі регуляторні умови, ефективна судова система є важливими засобами підтримки МСП, особливо в інноваційних високоризикових секторах економіки.

Інтернаціоналізацію підприємства варто розглядати як прояв наявності певного рівня конкурентоспроможності. Глобалізація економіки і тісні економічні зв'язки передбачають наявність конкурентоспроможності у підприємства для успішної діяльності за межами національного ринку.

Йохансон та Валле розглядають процес інтернаціоналізації як взаємодію між послідовним розвитком знань про зовнішні ринки та поступовим залученням ресурсів для міжнародних ринків. При цьому вони вирізняють 2 аспекти процесу — динамічний і статичний.

Під динамічним аспектом розуміється сценарій, коли ресурси впливають на процес прийняття рішень у часі та тип заходів, які буде здійснювати підприємство. Статичний сценарій передбачає розподіл ресурсів на міжнародні ринки — підприємство буде збільшувати рівень своєї інтернаціоналізації у прямій залежності зі збільшенням знань про міжнародні ринки.

Б. Овіат і П. МакДугалл обґрунтували, що однією з передумов для інтернаціоналізації невеликого підприємства є "міжнародне підприємництво" як "поєднання інноваційної і схильної до ризику поведінки, що виходить за національні кордони і спрямованої на створення економічних агентів, які формують додану вартість" [4].

При швидкому розвитку зовнішньоторговельних відносин вітчизняних підприємств їх конкурентоспроможність у міжнародному ринковому середовищі набуває важливого значення. Проведений аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємств Вінницької області показує, що з кожним роком експортні обсяги підприємств даного регіону збільшуються, а це свідчить про те, що підприємства все більше прагнуть підвищити свою конкурентоспроможність на зовнішньому ринку. Проте основними проблемами, які значно впливають на рівень конкурентоспроможності суб'єктів господарювання є, насамперед, якість продукції та відповідність її міжнародним стандартам. На міжнародних ринках українська продукція представлена в основному у вигляді сировини і стандартизованих масових готових виробів, тобто дана продукція не є високотехнологічною і відповідно має низьку додану вартість. В цей час, коли на світовому ринку відбувається перехід від цінової конкуренції до нецінової, тобто конкуренції технічного та якісного рівня продукції. В умовах конкурентної боротьби за ринки збуту перемагає не той, хто пропонує нижчі ціни, а той, хто пропонує вищу якість, адже продукція з високою якістю значно більше цінується. Причинами низького рівня конкурентоспроможності підприємств Вінницького регіону, як і будь якого вітчизняного підприємства, виступають технологічні, технічні, дизайнерські, цінові проблемами, темпи інноваційного розвитку, відсутність досвіду функціонування в умовах ринку та інші [2].

З метою подолання проблем конкурентоспроможності підприємств та її підвищення на міжнародному ринку можна запропонувати відповідні напрямки: по-перше, це чіткий перегляд експортно-імпоротної політики підприємства при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності, поступовий перехід від експорту сировини до виробництва продукції з високою доданою вартістю; по-друге, постійний збір

та моніторинг ринкового середовища (забезпечення збору і систематизації даних про стан ринкового середовища, кон'юнктуру ринку, конкуренцію тощо), що дозволить будувати прогнози щодо зміни споживчих потреб і випереджати конкурентів у створенні нової споживчої цінності [3].

Висновки

Посилення динамізму конкурентної боротьби виступає характерною рисою сучасного економічного середовища. За сучасних умов, для яких притаманна постійна зміна факторів зовнішнього середовища та зростання ризику діяльності, все більшої актуальності набуває питання забезпечення конкурентоспроможності підприємства на міжнародному ринку. На основі таких тенденцій у провідних країнах світу відбувається глобальне впровадження сучасних моделей управління міжнародною конкурентоспроможністю корпорацій та виокремлення його в одне із ключових завдань державної економічної політики. Управління конкурентоспроможністю підприємства повинно сприяти покращенню основних характеристик стану підприємства та підвищувати конкурентоздатність його продукції на світовому ринку. Необхідно підкреслити, що для забезпечення стійких конкурентних позицій на світовому ринку, підприємству, перш за все, необхідно володіти конкурентним перевагами на національному ринку, вправно використовувати всі свої ресурси та можливості. Запорукою успішного функціонування підприємства є формування стратегії його розвитку. Конкурентна стратегія – це спосіб забезпечення стійких конкурентних переваг підприємства шляхом конкурентної боротьби, задоволення різноманітних потреб споживачів краще, ніж це роблять конкуренти.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Борисюк І.О., Єрмоєнко А.В. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства // Зовнішня торгівля: право та економіка. –2017. – № 6 (35). – С. 29-35.
2. Зубкова А.Б., Данько Т.В. Конкурентоспроможність підприємства на зовнішньому ринку: залежність від культури якості / А.Б. Зубкова, Т.В. Данько // Вид-во нац. техн. ун-ту «Харківський політехнічний інститут»: Харків, –2015. – 258 с.
3. Інформаційне агентство «Економічна правда». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua>
4. Дослідження ABC А http://www.ier.com.ua/ua/sme_development/ABCA?pid=5789. — Режим доступу
5. Європейська Комісія. Визначення МСП [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://ec.europa.eu/growth/smes/businessfriendly—environment/sme-definition/index_en.htm

Тетяна Миколаївна Білоконь — канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри підприємництва, логістики та менеджменту, Вінницький національний технічний університет, e-mail: tm.bilokon@gmail.com

Дівак Вікторія Віталіївна — студентка групи Мр-176, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, e-mail: divakviktorial@gmail.com

Tetiana M. Bilokon —Cand. Sc. (Econ.), Assistant Professor, Assistant Professor of the Department of Entrepreneurship, Logistics and Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

Viktoriia V. Divak — student of the Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia