

# УМОВИ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА СВІТОВИХ РИНКАХ

*Безрукова Наталія Валеріївна*

к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки та маркетингу,  
Полтавський національний технічний університет  
імені Юрія Кондратюка

Економічні умови сьогодення свідчать про те, що існує проблема щодо створення та забезпечення подальшого зростання рівня міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних підприємств при виході на світові ринки. Аналіз позицій України серед інших держав показує, що процес адаптації до проблем глобалізації, динамічного розвитку ринків і передових технологій є визначальним у досягненні вітчизняними підприємствами світового рівня конкурентоспроможності. На сучасному етапі розвитку промислової політики держави щодо підвищення національної конкурентоспроможності повинна трансформуватися в політику, що ґрунтується на технологічному передбаченні та формуванні образу майбутнього. Відсутність позитивної динаміки в багатьох сферах стала причиною низького рівня конкурентоздатності вітчизняних підприємств і як результат недостатнього рівня конкурентоспроможності України у світовому економічному просторі.

Основні причини, які впливають на конкурентоспроможність вітчизняних підприємств можна поділити на зовнішні та внутрішні [1]. Зовнішніми являються ті причини, які не залежать від політики підприємства, але побічно впливають на його конкурентоспроможність, а внутрішні – це причини, які безпосередньо залежать від політики підприємства.

До зовнішніх причин, в першу чергу, належить несприятливий бізнес-клімат в Україні, а саме: політична та економічна нестабільність, недосконала податкова система та система митно-тарифного регулювання, а також обмежувачий інвестиційний клімат. Враховуючи такі умови, українським підприємствам достатньо важко функціонувати всередині країни, так як відсутня державна підтримка в галузі зовнішньоекономічної діяльності. Тому для підприємств вихід на іноземні ринки ускладнюється, а міжнародна конкурентоспроможність вітчизняних підприємств є достатньо низькою. До того ж, Україна є відносно молодою державою, тому вона не так давно вийшла на світові ринки і не має достатнього досвіду ведення конкурентної боротьби, в той час як інші, більш розвинуті держави вже давно успішно там функціонують.

Щодо внутрішніх причин, то основними проблемами, які перешкоджають реалізації конкурентних переваг підприємств є перш за все технологічна відсталість вітчизняних компаній. У більшості випадків українська продукція виявляється неконкурентоспроможною внаслідок відсутності відповідних сертифікатів та стандартів якості або використання систем оцінки якості товарів, які не відповідають загальноприйнятим у світі. Ця проблема є ключовою, адже сучасний міжнародний ринок характеризується високим

рівнем конкуренції і кожне підприємство веде боротьбу за споживача. Крім того, при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності більшість українських підприємств не достатньо враховує специфіку іноземного законодавства. Українські суб'єкти господарювання не мають навиків прогнозування та визначення потреб ринку для того, щоб зайняти перспективний та прибутковий сегмент. Така ситуація створює труднощі та бар'єри для їх успішного функціонування на світовому ринку і знижує конкурентоспроможність національних підприємств.

Важливою проблемою українських компаній є також невідповідність систем управління підприємством міжнародним вимогам. Досить часто керівники підприємства не мають відповідної кваліфікації для впровадження, наприклад, сучасної системи управління чи інших прогресивних методів організації діяльності. Так, підприємства замість здійснення реструктуризації, задля поліпшення ефективності діяльності, просто перейменовують відділи без здійснення якісних перетворень. Тобто керівництво вітчизняних компаній не бажає гармонізувати національну систему управління відповідно до міжнародних вимог, і тому міжнародна конкурентоздатність українських підприємств низька.

Найголовнішим орієнтиром для вітчизняних підприємств є все-таки якість їх продукції, що являється запорукою успішної конкуренції. Велика кількість експортерів спираються на впровадження та підтримання іміджу торгової марки для забезпечення довіри з боку споживачів, а також намагаються підтримувати баланс між ціновими та якісними параметрами продукції. Забезпечення низької ціни продукції за рахунок низької заробітної плати є характерним лише для деяких вітчизняних підприємств-експортерів [2].

Слід зазначити, що в сучасних умовах основним фактором динамічного зростання національної економіки стали великі підприємства, які мали можливість використати сприятливу цінову кон'юнктуру на світових ринках і тим самим продемонстрували серйозні конкурентні переваги над своїми більш дрібними конкурентами.

Існує декілька національних особливостей, що впливають на формування конкурентної позиції вітчизняних підприємств:

а) відсутність досвіду ведення конкурентної боротьби підприємствами за радянських часів;

б) відсутність ґрунтовних наукових національних досліджень у цій сфері (вони стали з'являтися лише на початку 90-х рр. і переважно базувалися на дослідних моделях);

в) непродумана політика «відчинених дверей», що призвела до фактичної загибелі національного виробника;

г) недосконалість правової бази з питань економічної конкуренції.

Також низька конкурентоспроможність національних підприємств викликана об'єктивними обставинами, такими як традиційна активність та успішність західних компаній, що десятиріччями існували в умовах жорсткої конкуренції і здавна зайняли сегменти ринку в умовах ненасиченого попиту. Проте, умови, що склалися, сприяють появі нових амбітних компаній, які

мають бажання конкурувати на зовнішніх ринках. Це, з одного боку, впливає на покращення міжнародного рейтингу самої країни, а з іншого – висуває до вітчизняних компаній низку вимог. Роль держави при цьому є дещо ширшою, ніж контроль за діяльністю підприємств. Традиційно сюди включають:

- 1) розробку сталої нормативно-правової бази;
- 2) створення сприятливого інвестиційного клімату;
- 3) формування ефективної конкурентної політики;
- 4) стимулювання інноваційної діяльності;
- 5) спрощення бар'єрів для започаткування та ведення бізнесу;
- 6) сприяння формуванню системи моніторингу зовнішнього середовища підприємства [3].

Особливість сучасного міжнародного конкурентного середовища полягає у наявності більш жорстких умов існування, оскільки в кожному конкретному регіоні існують різні культурні, соціальні та економічні цінності. До того ж ситуація ускладнюється ще й участю в конкурентній боротьбі наднаціональних компаній (транснаціональних та багатонаціональних корпорацій), з яким локальні компанії (внутрішні лідери) не витримують конкуренції. За таких обставин конкуренція відбувається лише за окремі частки ринку. Все ж підприємства повинні застосовувати дії для посилення своєї міжнародної конкурентоспроможності. Таким чином, серед конкурентних дій, що сприяють посиленню міжнародної конкурентоздатності підприємств є наступні:

- 1) збільшення витрат фірми на науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи;
- 2) концентрація науко- і капіталомістких виробництв всередині країни і перенесення трудомістких за кордон;
- 3) використання засобів реструктуризації (злиття/поглинання) з придбанням раніше недоступних матеріальних активів, які забезпечують інноваційну конкурентоспроможність;
- 4) диверсифікація діяльності з розширенням номенклатури продуктів і послуг, які випускаються фірмами;
- 5) будь-які дії мають ґрунтуватися на ретельному аналізі зовнішнього середовища (стан, структура і ступінь глобалізації галузі, реальні й потенційні постачальники, споживачі, конкуренти) і внутрішньої сфери діяльності підприємства;
- 6) управлінський вплив на процеси в організаційній, виробничій, технологічній і соціальній сферах підприємства повинен здійснюватися відповідно до змін у внутрішньому і зовнішньому середовищі з урахуванням чинника часу;
- 7) українським підприємствам слід навчитися застосовувати бенчмаркінг як засіб залучення провідного досвіду ведення бізнесу;
- 8) прискорення впровадження екологічнобезпечних технологій;
- 9) впровадження стандартів серії ISO задля подолання нетарифних ринкових бар'єрів;
- 10) використання ринкового статусу країни при розгляді справ щодо антидемпінгових розслідувань;

11) підвищення рівня співпраці з міжнародними інституціями щодо отримання грантів для науково-дослідної діяльності;

12) налагодження активної внутрішньої співпраці з органами державної влади (в межах правового поля);

13) дотримання міжнародного законодавства при роботі на зовнішніх ринках.

Отже, досягнення високого рівня конкурентоспроможності підприємства можливе за умов застосування ефективного управління конкурентоспроможністю. Дотримання зазначених умов сприятиме підвищенню конкурентних позицій вітчизняних підприємств і таким чином забезпечить конкурентоспроможність національної економіки в цілому.

### **Список використаних джерел**

1. Ладунка І.С. Дослідження факторів впливу на конкурентоспроможність вітчизняних підприємств / І. С. Ладунка, М. І. Братанов // Економіка і суспільство. – 2016. – Вип.5. – С. 18-194.

2. Супрун С. Д. Особливості формування конкурентних стратегій підприємств в сучасному динамічному середовищі / Супрун С.Д., Волошина О. Д. // Матеріали XIV Міжнародної наукової інтернет-конференції ADVANCED TECHNOLOGIES OF SCIENCE AND EDUCATION, 19-21 квітня 2018, м. Київ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://intkonf.org/ken-suprun-sd-voloshina-od-osoblivosti-formuvannya-konkurentnih-strategiy-pidpriemstv-v-suchasnomu-dinamichnomu-seredovischi/>.

3. Побережець О.В. забезпечення конкурентоспроможності національної економіки України в умовах глобалізації / О. В. Побережець, Г. В. Макаревич // Ефективна економіка. – 2017. – №6 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5669>.