
УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

УДК 339.137:339.564(477)

В. Ф. Савченко, д.е.н., професор, засл. економіст України,
Є. В. Редька, студентка**КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ
НА МІЖНАРОДНИХ РИНКАХ**

Анотація. Досліджено стан і динаміку показників експортної діяльності підприємств України, обґрунтовано стратегію щодо формування конкурентних переваг підприємств, виявлено залежність попиту на продукцію на ринках від положення країни у світових рейтингах. Систематизовано погляди дослідників на підвищення конкурентоспроможності у макrorівневій економічній політиці. Надано пропозиції щодо ефективної та повноцінної зовнішньоекономічної діяльності підприємств нашої держави.

Ключові слова: міжнародна конкурентоспроможність, інновація, формування конкурентних переваг, експорт, стратегія, підприємство, макrorівнева економічна політика, конкурентні переваги, конкурентоспроможність.

В. Ф. Савченко, д.э.н., профессор, засл. экономист Украины,
Е. В. Редька, студентка**КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ УКРАИНСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ
НА МЕЖДУНАРОДНЫХ РЫНКАХ**

Аннотация. Исследованы состояние и динамика показателей экспортной деятельности предприятий Украины, обоснована стратегия формирования конкурентных преимуществ предприятий, выявлена зависимость спроса на продукцию на рынках от положения страны в мировых рейтингах. Систематизированы взгляды исследователей на повышение конкурентоспособности в макроуровневой экономической политике. Предложены варианты эффективной и полноценной внешнеэкономической деятельности предприятий нашей страны.

Ключевые слова: международная конкурентоспособность, инновация, формирование конкурентных преимуществ, экспорт, стратегия, предприятие, макроуровневая экономическая политика, конкурентные преимущества, конкурентоспособность.

V. F. Savchenko, doctor of economic sciences, professor,
the Honored Economist of Ukraine,
Ye. V. Redka, student**THE COMPETITIVENESS OF UKRAINIAN ENTERPRISES IN INTERNATIONAL MARKETS**

Abstract. The state and dynamics of export performance of enterprises of Ukraine indicators are investigational, reasonably strategy of forming of competitive edges of enterprises, dependence of demand is educed on products on markets from position of country in the world rating. The looks of researchers are systematized to the increase of competitiveness in macrolevel economic politics. The variants of effective and valuable foreign economic activity of enterprises of our country are offered.

Keywords: international competitiveness, innovation, forming of competitive edges, export, strategy, enterprise, macrolevel economic politics, competitive edges, competitiveness.

Постановка проблеми. У сучасних умовах господарювання більшість підприємств перебувають у безперервному процесі вдосконалення системи управління, спрямованої на забезпечення стійких конкурентних переваг на ринку, пристосування до зовнішнього середовища, пошук способів протидії конкурентам, що зумовлює необхідність вирішення проблем,

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

пов'язаних з підвищенням конкурентоспроможності вітчизняних підприємств як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Значний внесок у дослідження проблем міжнародної конкуренції зробили такі зарубіжні вчені, як А. Брандербургер, І. Кірцнер, Дж. Майер, Д. Мур, А. Сміт, Ф. фон Хайек, Й. Шумпетер, Н. Ячестова. М. Портер зробив вагомий внесок в теорію міжнародної конкуренції, яка згодом була адаптована до реальних українських умов у наукових працях вітчизняних вчених О. Білоруса, М. Гельвановського, Б. Губського, М. Книша, Е. Кочетова, Д. Лук'яненка, Ю. Пахомова, В. Петрова, Р. Фатхутдінова, А. Юданова та інших.

Порівняльні конкурентні переваги та їхня роль у міжнародному економічному обміні досліджувалися також у працях учених – засновників теорії міжнародної торгівлі, від класичних (Дж. С. Мілля, Д. Рікардо, А. Сміта) до сучасних (П. Кругмана, Д. Хаберлера та ін.). У своїх працях вони розглядали юридичні та економічні основи міжнародних конкурентних відносин, правові аспекти державного регулювання конкуренції, взаємозв'язку конкуренції та міжнародної торгівлі, питання управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств.

Мета статті. Метою статті є виявлення здатності українських підприємств випускати конкурентоспроможну на міжнародних ринках продукцію, її переваг і проблем по відношенню до інших фірм даного спрямування за межами країни.

Виклад основного матеріалу. Під конкурентоспроможністю розуміється багаторівневе та багатоаспектне поняття, що характеризує динамічну, керовану властивість об'єкта оцінки, визначається сукупністю конкурентних переваг та недоліків і виражене у здатності витримати конкуренцію в системі ринкових відносин у розглядуваний відтинок часу [1, с. 260]. Вона є одним з головних факторів ефективного розвитку національної економіки і потребує уважного вивчення, наукових опрацювань та практичних дій в усіх ланках наукового і господарського механізму. Стійке забезпечення конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів і вироблених ними товарів залишається одним з найбільш складних завдань у світовій економіці.

Його розв'язання в Україні ускладнюється тим, що вітчизняний досвід у цій сфері невеликий. Завдання забезпечення конкурентоспроможності українських підприємств до початку 90-х років ХХ століття стояло лише перед окремими з них, орієнтованими на експорт. Тільки після проведення деяких реформ у напрямку ринкової економіки дослідження конкурентоспроможності набуло практичної значущості.

У наш час вітчизняні та зарубіжні варіанти вирішення проблеми забезпечення конкурентоспроможності слабо відображають зміни у світовій економіці, пов'язані з процесом глобалізації, а також із загостренням міжнародного суперництва, що ведеться в різних формах, різними методами й на різних рівнях економіки. Міжнародна конкурентоспроможність є найважливішою комплексною характеристикою якісного стану товарів, суб'єктів господарювання, їхніх структурних змін, порівняно з відповідними аналогами інших країн [2, с. 7].

Розширення конкуренції та обмеженість матеріально-фінансових ресурсів призводять до необхідності якісних проривів у конкурентоспроможності й випередженні конкурентів. У сучасному забезпеченні конкурентоспроможності підприємств на міжнародному ринку важливі переваги їхніх ресурсозберігаючих технологій, розвиток можливостей трудових ресурсів і комплексне вивчення інформації щодо підвищення конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність фірм на міжнародному ринку залежить від багатьох чинників: економічних, інституційних, політичних, культурних, кадрових та освітніх.

Спираючись на визначення теорії міжнародної конкуренції М. Портера, що «універсальної конкурентної стратегії не існує; тільки стратегія, узгоджена з умовами конкурентної галузі промисловості, навичками і капіталом, які має конкретна фірма, може принести успіх» [3, с. 24], успіх у міжнародній конкуренції вирішують не стільки власне фактори виробництва, скільки те, де й наскільки продуктивно вони застосовуються. Внутрішні та зовнішні фактори конкуренції зображені на рисунку 1.

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ



Рис. 1. Внутрішні та зовнішні фактори конкуренції
Джерело: розроблено авторами.

Серед внутрішніх факторів найважливішу роль відіграє кадровий потенціал, тобто рівень підготовки менеджерів, уміння правильно вести ділові операції в умовах постійних змін на ринку. До внутрішніх факторів також відносять: фінансовий та конкурентний потенціали, ефективність виробництва, тобто технічний рівень продукції й параметри технології виробництва. Слід зауважити, що імідж є також одним з визначальних внутрішніх факторів, адже подання зовнішньої форми будь-якого об'єкта безпосередньо впливає на цінність виробленої продукції чи послуги.

В умовах ринкової економіки Україна постала перед проблемою не просто ефективного функціонування підприємств, а взагалі утримання на ринку серед інших подібних організацій та підприємств. Дієвим методом досягнення успіху в подібних умовах може стати саме формування позитивного іміджу.

Конкурентна стратегія дозволяє отримувати конкурентні переваги організаціям, які використовували методи формування та реалізації конкурентних переваг. Рівень маркетингу, рівень організації виробництва та виробничий потенціал спрямовані на підвищення ефективності виробництва та досягнення поставлених цілей у найкоротший термін. Організаційна культура, мотиваційні механізми та соціальна ефективність мають за мету задоволення потреб і реалізацію інтересів суспільства через здійснення економічної діяльності.

Перелічені фактори визначають рівень витрат виробництва й збуту. Однак для того, щоб визначити конкурентоспроможність компанії, береться до уваги відносний показник, тобто відношення витрат виробництва й збуту в цій компанії до рівня витрат виробництва й збуту компаній-конкурентів.

Групу зовнішніх факторів складають: макроекономічна стабільність і передбачуваність економічної політики, рівень новизни економіки, тобто участь країни в міжнародних торгівлі та інвестуванні, ступінь відповідності державної політики вимогам конкуренції, ефективність функціонування ринків капіталу та якість фінансових послуг, рівень розвитку інфраструктури в країні, розвиток науково-технологічного потенціалу. Усі ці показники використовуються тільки як відносні.

Таким чином, конкурентоспроможність фірм на міжнародних ринках визначається не лише їхніми конкурентними перевагами, але й усім переліком вищезазначених факторів на всіх рівнях. Однак переваги, визначення конкурентоспроможності на принципах тільки «позицій і переваг», на нашу думку, є дещо поверховими. У теорії конкурентних переваг М. Портера недостатньо уваги приділяється мікроекономіці підприємств, де створюються конкурентні переваги і можливості впливу на економіку галузей та країн. Більш детального опрацювання потребує питання щодо маркетингових чинників впливу на конкурентоспроможність підприємств. Адже саме вони дають

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

змогу залучати споживачів до використання продукції та протидіяти конкурентам, а маркетингова збутова політика формує канали розподілу продукції.

Конкурентоспроможність підприємства на міжнародному ринку складають його переваги. Конкурентна перевага ділиться на два основних види: перший – найбільш низькі витрати, і другий – диференціація товарів. Низькі витрати відображають здатність підприємства розробляти, випускати і продавати аналогічний товар з меншими витратами, ніж у конкурентів. Диференціація – це можливість забезпечити споживача унікальною та найбільшою цінністю у вигляді нової якості товару, особливих споживчих властивостей або післяпродажного обслуговування [4, с. 358].

Конкурентна перевага створюється по всьому ланцюжку виробничих цінностей – починаючи від розробки виробів і до післяпродажного сервісу. Міжнародну конкурентоспроможність необхідно визначити як порівняльно (зі змінами головних конкурентів і ринків), так і системно виявлену, що формується та створює зсередини стійку здатність товаровиробника до збільшення власних конкурентних переваг для прискореного забезпечення міжнародної переваги та випередження лідерів світового ринку на користь більш повного задоволення матеріальних і соціальних потреб (працівників, споживачів, інвесторів, власників) [4, с. 362].

Світовий рівень конкурентоспроможності є показником удосконаленого системного забезпечення міжнародних конкурентних переваг і результатом сформованих здібностей щодо створення успішної конкуренції у будь-якій країні світу, спираючись на міжнародні стандарти як першооснову безперервного підвищення якості й конкурентності продукції, що виробляється, менеджменту та організації праці. Значення виробничих ресурсів у посиленні конкурентних переваг товаровиробників і країни визначається не стільки їхніми запасами, обсягами, вартістю, доступністю, скільки структурою, якістю та ефективністю використання, швидкістю створення, удосконалення та пристосування до потреб національної та світової економіки.

Оскільки запаси невідновних природних ресурсів поступово зменшуються, роль ресурсозберігаючих технологій у забезпеченні міжнародної конкурентоспроможності підвищується. Більшість промислово розвинених країн активно використовують ресурсозберігаючі технології, що контрастує з переважно ресурсоємними технологіями в Україні. Протягом останніх років не відбувся активний перехід на ресурсозберігаючі технології. Зростання цін на виробничі ресурси не стало каталізатором до прискорення реалізації на підприємствах програм ресурсозбереження. Навпаки, недостатня обізнаність керівників підприємств у даному питанні не надає можливостей змінювати технологію вироблення продукції.

Основною проблемою України залишається нераціональне використання її ресурсів і недостатня реалізація можливостей їхнього збереження. Застарілі технології та обладнання призводять до того, що кількість освічених кадрів, які розуміють специфіку виробництва, зменшується, що призводить до виготовлення продукції низької якості, а внаслідок цього - до зменшення попиту на неї. Інновації, які потрібно впроваджувати у виробництво, потребують фінансування. При цьому проблемою є раціональний розподіл коштів, що надійшли. У даному спрямуванні має проводитися боротьба з корупцією та розкраданням.

З кожним роком все більшого значення набуває аналіз рейтингового статусу держав. Рейтингові індикатори є важливим інформаційним джерелом для ділових кіл, корисні для перспективного планування і вказують на ключові проблеми, які перешкоджають розвитку країн, стримують надходження інвестицій і посилення конкурентоспроможності. Всесвітній економічний форум (ВЕФ) кожного року оприлюднює доповідь про конкурентоспроможність різних країн світу. Країни оцінюються за великою кількістю показників, від яких залежить конкурентоспроможність, що поєднуються у три групи: макроекономічної стабільності, якості суспільних інститутів, технологічного рівня.

У 2014 році 144 країни було оцінено за семибальною шкалою. При складанні рейтингу експерти врахували значну кількість чинників, серед яких – валютний і фондовий ринки, робота державного апарату, розвиток інфраструктури, судова система, ділова активність та криміногенна ситуація.

Вага економічних показників у загальному рейтингу становить близько 25 %, чинників технологічного розвитку та інновацій – 50%, чинників, пов'язаних із якістю суспільних і державних інститутів – решту 25%. Україна в даному рейтингу посіла 76 місце. За рік наша держава піднялася на

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

вісім позицій, отримавши 4,1 бала. Найкращі показники у світі – 5,7 бала, – має Швейцарія, що й посіла першу позицію в рейтингу. За нею розташувалися Сінгапур, США, Фінляндія, Німеччина, Японія, Гонконг, Нідерланди, Швеція та Великобританія. Китай – 28-й, Казахстан – 50-й, Російська Федерація – 53-тя, Молдова – 82-а [5].

Таким чином, можна стверджувати, що рівень конкурентоспроможності України знаходиться на прийнятному рівні в порівнянні з деякими країнами світу, але оскільки ми відстаємо від найкращих показників, потрібно звернути увагу на ключові проблеми, що заважають переміщенню на вищі місця. Україна виглядатиме більш конкурентоспроможною в тому випадку, якщо дослідники-експерти будуть бачити в ній відповідність певним зразкам, визнаним світовими експертами та оціненим найвищими балами за всіма чинниками. «Створення бренду країни, «його доданої вартості», – відзначав Ж. Бодрійяр, – у сучасних умовах є одним з ключових аспектів включення країни до глобальної економічної системи» [6, с. 272].

Ринок сприяє концентрації знань, умінь, навичок, які розпорошені у суспільстві та можуть бути використані для виробництва товарів. Таким чином, ринок є координатором у пошуку інформації. Тому лідери міжнародного бізнесу безперервно й вигідно впроваджують нові засоби підвищення конкурентоспроможності.

Досягнення й підтримка світового рівня конкурентоспроможності забезпечують не тільки зрілість компанії, але й максимізацію її прибутковості та впливовості в міжнародному бізнесі. Наприклад: здатність до виживання (нижчий рівень конкурентоспроможності) характеризується пасивною адаптацією до ринку без значних внутрішніх змін; активна реакція на конкуренцію (середній рівень) супроводжується підвищенням якості та ефективності заходів; забезпечення переваг (вищий рівень) є набагато більш прибутковим й ефективним [7, с. 213].

Довгострокові й стабільні економічні переваги в міжнародному бізнесі можуть створюватися лише постійною і системною працею. Для ефективного включення у світовий економічний простір українським підприємствам необхідно виробляти продукцію, яка буде конкурентоспроможною на зарубіжних ринках. Для цього потрібно мати чітку стратегію економічної політики, яка сприяла б розширенню експорту лише в поєднанні з загальними цілями макроекономічної політики. Матеріальною основою стратегії є експортний потенціал країни.

На рис. 2 наведено динаміку показників експорту товарів України у 1994-2013 роках. Проаналізувавши їх, можна зробити висновок, що експорт українських товарів у 2011 році набув максимального значення, порівняно з іншими роками. Основними чинниками, що сприяли підвищенню експортної діяльності, стали:

- сприятлива кон'юнктура цін на міжнародних ринках на основні експортні товари;
- збільшення попиту на вітчизняну промислову продукцію, особливо виробу чорної металургії;
- зростання цін на світових сировинних ринках, що стимулювало експорт сировинної продукції з України [5].

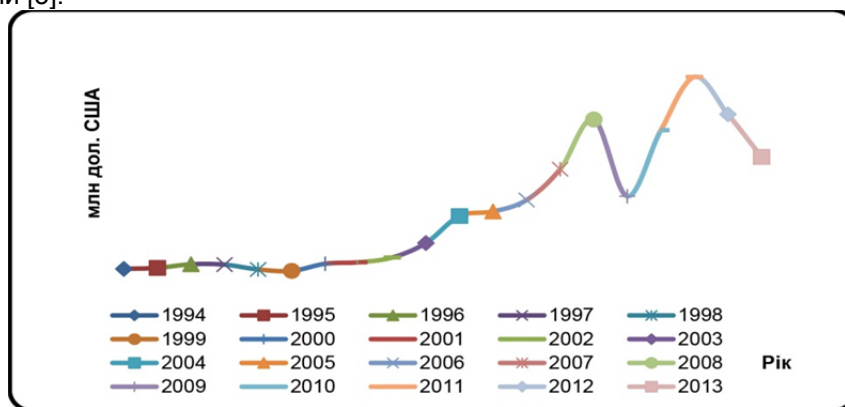


Рис. 2. Товарна структура експорту України у 1994-2013 рр. (млн дол. США)

Джерело: побудовано авторами на основі даних [8].

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

На жаль, об'єктивність дослідження динаміки експорту України певною мірою нівелює надання інформації у фактичних цінах, що дозволяє показувати нарощування показників за рахунок підвищення цін, а не реальних обсягів продукції.

Між тим навіть у таких умовах обсяги експорту у 2012-2013 роках продовжують знижуватися, що у подальшому буде проаналізовано більш детально.

Розглянемо товарну структуру експорту України у 2013 році (табл.1). Перші чотири рядки таблиці охоплюють продукцію рослинництва (в більшій мірі) і тваринництва, а також похідні продукти при їхній переробці та виробі харчової промисловості. В сумі продукція складає 17880,6 млн дол. США (26% загальних обсягів). Переважання продукції підприємств у рослинництві серед українських пропозицій на світовому агроринку – закономірне явище. Ця сфера – найбільш прибуткова підгалузь вітчизняного АПК. Інші сфери сільського господарства, де віддачі від вкладеного капіталу необхідно чекати довше, не настільки популярні в інвесторів – насамперед через численні ризики, пов'язані з веденням бізнесу в Україні.

Таблиця 1

Товарна структура експорту у 2012 році

Види продукції	Обсяги, млн дол. США	% до загального обсягу
Усього	74359	100
Живі тварини. Продукти тваринного походження	961,3	1,4
Продукти рослинного походження	9213,9	13,4
Жири та олії тваринного або рослинного походження	4211,5	6,1
Готові харчові продукти	3493,9	5,1
Мінеральні продукти	8650,4	11,1
Продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості	5058,9	7,4
Полімерні матеріали, пластмаси та виробі з них	999,6	1,5
Шкури необроблені, шкіра вичищена	135,6	0,2
Деревина та виробі з деревини	2760,6	1,5
Маса з деревини або інших волокнистих матеріалів	2132,1	1,6
Текстильні матеріали та текстильні виробі	983,8	1,1
Взуття, головні убори, парасольки	175,9	0,3
Виробі з каменю, гіпсу, цементу	782,8	0,8
Перли природні або культивовані, дорогоцінне або напівдорогоцінне каміння	139,8	0,2
Недорогоцінні метали та виробі з них	20138,8	27,5
Машини, обладнання та механізми; електротехнічне обладнання	7026,7	10,2
Засоби наземного транспорту, літальні апарати, плаваючі засоби	5963,5	8,7
Прилади та апарати оптичні, фотографічні	296,5	0,4
Різні промислові товари	809,0	0,8
Товари мистецтва	0,3	0,1
Товари, придбані в портах	29,9	0,1
Різне	394,0	0,5

Джерело: [9, с.251], доопрацьовано авторами.

Показники експорту свідчать про те, що сільгосппродукція користується попитом на міжнародних ринках. Україна є одним з найбільших експортерів даного виду продукції і має шанси для поліпшення своїх позицій. Отже, дана продукція є достатньо конкурентоспроможною.

Крім того, в Україні є конкурентоспроможна продукція в галузі машинобудування, хімічній та пов'язаних з нею галузях промисловості. Але через недостатній розвиток відповідно до тенденцій на світовому ринку вони не занадто витребувані, хоча частка їхнього експорту є значною.

Так, машини, обладнання та механізми, електротехнічне обладнання, засоби наземного транспорту, літальні апарати, плаваючі засоби, прилади й апарати оптичні та фотографічні експортуються в сумі 13286,7 млн дол. США (19,3%); продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості, полімерних матеріалів, пластмаси та виробів з них – 6058,5 млн дол. США (8,9%).

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Разом з тим вивіз сировини та продукції нижчих технологічних укладів складають: мінеральні продукти – 7650,4 млн дол. США (11,1%); недорогі товари та вироби з них 18889,8 млн дол. США (27,5%). Втрачені позиції на світових ринках і особливо ринках країн пострадянського простору щодо експорту текстильних матеріалів та текстильних виробів – 783,8 млн дол. США (1,1%).

Якщо взяти конкурентоспроможність підприємств у регіональному розрізі та експортні показники як один з основних її індикаторів, за результатами 2012 р. маємо такі результати:

– на першому місці знаходиться Донецька область (20,5% всього експорту країни), далі йдуть м. Київ (18,6%), Дніпропетровська (14,7%), Луганська (6,1%), Запорізька (5,8%) області. Усі ці області в основному експортують продукцію промисловості, зокрема чорної металургії, а також мінеральну сировину;

– серед областей, підприємства яких експортують рослинницьку продукцію, ті ж Запорізька (5,8%), Дніпропетровська (14,7%), а також Полтавська (4,9%), Миколаївська (3,4%), Київська (2,9%), Одеська (2,6%), Закарпатська (2,0%), Львівська (2,0%), Сумська (1,6%), Черкаська (1,5%) та інші (діапазон областей тут набагато ширший, але обсяги кожної з них значно менші) [9].

Наголошуємо, що у 2013 році спостерігається спадна тенденція експорту. Оскільки українське зерно, олія, соя, рапс і відходи масложирової промисловості є лідерами продажів на закордонних ринках, зовнішньоторгівельний баланс України погіршило зниження цін на зернові та олійні культури на 20-30% у другій половині 2013 року. За оцінками Української зернової асоціації, ситуація виправиться і вже в 2014 році країна може зайняти сьоме місце серед світових продавців зерна.

Одним з головних покупців зерна є Єгипет. Це пояснюється оптимальним співвідношенням ціни та якості, а також низькими витратами на транспортування. Взагалі за період з 2000 по 2012 роки обсяги експорту у цю країну виростили з 221,0 млн дол. США до 2898 млн дол. США в основному за рахунок зерна, експорт якого, наприклад, у 2013 році складав 2.080,2 млн дол. США.

Високий сільськогосподарський потенціал України в частині експорту поки що значною мірою реалізується через продукцію рослинництва, а точніше, великі площі обробітку кукурудзи, соняшнику, рапсу, в меншій мірі - пшениці та інших зернових культур.

Це стало можливим завдяки роботі на території країни агропромислових холдингів, які, будучи великотоварними виробниками, використовують сучасну техніку, опанували новітні технології, сіють гібридним насінням, мають засоби боротьби із шкідниками і в результаті отримують надвисокі врожаї.

Разом з тим, розуміючи і схвалюючи переваги, в тому числі, і особливо, експортні, агропромислових холдингів, не можна ігнорувати їхню потенційну шкоду для сільського господарства та сільських місцевостей взагалі:

- не дотримуються сівозміни, зазначеними культурами виснажується земля;
- їхній внесок у розвиток інфраструктури села мінімальний;
- вони стають монополістами на землі, витісняючи дрібнотоварних виробників – кооперативи, фермерів, особисті господарства селян.

Тільки за наявності конкуренції різних форм господарювання на землі, державної допомоги, включаючи фінансову, і програмного підходу ми зможемо повністю вирішити експортні та всі інші проблеми як у зерновому господарстві, так і у всіх інших спрямуваннях рослинництва, а особливо тваринництва.

Ситуація з експортом сировини і промислової продукції значно ускладнилася у 2014 році у зв'язку з сепаратизмом і військовими діями у Східній Україні. Простоює значна частка підприємств і шахт, зменшилися можливості виробництва продукції. Йдеться про захоплені сепаратистами території, зменшення видобутку і транспортування вугілля, необхідних, зокрема, для потреб підприємств чорної металургії (а вона ще нещодавно давала 40% експорту країни). Відносини з Росією на межі війни і миру (експорт до неї у 2012 році складав 17.631,7 млн дол. США) теж ускладнили ситуацію.

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

При цьому йдеться не лише про продукцію промисловості та сировинних галузей. Погіршилося становище і в сільськогосподарському експорті. Так, у 2014 році підприємства більшості областей в аграрному виробництві отримали високий урожай яблук, реалізація більшої частки якого була передбачена у Росії. На сьогодні в результаті відмови Росії від закупівлі фруктів маємо втрачені експортні можливості і важкий фінансовий стан даних сільськогосподарських підприємств. Таких прикладів можна навести багато.

Враховуючи потенціал України, підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств полягає у модифікації продукції шляхом запровадження нових розробок і технологій у виробництво, підтримки існуючих стандартів та залучення іноземного капіталу у підприємства, що орієнтовані на експорт. При цьому важливе значення мають загальнопромислова політика, стабільність у державі й суспільстві, відновлення сільськогосподарського комплексу і стабілізація міжнародних взаємин.

Висновки. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств на міжнародному ринку в наш час набуло особливої значимості, оскільки процес глобалізації прискорюється, залежність економік країн від зовнішнього ринку все більше посилюється. Таким чином, розвиток глобальної конкуренції викликає необхідність вироблення економічної стратегії, спрямованої на підвищення конкурентоспроможності фірм на міжнародному ринку.

Для України ця проблема є актуальною, оскільки її позиції в рейтингу конкурентоспроможності країн світу неприйнятні. Виготовлення продукції за низькою якістю і відповідне зменшення попиту на неї створює ряд проблем, які можна подолати шляхом освоєння інновацій, що дозволить розширити можливості зменшення витрат часу й ресурсів на випуск продукції.

Окремі українські підприємства на міжнародних ринках стійко витримують конкуренцію. Україна має потенціал щодо виробництва конкурентоспроможної продукції. Завданням державної економічної політики є виведення основної частки підприємств на ринок світових стандартів і масових споживачів.

Література

1. Саєнко М. Г. Стратегія підприємства. Підручник / М. Г. Саєнко. – Тернопіль : Економічна думка, 2006. – 400 с.
2. Післякризовий розвиток економіки України: засади стратегії модернізації. Аналітична доповідь / [Жаліло Я. А., Покриш-ка Д. С., Белінська Я. В. та ін.]; за ред. Я. А. Жаліло. – К. : НІСД, 2011. – 66 с.
3. Портер М. Е. Конкуренція / М. Е. Портер. – М. : Вільямс, 2005. – 220 с.
4. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навчальний посібник / За ред. Ю. В. Макогон. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 423 с.
5. Офіційний сайт ТSN [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tsn.ua>
6. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция [Електронний ресурс] / Ж. Бодрийяр. – Режим доступу: http://lit.lib.ru/k/kachalow_a/simulacres_et_simulation.shtml
7. Клименко С. М. Управление конкурентоспособностью предприятия: навч. посіб. / С. М. Клименко. – К. : КНЕУ, 2008. – 520 с.
8. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
9. Статистичний збірник України за 2012 рік / Державна служба статистики України. - К.: Держаналітінформ, 2013. – 545 с.

References

1. Saienko, M. H. (2006). *Stratehiia pidpriemstva. Pidruchnyk [Enterprise strategy. Tutorial]*. Ternopil: Ekonomichna dumka [in Ukrainian].
2. Zhalilo, Ya. A. (Ed.). (2011). *Pisliakryzovyi rozvytok ekonomiky Ukrainy: zasady stratehii modernizatsii. Analitichna dopovid [Post-crisis economy of Ukraine: principles of modernisation strategy. Analytical Report]*. Kyiv: NISS [in Ukrainian].
3. Porter, M. (1998). *On competition*. Boston, MA: Harvard Business School Pub.
4. Makohon, Yu. V. (2006). *Zovnishnoekonomichna diialnist pidpriemstva: Navchalnyi posibnyk. 2-he vyd. [The enterprise's international economic activity: Manual]*. Kyiv: Center of educational literature [in Ukrainian].
5. The official website of TSN (n.d.). Retrieved from: <http://www.tsn.ua> [in Ukrainian].
6. Baudrillard, J. (1994). *Simulacra and simulation*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
7. Klymenko, S. M. (2008). *Upravlinnia konkurentospromozhnosti pidpriemstva: navch. posib. [Managing of enterprise's competitiveness: Manual]*. Kyiv: KNEU [in Ukrainian].
8. The official website of the State Statistics Committee of Ukraine (n.d.). Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].
9. State Statistics Service of Ukraine. (2013). *Statystychnyi zbirnyk Ukrainy za 2012 rik [Statistical Yearbook of Ukraine for 2012]*. Kyiv: Derzhanalitinform [in Ukrainian].

Надійшла 22.09.2014