

МІЖНАРОДНА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

*Желєзняк А.М., к.е.н.,
Львівський національний аграрний університет*

В умовах глобалізації національних економік перед вітчизняними підприємствами неодноразово постає питання дослідження власного рівня конкурентоспроможності не лише на внутрішньому ринку, але і з позиції її міжнародності. Конкурентоспроможність у першому випадку позиціонується не з економічним розвитком, що враховує зміни на ринках у часі та просторі, а скоріше з економічною ефективністю.

Чимало виробників орієнтовані на досягнення короткотермінових цілей, швидкого прибутку та зменшення витрат. В цих умовах досягнення міжнародної конкурентоспроможності є стратегічною ціллю великотоварних виробників, які здійснюють міжнародну торгівлю і є потужними гравцями як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Ефективність в процесі формування міжнародної конкурентоспроможності напряду пов'язана з досягненням конкурентної переваги, яка, на нашу думку, формується під дією наступних чинників:

- 1) чинники мезорівня (конкурентне оточення) – вміння підприємства використовувати можливості та ресурси галузі і товарних ринків;
- 2) чинники макrorівня (оточення макроекономічне) – вміння використовувати можливості макrorівня, співпрацювати з адміністративними органами;
- 3) чинники мікрорівня (конкурентний потенціал) – використання інструментів участі в конкурентній боротьбі (у т.ч. маркетингових) та їх комбінація;
- 4) чинники конкурентної позиції – ефект формування і утримання перманентної і складної до копіювання конкурентної переваги.

Загалом всі чинники, які впливають на зростання конкурентоспроможності підприємства є: умови ведення бізнесу, інфраструктура ринку, наукова інфраструктура.

До умов, в який здійснюється формування і розвиток конкурентоспроможності, можна віднести: стан вітчизняної економіки, ціни і затрати, виробнича ефективність (у т.ч. продуктивність праці),

ринок праці.

Наведенні чинники та умови в сукупності за умови ефективності їх використання здатні забезпечити вітчизняному виробнику стабільний ріст показника конкурентоспроможності.

Формування та оцінка міжнародної конкурентоспроможності відбувається в умовах виходу підприємства на міжнародний ринок. Оскільки глобалізаційні процеси призводять до ситуації, за якої значна частка міжнародного виробництва припадає на потужні транснаціональні компанії, конкурувати в цих умовах дрібним товаровиробникам досить важко.

В цих умовах провідна роль у забезпеченні високого рівня конкурентоспроможності припадає на інноваційну діяльність підприємств. Участь у глобальних процесах національних економік посилює рівень їх інвестиційно-інноваційної активності, відкриває доступ до передових технологій виробництва, технологій менеджменту тощо. Тому глобальний аспект з позиції конкуренції зачасти виступає тим каталізатором, який стимулює розвиток науково-дослідних, дослідно-конструкторських та проектних напрацювань і досягнень, освоєння нових форм виробництва, розвиток суспільних відносин, сприяння міжнародній співпраці, підвищення кваліфікації кадрів і методів організації праці, розвиток інформаційних технологій, заощадження людських, матеріальних, фінансових ресурсів, вдосконалення організаційних форм управління виробництвом, розвиток маркетингових досліджень тощо.

Міжнародна конкурентоспроможність є значно ширшим поняттям, яке виходить за рамки звичайного розуміння конкурентоспроможності як економічної категорії. Питання якості та економічної ефективності, вираженої пізніше в цінній політиці виробника, хоч і відіграють основну роль в конкурентній боротьбі, однак є лише частиною формування стратегічно важливого рівня міжнародної конкурентоспроможності. Значний вплив на формування конкурентоспроможності виробників мають регулюючі важелі з боку державних органів влади. Введення обмеження з експорту окремих видів продукції може призвести до порушення умов виконання міжнародних договорів, позначитися на діловій репутації виробників. Прикладом цього є обмеження експорту зернових культур у 2011 році, в результаті чого частина угод з іноземними партнерами були виконанні несвоєчасно, з затримкою або не в тих обсягах.

Аналогічним чином впливають і нормативно-правові акти щодо якості продукції. Якщо в рамках вітчизняного ринку виробники діють

в одному правовому полі, то виходячи з продукцією на світовий ринок можуть стикнутися з невідповідністю нормам і стандартів. Зокрема в сторону завищення, що притаманно зокрема країнам Європейського Союзу. Прикладом цієї ситуації є періодичні заборони експорту молочної продукції, зокрема твердих сирів в Росію. Більшість транснаціональних компаній здатні вирішити цю проблему шляхом розміщення виробництва в країнах, які представляють інтерес як ринок збуту. Цей стратегічний крок здатний оптимізувати логістичні витрати, знизити собівартість продукції, зробити продукцію більш взнаванню серед місцевих споживачів.

Нажаль, останнім часом все більший вплив на формування міжнародної конкурентоспроможності української продукції відіграє політичний чинник. Активна участь виробників в міжнародних виставках, підвищенні вимоги до якості на усіх рівнях та участь в міжнародних професійних спілках та об'єднаннях здатні послабити вплив цього чинника за рахунок формування позитивного іміджу окремо взятого виробника.

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ ЯК ОДИН ІЗ ФАКТОРІВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

***Потишняк О.М., к.е.н., доцент, Хазова Я.В. студентка,
Національний університет кораблебудування
ім. адмірала Макарова***

Сучасна ринкова економіка висуває принципово нові вимоги до якості продукції, що випускається. Це пов'язано з тим, що зараз виживання будь-якої фірми, її стійке положення на ринку товарів і послуг визначається рівнем конкурентоспроможності. У свою чергу, конкурентоспроможність пов'язана з дією декількох десятків факторів, серед яких можна виділити два основних - рівень ціни та якість продукції. Причому другий фактор поступово виходить на перше місце. Управління якістю є однією з ключових функцій і корпоративного, і проектного менеджменту, основним засобом досягнення та підтримки конкурентоспроможності будь-якого підприємства.

Якість продукції належить до числа найважливіших критеріїв функціонування підприємства в умовах відносно насиченого ринку і