

НАПРЯМИ ЗМІЦНЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Карп'як О.О., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – д-р екон. наук, проф., **В. М. Марченко**
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

На шляху поглиблення інтеграції України до Європейського Союзу та зростання співпраці держави з європейською спільнотою, вітчизняні підприємства зіштовхуються з низкою проблем щодо збереження своєї конкурентної позиції. Українські компанії змушені швидко та ефективно адаптуватися до європейських вимог та стандартів якості, обліку, квотування та спеціалізації, удосконалювати стратегії діяльності задля «виживання» в умовах висококонкурентного ринку.

Конкурентна позиція підприємства являє собою комплексне поняття, що визначає положення підприємства на ринку, а також характеризує набір особливих характеристик суб'єкта господарювання, що відрізняють його від конкурентів. Чітке визначення стратегічних напрямів зростання конкурентної позиції підприємства є важливим кроком для досягнення успіху та стійкого розвитку компанії в умовах Європейської інтеграції, адже повноцінний вступ України в ЄС відкриває європейським компаніям, які отримують субсидії із багатомільярдного бюджету Євросоюзу та пільгове кредитування, можливість вільно розгорнути свою діяльність на українському ринку, що несе значні загрози для вітчизняного бізнесу. Тож, українські компанії вже зараз мають розробляти ефективні стратегії задля зміцнення своєї конкурентної позиції на ринку.

В умовах євроінтеграції важливою умовою успішного конкурентного позиціонування підприємств є висока якість продукції, її відповідність міжнародним стандартам та наявність необхідної сертифікації. Впровадження інноваційних рішень на підприємстві дозволяє зменшити витрати, підвищити ефективність виробництва, забезпечити високу якість продукції та покращити контроль за діяльністю компанії. Наприклад, сьогодні дедалі більшого поширення набувають інтегровані системи менеджменту, які дозволяють керувати діяльністю підприємства згідно з міжнародними стандартами (управління якістю, логістикою, виробництвом, фінансами тощо). Дані системи дозволяють ефективно використовувати та контролювати

витрати, забезпечують узгодженість між різними рівнями управління, оптимізують процеси, полегшують прийняття рішень, тощо.

Варто відзначити вирішальну роль інновацій у підвищенні та збереженні конкурентної позиції підприємства у сучасному бізнес-середовищі. Інтенсивний розвиток новітніх технологій призводить до змін у споживчих уподобаннях, способах комунікацій із клієнтами та методах конкурентної боротьби. Підприємства, які ігнорують технологічний розвиток ризикують втратити своє місце на ринку. Так, наприклад, компанія Kodak, яка була одним із лідерів галузі фотографічної техніки та перша винайшла цифровий фотоапарат, стикнулася із виробничо-технологічною кризою, що врешті-решт призвела компанію до банкрутства. У 2000 році, Kodak контролювала понад 90% ринку, натомість, у 2010 році частка компанії на ринку скоротилася до 7%. Причиною занепаду є ігнорування технологічного розвитку (у 1996 році на розробку технологій компанія спрямувала лише 10% доходу). Основна частина доходу підприємства формувалась від продажу плівки (у 2000 році – близько 72% доходу). Також, компанія не врахувала зміну споживчих уподобань покупців (продаж плівкових фотоапаратів знизився на 90%, а продаж цифрових камер зріс на 700% до 2010 року). Як наслідок, Kodak втратила свою конкурентну позицію (до 2011 року Canon, Nikon та Sony займали 60% ринку цифрових камер, а Kodak – менше 5%), накопичила \$7 млрд боргу до 2012 року та оголосила про банкрутство [1].

Сьогодні неабияке значення для зміцнення конкурентної позиції має ефективна маркетингова стратегія. Підприємства повинні використовувати сучасні маркетингові інструменти з метою активного просування своїх товарів та послуг на ринку. В епоху діджиталізації для формування впізнаваності бренду та підвищення лояльності споживачів дуже важливо використовувати сучасні маркетингові інструменти. На світовому ринку дедалі більшого поширення у маркетингу набуває використання штучного інтелекту, голосового пошуку, соціальних медіа, електронної комерції, відео- та аудіо-контенту. Сучасні технології допомагають підвищити результативність маркетингових комунікацій, оптимізувати рекламні кампанії, знизити витрати, краще розуміти потреби та поведінку споживачів.

Задля зміцнення конкурентної позиції на ринку підприємствам варто звертати увагу на навчання співробітників та створення можливостей для їх професійного зростання. Інтенсивний темп технологічного розвитку вимагає від працівників швидкої адаптації до нововведень та оновлення знань. Навчання дозволяє підвищувати продуктивність та якість виконаної роботи. До того ж, підприємства,

які інвестують у розвиток свого персоналу та забезпечують стимулюючу робочу атмосферу, можуть приваблювати та утримувати вмотивованих висококваліфікованих фахівців. Українські компанії мають бути готові до того, що повноцінний вступ в ЄС може спричинити посилення відтоку кваліфікованих кадрів та робочої сили з України. Відповідно до глобального дослідження, проведеного Institute for Business Value, підприємства, які активно вкладають кошти у навчання свого персоналу, мають на 25% більше шансів досягнути поставлених стратегічних цілей, підтримують на 30% вищу продуктивність праці, мають на 20% нижчий рівень плинності кадрів, ніж компанії, які нехтують розвитком своїх співробітників [2].

Таким чином, посилення співробітництва України з ЄС вимагає від вітчизняних підприємств гнучкості та швидкої реакції на зміни. Постійне впровадження нововведень, розробка унікальних продуктів чи послуг в рамках своєї спеціалізації, підвищення якості продукції, оптимізація виробничих процесів, ланцюга постачання, використання новітніх технологій у маркетингу, управлінні, виробництві та залучення для їх розвитку пільгових кредитів, інвестиції у розвиток талантів, створення стимулюючої робочої атмосфери та забезпечення можливостей для професійного зростання дозволяють підприємству вирізнитися на ринку та привертати увагу споживачів. Треба усвідомлювати, що інтеграція вітчизняних підприємств в європейський простір відбувається на тлі високого рівня зарегульованості майже всіх секторів економіки ЄС, а особливо агропромислового, визначення відповідних квот, намагання впливати на цей ринок з боку політиків і чиновників у Брюсселі. Тому, реальна і вагома підтримка державою українського виробника, його лобювання в європейських структурах критично та життєво необхідна. Комбінація вищезазначених напрямків діяльності зможе допомогти українським компаніям зміцнити конкурентні позиції в умовах євроінтеграції.

Інформаційні джерела

1. Kodak: як змінити світ і все втратити. Період занепаду. *Imena.ua*. URL: <https://www.imena.ua/blog/kodak-period-of-decline/>.

2. Багатопотокове навчання: як великі компанії навчають своїх співробітників ефективно? Досвід ТАСКОМБАНК, Reikartz Hotel Group та «Антошка». *Robota.ua*. URL: <https://budni.robota.ua/hr/bagatopotochne-navchannya-yak-veliki-kompaniyi-navchayut-svoyih-spivrobotnikiv-efektivno-dosvid-taskombank-reikartz-hotel-group-ta-antoshka>.