

Таким чином, стійкий розвиток і успішне функціонування підприємства у динамічному конкурентному середовищі, забезпечується наявністю конкурентних переваг та адекватною до вимог ринкового середовища їх системи управління. Потенціал підприємства характеризує можливість досягнення конкурентних переваг, проте він повинен бути конкурентним, відповідати цілям, місії, стратегіям розвитку підприємства та враховувати вимоги зовнішнього середовища.

**Л.Л. Носач**, канд. екон. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

## **ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ**

Реалії сьогодення свідчать про те, що існує проблема щодо створення та забезпечення подальшого зростання рівня міжнародної конкурентоспроможності підприємств при виході на зарубіжні ринки. Так, в рейтингу конкурентоспроможності, що розраховується Всесвітнім економічним форумом (ВЕФ), у 2016–2017 рр. Україна посіла 85-е місце серед 138 країн світу, втративши за рік шість позицій (у попередньому рейтингу займала 79-ту позицію).

Вже традиційно, рейтинг очолили Швейцарія та Сінгапур. До десятки найбільш конкурентоспроможних, як і в попередньому році, увійшли США, Нідерланди, Німеччина, Швеція, Великобританія, Японія, Гонконг та Фінляндія. Росія цього року посіла 43 місце в рейтингу, покращивши свої позиції на 2 пункти.

Нажаль у 7 з 12 основних показників індексу конкурентоспроможності Україна погіршила свої позиції. Найбільше нами втрачено (мінус 17 пунктів) за складовою «Ефективність ринку праці», по 9 пунктів втрачено за показниками, що характеризують розвиток фінансового ринку країни та охорону здоров'я і початкову освіту. У незадовільному стані знаходиться і розвиток інфраструктури. За міцністю банків нам другий рік поспіль присвоєно останнє місце серед оцінюваних країн світу. 3-поміж 138 країн за регулюванням фондових бірж ми отримали передостаннє місце, за інфляційними змінами – 136, за якістю доріг – 134.

Основними проблемами, які перешкоджають успішній реалізації конкурентних переваг є перш за все технологічна відсталість вітчизняних компаній. Українська продукція сьогодні у більшості випадків виявляється неконкурентоспроможною внаслідок відсутності відповідних сертифікатів якості або використання таких систем оцінки

якості товарів, які не відповідають загальноприйнятим у світі. За останні роки вітчизняні підприємства-експортери наукоємної продукції зіткнулися з проблемою забезпечення її конкурентоспроможності при поставках на зовнішні ринки, суть якої полягає в тому, що в якості обов'язкової складової контракту на поставку продукції іноземні замовники висувають вимоги застосування новітніх технологій, інформаційної підтримки виробів у процесі розробки, виробництва та експлуатації, в тому числі: надання документації в електронному вигляді у відповідності до міжнародних стандартів; забезпечення постачальником інтегрованої електронної підтримки процесів експлуатації продукції на основі технологій інформаційної підтримки виробів (система інтегрованої логістичної підтримки); надання конструкторської та технологічної документації в електронному вигляді у відповідності до міжнародних стандартів (система управління даними про продукцію в процесі розробки та виробництва); наявність комп'ютерних систем управління якістю продукції, які відповідають вимогам міжнародних стандартів менеджменту якості ISO серії 900, які забезпечують отримання та аналіз по всіх деталях, комплектуючим виробу та продукції в цілому на всіх етапах життєвого циклу. За таких вимог, стрімкий прорив та отримання конкурентних переваг вітчизняних підприємств не можливі без відповідної державної підтримки щодо впровадження сучасних інтегрованих інформаційних технологій.

Ще одним негативним фактором зниження рівня міжнародної конкурентоспроможності є несприятливість бізнес-клімату в українській державі, якому сприяють (в порядку зменшення): корупція, політична нестабільність, інфляція, неефективна державна бюрократія, ускладнений доступ до фінансів, часта зміна урядів, високі податкові ставки, складність податкового законодавства, регулювання валютного ринку, невідповідна якість інфраструктури, обмежувальне регулювання ринку праці, недостатня здатність до інновацій, злочинність та крадіжки, погана етика робочої сили, низька якість охорони здоров'я та недостатня освіченість працівників.

Досягнення високого рівня міжнародної конкурентоспроможності можливе лише за умов застосування ефективного управління, що включає сукупність організаційної структури, процесів, технологій, наявність ресурсів, необхідних для створення і реалізації умов, які сприятимуть створенню конкурентних переваг у теперішньому і майбутньому бізнес-середовищі.

При цьому менеджмент підприємства повинен: об'єктивно оцінювати існуюче положення організації; визначати концепцію підвищення конкурентоспроможності; доводити необхідність змін;

наочно представляти та пояснювати очікувані результати вдосконалення діяльності.

Таким чином, основними факторами підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємства з урахуванням особливостей сучасного ринку є: впровадження інноваційної політики підприємства, що визначає можливість її конкурувати не тільки на внутрішньому, але й на зовнішніх ринках; наявність кваліфікованих трудових ресурсів, що відповідають вимогам міжнародного ринку праці.

**О.П. Обуд**, викл. (ДВНЗ «ТКХТТ», Тернопіль)

## **УКРАЇНА ПРЯМУЄ НА СВІТОВІ РИНКИ**

У наш час здатність будь-якого вітчизняного підприємства бути конкурентоспроможним на світовому ринку є досить актуальним питанням, оскільки іноземні підприємства, що все більше виходять на український ринок, є технологічно сильнішими та конкурентоспроможнішими. За цих умов необхідно визначити шляхи підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств з метою їх інвестиційної привабливості та можливості конкурування з іноземними фірмами.

Конкурентоспроможність – це складна економічна категорія, що може розглядатися на декількох рівнях: конкурентоспроможність товару; конкурентоспроможність підприємства; галузева конкурентоспроможність, конкурентоспроможність країни та глобальна конкурентоспроможність. Між усіма цими рівнями існує тісна взаємозалежність – конкурентоспроможність країн та галузей в остаточному підсумку залежить від здатності конкретного товаровиробника випускати конкурентоспроможний товар.

Підвищення конкурентоспроможності підприємства досягається орієнтацією підприємства на споживача, поліпшення якості продукції, впровадження інноваційної політики, якіснішого використання ресурсів, зокрема людських, поліпшення умов роботи і деяких інших чинників. Конкурентоспроможність в ринковій економіці є основним чинником комерційного успіху підприємства. Своєю чергою, залежить від якості менеджменту і конкурентоспроможності продукції, що випускається, тобто від того, наскільки вона краща за аналоги продукції, що випускається конкуруючими підприємствами.

Українські компанії отримали право виходити на світовий ринок після ліквідації державної монополії на зовнішньоекономічну діяльність, але просування українських товарів на зарубіжні ринки відбувається нелегко. Вибір стратегії виходу на зарубіжний ринок для українських