



УДК 330.334.1

ЗАХОДИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Студ. Є. В. Колесник, МгМБК-1-18

Студ. Ю. В. Волощук, МгМБК-1-18

Науковий керівник д.е.н., професор М. П. Денисенко
Київський національний університет технологій та дизайну

Мета і завдання. Метою роботи є обґрунтування напрямів удосконалення управління конкурентоспроможністю експортно-орієнтованого підприємства в умовах сучасного бізнес середовища.

Завдання:

- дослідити сутність та економічний зміст управління конкурентоспроможністю підприємства;
- проаналізувати експортну діяльність ТОВ «Український центр меду» на предмет виявлення можливостей покращення рівня конкурентоспроможності на ринку;
- оцінити проблеми, що впливають на конкурентоспроможність підприємства;
- розробити програму впровадження механізму підвищення ефективності експортної діяльності ТОВ «Український центр меду».

Об'єкт та предмет дослідження. Об'єктом дослідження є процес регулювання експортною діяльністю ТОВ «Український центр меду». Предметом дослідження є сукупність теоретичних, науково-методичних і практичних заходів підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Результати дослідження. Управління конкурентоспроможністю підприємства – складна наукова проблема, вирішення якої пов'язано з удосконаленням всієї системи управління підприємством, із здійсненням специфічної діяльності із збереження, розвитку та нарощування конкурентних переваг, зі створенням системи обліку, аналізу і контролю діяльності конкурентів, з розробки та реалізації стратегії конкуренції. Це особливо важливо враховувати тим підприємствам, що зорієнтовані на експортну діяльність, в числі яких є і виробничники натурального меду, бо саме Україна традиційно займає лідируючі позиції в світі по виробництву цього продукту. Сприятливі природні умови та дешевизна виробництва в порівнянні з європейськими країнами внаслідок складної економічної ситуації в Україні відкривають вітчизняним експортним підприємствам нові можливості збільшити свої обсяги поставок меду за кордон та покращити національний експортний потенціал.

Стан конкуренції в галузі залежить від п'яти основних конкурентних сил: проникаючим в галузь новим конкурентів, випускаючим аналогічні товари, загрози з боку субститутів, компаніям-конкурентам, що вже закріпилися на галузевому ринку, впливу постачальників і впливу клієнтів.

Нові конкуренти, що входять у галузь, прагнуть захопити частку ринку і значні ресурси, вони несуть з собою нові виробничі потужності, крім того складніше провести їх аналіз. Існує шість основних джерел виникнення бар'єру для входження в галузь:

- економія на масштабі, що змушує починати свою діяльність або з великих обсягів, сильно ризикуючи при цьому, або з малих обсягів при несприятливому рівні витрат;
- диференціація продукту, а це означає, що фірми, вже діючі в галузі, користуються перевагою впізнаваності та довіри з боку споживачів;
- потреби в капіталі;
- витрати перемикання;
- доступ до оптових і роздрібних каналів збуту, пов'язані з необхідністю забезпечити збут свого продукту;



- політика держави, також може послужити бар'єром для новачків, адже вона може обмежити або навіть закрити входження в ту чи іншу галузь з допомогою таких засобів як, наприклад, ліцензування [1,2].

Субститути помітно загострюють конкуренцію, задовольняючи ті ж потреби клієнтів, як правило за рахунок зміни складу на більш дешеві інгредієнти, а отже і зниження ціни. Перешкодами в даному випадку можуть стати [3,4,5]: рекламні атаки на споживача, що акцентують увагу на якості продукту; виробництво нових, оригінальних продуктів; поліпшення якості сервісу при продажі та розповсюдженні товару; внутрішньогалузева конкуренція. Тут як бар'єри можна також використовувати досвід і масштаб.

Вплив постачальників виражається в їх можливості підвищувати ціну на свої товари, знижувати якість поставлених продуктів і послуг.

Сьогодні продукція бджільництва є одним з найперспективніших сегментів ринку сільськогосподарської продукції не тільки у ЄС, а і у всьому світі. В той же час споживачі на західних ринках прагнуть споживати якісну та натуральну продукцію. Така тенденція має стимулювати підприємства покращувати якість меду, який вони прагнуть експортувати на ринки ЄС. Разом з тим, на законодавчому рівні встановлюється ряд умов та вимог, які необхідно детально проаналізувати перш ніж починати експортну діяльність. Вихід на ринки ЄС потребує зваженого підходу до вивчення його кон'юнктури та можливостей національних товаровиробників на ньому. Отже, виникає потреба у ґрунтовному аналізі тенденцій розвитку ринку для довгострокової стратегії підвищення рівня конкурентоспроможності експортноорієнтованих підприємств цієї галузі.

Висновки. В результаті дослідження нами було наведено критерії та показники конкурентоспроможності підприємства, які включають в себе показники ефективності виробничого, фінансового, збутового, маркетингового потенціалу, а також показники якості продукції, що дозволять сформулювати комплексну оцінку основних складових потенціалу підприємства.

Проаналізовано ситуацію з експортними квотами до ЄС, та виділено основні проблеми з їх використанням, а також детально досліджено вимоги Європейського союзу до імпортової продукції. Основними пунктами цих вимог є наступні: контроль забруднюючих речовин у харчових продуктах; контроль залишків пестицидів; відстежуваність продукції; маркування харчових продуктів; контроль безпечності харчових продуктів тваринного походження, призначених для споживання людиною; контроль залишків ветеринарних препаратів.

Ключові слова: конкурентоспроможність, експорт натурального меду, конкурентоспроможність експортно-орієнтованого підприємства, ринок меду ЄС, світовий ринок меду.

ЛІТЕРАТУРА

1. Зоріна О.І. Методи оцінки конкурентоспроможності деревообробних послуг / О.І. Зоріна // Ефективна економіка. – 2015. – №12. – С. 68-72.
2. Коваленко В.О. Розробка заходів з підвищення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах / В.О. Коваленко // Економіка підприємства. – 2015. – №2. – С. 15-18.
3. Ігнатюк А.І. Формування конкурентного середовища та механізм протидії монополізму в економіці України / А.І. Ігнатюк // Держава та регіони. – 2016. – №5. – С. 208-212.
4. Mykola Denysenko, Alona Melnyk, Zorina Shatskaya, Olena Budiakova International regulatory experience business activity // M. Denysenko, A. Melnyk, Z. Shatskaya, O. Budiakova. – Research and Innovation: Collection of scientific articles. – Yunona Publishing, New York, USA. – 2019. – 200 p. – p. 55-58.
5. Денисенко М.П. Кадрова політика як основа формування інноваційної стратегії управління персоналом підприємств / М.П. Денисенко, О.Ю. Будякова // Вчені записки Університету "КРОК" (економічні науки). – № 4(52). – 2018. – С. 231-238.