

КОВАЛЬЧУК

Олександра Вікторівна
oleksandra.kovalchuk@mzeid.in

УДК 339.9

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ
МІЖНАРОДНОЇ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
СУЧАСНОГО ПРОМИСЛОВОГО
ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ТОВ
"ОДЕТЕКС"

АВЕРІХІНА

Тетяна Володимирівна
t.v.averihina@mzeid.inстудент, Одеський
національний політехнічний
університетWAYS OF IMPROVING
INTERNATIONAL COMPETITIVENESS
OF MODERN INDUSTRIAL
ENTERPRISES AT THE EXAMPLE OF
ODETEKS LTDк.е.н., доцент кафедри,
Одеський національний
політехнічний університет

У статті розглянуто теоретичні аспекти міжнародної конкурентоспроможності підприємств. Особливу увагу приділено терміну «конкурентоспроможність». Досліджено сучасні проблеми управління міжнародною конкурентоспроможністю вітчизняних підприємств. Запропоновано шляхи підвищення міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на прикладі ТОВ «Одетекс».

В статье рассмотрены теоретические аспекты международной конкурентоспособности предприятий. Особое внимание уделено термину «конкурентоспособность». Исследованы современные проблемы управления международной конкурентоспособностью отечественных предприятий. Предложены пути повышения международной конкурентоспособности отечественных предприятий на примере ООО «Одетекс».

The article deals with theoretical aspects of international competitiveness of enterprises. Particular attention is paid to the term "competitiveness". The modern problems of management of international competitiveness of domestic enterprises are investigated. The ways of increasing the international competitiveness of domestic enterprises on the example of LLC "Odetex" are suggested.

Ключові слова: міжнародна конкурентоспроможність, промислове підприємство, "Одетекс", ефективність, нематеріальні активи, зовнішні та внутрішні ринки

Ключевые слова: международная конкурентоспособность, промышленное предприятие, "Одетекс", эффективность, нематериальные активы, внешние и внутренние рынки

Keywords: international competitiveness, industrial enterprise, Odetex, efficiency, intangible assets, external and internal markets

ВСТУП

В умовах глобальної економіки щоденно зростають вимоги споживачів, що робить конкурентну боротьбу на міжнародному ринку більш суворою та спонукає конкурентів зміцнювати свої ринкові позиції та скорочувати терміни впровадження новітніх технологій. Окрім цього ситуацію на міжнародному ринку ускладнюють сучасні економічні кризи, інфляційні процеси, значний моральний та фізичний знос устаткування та інші фактори. На даний момент українська економічна система перебуває у досить скрутному становищі та потребує негайних змін та інноваційних напрямків розвитку, для того щоб дозволити вітчизняним підприємствам конкурувати на міжнародних ринках. Саме тому постає проблема підвищення міжнародної конкурентоспроможності сучасних промислових підприємств.

Міжнародна конкурентоспроможність є актуальною економічною категорією в діяльності будь-якої компанії, організації, підприємства, тому активно досліджується як вітчизняними так і зарубіжними фахівцями такими як: Н. Безрукова [1], Р.А. Фатхутдінов

[2], Дж. Майер [3], В. Долгих, А. Беленов [4], Дж. Бленк [5]. Значний внесок у дослідження проблеми міжнародної конкурентоспроможності зробив М. Портер [6].

МЕТА РОБОТИ

Основною метою статті є дослідження сучасних шляхів підвищення міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на прикладі ТОВ «Одетекс».

МЕТОДИ ДОСТІДЖЕННЯ

Дана стаття базується на працях вітчизняних та зарубіжних фахівців, матеріалах періодичних видань, статистичних збірниках. Використовувались методи аналізу та синтезу, порівняння та узагальнення, системний підхід, тощо.

РЕЗУЛЬТАТИ

Експерти Міжнародного інституту розвитку менеджменту визначають міжнародну конкурентоспроможність як «здатність країни в умовах чесних і вільних ринкових відносин виробляти товари й послуги, що задовольняють вимогам міжнародних ринків, у той же час, підтримуючи і збільшуючи реальні доходи».

ди своїх громадян в довгостроковій перспективі» [7].

У цьому контексті також доцільно розтлумачити значення економічної категорії «конкурентоспроможність». Конкурентоспроможність підприємства – це здатність підприємства створювати, виробляти й продавати товари та послуги, цінові й нецінові якості яких більш привабливі, ніж в аналогічній продукції конкурентів [8].

Для подальшого існування на міжнародному ринку та випуску конкурентоспроможних товарів вітчизняним підприємствам необхідно постійно дбати про програму підвищення міжнародної конкурентоспроможності, враховуючи постійні зміни у навколишньому середовищі та реактивно пристосовуватись до них.

Зазвичай програмою підвищення міжнародної конкурентоспроможності називають організований комплекс робіт виконання якого обмежене в часі та пов'язане із застосуванням конкретних фінансових, матеріальних і трудових ресурсів.

Одним із провідних сучасних шляхів підвищення міжнародної конкурентоспроможності на підприємстві виступають нематеріальні активи. До цього сектору можна віднести якісь особливі навички, знання, ідеї, якими одне підприємство може відрізнятись від іншого. Тобто це можна назвати розвитком своїх переваг.

Прикладом так званих нематеріальних активів може виступати "Digital-marketing". Digital-marketing являє собою придбання представниками малого і середнього бізнесу певних знань і навичок використання різних форм цифрових каналів для ефективного реалізації маркетингової політики їх підприємств [9].

Наприклад, для промислового підприємства ТОВ «Одетекс», яке існує на ринку вже понад 10 років, розвиток нематеріальних активів є одним з ключових шляхів підвищення міжнародної конкурентоспроможності. На цьому унікальному для України підприємстві виготовляють ворсові тканини, поліпропіленові мішки й різні неткані матеріали. Продукція компанії використовується у виробництві меблів, в сільському господарстві, будівництва, при виготовленні виробів медичного призначення [10]. ТОВ «Одетекс» використовує власні унікальні технології виробництва нетканних матеріалів типу спанбонд і спанлейс, що вже є значним «плюсом» в порівнянні з існуючими на українському ринку конкурентами, які виступають лише дистриб'юторами.

Сутність розширення нематеріальних активів полягає в тому, щоб із звичайних рядових кадрів зробити досвідчені «генератори» ідей, тобто «специфічні ресурси» саме для цієї компанії. Такі інноватори здатні приносити в компанію додатковий прибуток. Для розвитку нематеріальних активів і підвищення інтелектуальної цінності фахівців ТОВ «Одетекс» в цілому, необхідно постійне проведення різних тренінгів, навчальних семінарів та стажувань з обміну досвідом з закордонними партнерами. Крім цього, на підприємстві поки що відсутній відділ маркетингу, але є відділ збуту, тому на підприємстві необхідно застосовувати Digital-marketing. З його допомогою підприємство зможе підвищити кваліфікацію своїх фахівців з відділу збуту і створити маркетинговий відділ не привертаючи нових фахівців із зовні.

Таким чином, шляхами підвищення міжнародної конкурентоспроможності на підприємстві ТОВ «Одетекс», яке спеціалізується на виробництві ворсової тканини, поліпропіленових мішків і різні неткані матеріали, є:

- мотивування персоналу і регулярне влаштування мозкового штурму, для забезпечення продуктивного надходження інновацій та подальшого їх використання у стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємства;

- створення маркетингового відділу, який буде управляти проектами, що стосуються розробки торгової марки. Таким чином, кожен відділ буде займатися своєю справою, а відділ збуту не буде завантажений непрофільними завданнями;

- поліпшення трудових ресурсів шляхом вдосконалення нематеріальних активів підприємства (організація тренінгів, курсів підвищення кваліфікації з іноземної мови, застосування нових технологій тощо);

- пошук нових ринків збуту;

- реконструкція інтернет-сайту та запровадження якісної реклами для розширення клієнтської бази.

Отже, наведені резерви росту конкурентоспроможності ТОВ «Одетекс» в перспективі дозволять підприємству поліпшити свою міжнародну конкурентоспроможність і вийти на міжнародний рівень.

ВИСНОВКИ

Проблема підвищення конкурентоспроможності і забезпечення конкурентних переваг підприємств в сучасних ринкових умовах є однією з найбільш актуальних на сьогоднішній день. Таким чином, вітчизняним промисловим підприємствам необхідно, перш за все, орієнтуватися на свої внутрішні ресурси та особливості, беручи до уваги фактори зовнішнього впливу перебуваючи на шляху формування та досягнення стійких конкурентних переваг як на внутрішньому так і на зовнішньому ринку.

Стосовно вітчизняного промислового підприємства ТОВ «Одетекс», у випадку дотримання керівництвом запропонованих заходів щодо підвищення конкурентоспроможності дозволить надати змогу підприємству незабаром розширити свою клієнтську базу та застосовувати власні ресурси більш ефективно. Таким чином, унікальне для України підприємство ТОВ «Одетекс» зможе зайняти більш міцні міжнародні ринкові позиції.

Список використаних джерел

1. Безрукова Н.В. Фактори забезпечення міжнародної конкурентоспроможності компаній в умовах сучасної глобальної економіки / Н.В. Безрукова. // Ефективна економіка. – 2015. – с. 39-42.

2. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации / Фатхутдинов Р.А. – М: Эксмо. – 2011. – 544 с.

3. Майер Дж. Міжнародне середовище бізнесу: Конкуренція та регулювання в глобальній економіці / Майер Дж., Олесневич Д.; пер. з англ. – К.: Либідь. – 2012. – 703 с.

4. О.Н. Беленов, В.В. Долгих Обеспечение конкурентоспособности промышленного предприятия на основе развития внутрифирменных конкурентных преимуществ // Экономика и управление фирмой,

Вестник ВГУ, Серия: Экономика и управление – 2012 – №1 – с. 66-70.

5. Бленк Дж. Оцінка конкурентоспроможності України в умовах політичних змін / Дж. Бленк // Дзеркало тижня. – 2008. – с. 7.

6. Портер М. Конкуренція. – М., К.: Вид. дім «Вільямс». – 2012.

7. Смитиенко Б.М. Мировая экономика: учебник для бакалавров / Б.М. Смитиенко; отв. ред. Б.М. Смитиенко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2013. – 590 с.

8. Конкурентоспроможність підприємства [Електронний ресурс] // Вікіпедія. – 2014. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Конкурентоспроможність_підприємства.

9. Ковальчук О.В. Нематеріальні активи як інструмент інноваційного розвитку підприємства / О.В. Ко-

вальчук, Т.В. Аверіхіна // XXII науково-практична конференція «Проблеми і перспективи інноваційного розвитку економіки в контексті інтеграції України в Європейський науково-інноваційний простір». – 2016. – с. 37–40.

10. Офіційний сайт ТОВ «Одетекс» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.odetex.com>.

11. Чебан А.С. Формування рекламної стратегії підприємства при виході на зовнішній ринок / А.С. Чебан, Т.В. Аверіхіна // Економіка, фінанси, право. Серія «Економіка». – 2017. – №7/1. – с. 4-7.

12. Єгоров М.Ю. Аналіз впровадження системи маркетингового менеджменту на вітчизняних підприємствах / М.Ю. Єгоров, Т.В. Аверіхіна // Економіка, фінанси, право. Серія «Економіка». – 2017. – №6/1 – с. 7-9.