

ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ НАЦИОНАЛЬНОГО И ИНТЕРНАЦИОНАЛЬНОГО РЫНКА В КОНТЕКСТЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Поясник Г.В., канд. техн. наук, доцент
Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет*

Постановка проблемы. Международный и внутригосударственный рынок сегодня значительно изменились и имеют ряд отличий и особенностей. Несомненно, сегодняшней рынок функционирует по ряду правил и главенствующее положение на нем занимает тот, кто занял наиболее выгодное положение по сравнению с конкурентами и оказался самым конкурентоспособным. Трудовые ресурсы, которые соответствуют требованиям международного рынка, являются важнейшим фактором повышения конкурентоспособности. Также главенствующее положение на рынке поможет занять использование инновационных технологий, оказание услуг и реализация товаров в соответствии с признанными международными критериями качества. Это позволяет вывести в лидеры рынка национальное предприятие, постоянное усовершенствование поставляемой на рынок продукции, а также безупречное качество выпускаемой продукции позволяет расширить деятельность на интернациональной арене.

Анализ последних исследований и публикаций. Особенности специфики современного рынка нашли свое отражение и наглядно представлены в ряде публикаций. В значимость научно-технического отрыва от конкурентов как на фактор конкурентных преимуществ обращает внимание в своей книге «Основы управления конкурентоспособностью» Е. Мазилкина и Г. Паничкина [1]. Вопросами формирования конкурентности в своей книге занимался А. Головачев «Конкурентоспособность организации» [2], а также вопросы оценки конкурентоспособности предприятий исследовали А. Пострелова и М. Маркин [3].

Нерешенные составляющие общей проблемы. Рассматриваемая тема исследования в настоящий период времени является мало изученной, так как представление конкурентоспособности довольно тяжело поддается обширному и общему анализу, ведь каждое предприятие придерживается своих стратегий, концепций и технологических процессов.

Формулирование целей статьи. Целью данного исследования стало определение отличительных характеристик национального и интернационального рынка в контексте совершенствования конкурентоспособности предприятия.

Изложение основного материала исследования. Мы можем предположить, что главным фактором для развития внутреннего рынка и выживания в корпоративной среде является конкурентоспособность отдельно взятого предприятия. Чем лучше может удовлетворить предприятие потребности своих клиентов, чем больше преимуществ оно имеет по сравнению с другими участниками рынка, тем большей конкурентоспособностью она обладает [4].

В зависимости от условий, которые созданы во внешней и внутренней среде, и отличаются подходы конкретного предприятия к решению такой задачи как повышение конкурентоспособности. Хорошо, если предприятие чувствительно к изменениям во внешней среде и моментально реагирует на них. Повысить конкурентоспособность предприятия можно, если полностью переориентировать его на удовлетворение потребностей клиента, регулярно повышать качество продукции, использовать последние разработки и технологии в производстве, качественно использовать трудовые и другие ресурсы предприятия, улучшать условия работы на предприятии [5].

Считаем нужным отметить, что среди главных аспектов, которые способны утвердить позиции предприятия на рынке, стоит выделить следующие:

- разработка правильной стратегии предприятия;
- рациональное полноценное использование трудовых и материальных ресурсов;
- использование инновационных технологий для раскрытия потенциала предприятия;
- правильный анализ составляющих рынка;
- повышение уровня результативности менеджмента на предприятии;
- выпуск качественных конкурентоспособных товаров [6].

Чтобы повысить конкурентоспособность предприятия, следует осуществлять продуманное, проанализированное и профессиональное управление с обязательным учетом особенностей переходного периода, разработкой правильной политики для повышения конкурентоспособности предприятия на национальном и международном рынке.

Среди таких факторов выделяют внешние:

- политическую и экономическую ситуацию в государстве, которая значительно влияет на политику в сфере внешних международных отношений, финансово-кредитных отношений, научно-технический прогресс и развитие сферы инноваций.
- регулирует ли самостоятельно государство качество продукции, выпускаемой предприятием.
- распространяется ли антимонопольное законодательство на реализуемую продукцию.
- существуют ли специальные программы государственной поддержки производителя.
- насколько соотносятся спрос и предложение на рынке.

- состояние конкуренции в выбранной сфере рынка: количество конкурентов и их уровень.
- размещение производственных сил и концентрация производства;
- наличие необходимого доступного сырья;
- развитие: технологичный, инновационный и технический уровень в выбранной отрасли [7].

Среди внутренних факторов, имеющих решающее значение выделяют:

- способы управления производством и налаженная система;
- технологии, используемые во время производства и их уровень;
- работает ли система долговременного планирования;
- какая маркетинговая концепция работает в компании;
- насколько профессиональны и квалифицированы сотрудники;
- широкий ли ассортимент продукции и расширяется ли он;
- является ли предлагаемый товар эксклюзивным;
- применяются ли инновационные подходы на производстве;
- есть ли доступ к сырью высокого качества [8].

Среди условий, которые будут способствовать повышению конкурентоспособности на рынке, стоит выделить следующие:

Обязательно стоит внедрить инновационные технологии и последние разработки на рынке (позволит конкурировать не только на внутреннем, но и на внешнем рынке).

Присутствуют ли на производстве квалифицированные сотрудники, которые смогут конкурировать даже на международном рынке труда.

Какая концепция управления качеством используется в компании? Среди множества компаний, предлагающих аналогичный товар, покупатель выберет тот, который признан более качественным.

Стоит постоянно совершенствовать продукцию, реализуемую на национальном рынке и расширять деятельность на интернациональном рынке [9, 10].

Вывод или научная новизна. Основываясь на результатах проведенного исследования, можем утверждать, что в условиях довольно жесткой конкуренции на внешнем и внутреннем рынке, каждое предприятие должно занять своё место.

Среди важнейших факторов повышения работоспособности компании стоит упомянуть следующие:

- правильное внедрение инновационных технологий и проведение грамотной политики в сфере использования научных разработок позволит достойно конкурировать на рынке;
- использование квалифицированных трудовых ресурсов, которые могут конкурировать на современном международном рынке труда;
- гибкую и эластичную систему контроля качества реализуемой продукции, которая должна только совершенствоваться как на национальном, так и международном уровне.

Согласно критерию перехода к рыночной инфраструктуре предприятие приобретает финансовую независимость в ведении своей хозяйственной деятельности. Фирма на свой страх и риск определяет, какую продукцию изготавливать, устанавливает ценовую политику на неё.

Конкурентоспособность предприятия характеризует способность к достижению поставленных целей путем производства и выпуска продукции, которая по качеству превосходит товары и услуги конкурентов.

На данный момент структура работы предприятия многообразна, так как используются различные технологии, подходы и стратегии. Компания должна создавать инновационные стратегии для того, чтобы иметь высокую конкурентоспособность на рынке.

База конкуренции – это создать и выпустить лучше, чем у других. Конкурентная борьба является одним из самых эффективных рычагов развития рыночной экономики. Конкуренция помогает быть уникальным, выражаться как личности в сфере рыночной экономики посредством выпуска уникальных и качественных товаров или услуг.

Конкурентоспособность основывается на качественной продукции, скорости решений, в том числе на лучших технологиях и свойствах услуг или продукции. Главная составляющая конкурентоспособности – повышение продуктивности работы компании, как на отечественном, так и на иностранном рынке. В свою очередь продуктивность достигается путем совершенствования его структур (технических, технологических и информационных).

Предметом исследования в данной работе является деятельность предприятий в условиях конкуренции на рынке и оценка его конкурентоспособности.

Целью данной работы является определение особенностей современного рынка и путей повышения конкурентоспособности предприятия.

В работе было проанализировано состояние конкурентоспособности на рынке, предложены пути повышения конкурентоспособности предприятия.

В ходе исследования были предложены пути повышения конкурентоспособности предприятия.

Сфера использования результатов: Данные исследования могут быть использованы предприятиями для дальнейшего своего развития.

В результате исследования были предложены практические рекомендации по повышению конкурентоспособности предприятий.

В работе использовались метод анализа и синтеза при анализе состояния конкурентоспособности на рынке и метод сравнения для разработки путей повышения конкурентоспособности предприятий на основе отличительных характеристик национального и интернационального рынка. Результаты. В ходе исследования были обоснованы условия, которые будут способствовать повышению конкурентоспособности предприятия на рынке. Выделены внутренние факторы, имеющие решающее значение для повышения конкурентоспособности предприятия. Сделан вывод о том, что следует осуществлять продуманное, проанализированное и профессиональное

управление с обязательным учетом особенностей переходного периода, разработкой правильной политики для повышения конкурентоспособности предприятия на национальном и международном рынке. В результате исследования были предложены практические рекомендации по повышению конкурентоспособности предприятий. Научная новизна. В работе определены отличительные характеристики национального и интернационального рынка, обоснована необходимость регулярного повышения качества продукции, использования последних разработок и технологий в производстве, качественного использования трудовых и других ресурсов предприятия, улучшения условий работы на предприятии. Сформированы главные аспекты, способные утвердить позиции предприятия на рынке, которые, в отличие от существующих, включают разработку правильной стратегии предприятия; рациональное полноценное использование трудовых и материальных ресурсов; использование инновационных технологий для раскрытия потенциала предприятия; правильный анализ составляющих рынка; повышение уровня результативности менеджмента на предприятии; выпуск качественных конкурентоспособных товаров. Практическая значимость. Данные результаты можно использовать в качестве платформы для дальнейшего изучения аспектов производства и повышения конкурентоспособности предприятий.

Перечень ссылок

1. Мазилкина Е., Паничкина Г. Основы управления конкурентоспособностью. М.: Омега-Л, 2009. 328 с.
2. Головачев А. Конкурентоспособность организации. Минск, 2012. 319 с.
3. Пострелова А., Маркин М. Оценка конкурентоспособности предприятия. *Молодой ученый*. 2013. №6. С. 398–402.
4. Борисов Н. Конкурентная разведка как инструмент конкурентной борьбы: сайт. URL: http://www.marketing.spb.ru/lib-research/competition_spy.htm. (дата обращения: 17.04.2019).
5. Светунькова С. Информационное обеспечение управления конкурентоспособностью: сайт. URL: <http://www.marketing.spb.ru/read/m19/4.htm>. (дата обращения: 20.04.2019).
6. Фатхутдинов Р. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса. Москва: Маркетинг, 2002. 885 с.
7. Бородин К. Конкурентоспособность в рыночной экономике. М., 2005. 125 с.
8. Быков В., Философова Т. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность. М., 2008. 295 с.
9. Черкасов В. Теоретические основы конкурентоспособности. СПбГУЭФ, 2004. 250 с.
10. Как обеспечить конкурентоспособность предприятия : сайт. URL: <http://vds1234.ru/index.php>. (дата обращения: 5.05.2019). :

References

1. Mazilkina, E., Panichkina, G. (2009), *Fundamentals of competitiveness management [Osnovy upravleniya konkurentosposobnost'yu]*, M, Omega-L, 328 p.

2. Golovachev, A. (2012), *Competitiveness of the organization* [*Konkurentosposobnost' organizatsii*], Minsk, 319 p.
3. Postrelova, A., Markin, M. (2013), Evaluation of enterprise competitiveness [Evaluation of enterprise competitiveness], *Young scientist*, No.6, P. 398–402.
4. Borisov, N. Competitive intelligence as an instrument of competition [Konkurentnaya razvedka kak instrument konkurentnoy bor'by], available at: http://www.marketing.spb.ru/lib-research/competition_spy.htm. (last accessed 17.04.2019).
5. Svetunkova, S. Informational support of competitiveness management [Informatsionnoe obespechenie upravleniya konkurentosposobnost'yu], available at: <http://www.marketing.spb.ru/read/m19/4.htm>. (last accessed 20. 04.2019).
6. Fatkhutdinov, R. (2002), *Competitiveness of an organization in a crisis* [*Konkurentosposobnost' organizatsii v usloviyakh krizisa*], Moscow, Marketing, 885 p.
7. Borodin, K. (2005), *Competitiveness in a market economy* [*Konkurentosposobnost' v rynochnoy ekonomike*], M., 125 p.
8. Bykov, V., Filosofova, T. (2008), *Competition. Innovation. Competitiveness* [*Konkurentsiya. Innovatsii. Konkurentosposobnost'*], M., 295 p.
9. Cherkasov, V. (2004), *Theoretical foundations of competitiveness* [*Teoreticheskie osnovy konkurentosposobnosti*], SPSUEF, 250 p.
10. How to ensure the competitiveness of the enterprise, available at: <http://vds1234.ru/index.php>. (last accessed: 05.05.2019).

РЕФЕРАТИ РЕФЕРАТЫ ABSTRACTS

УДК 338.45; JEL Classification M11

Поясник Г.В. ВІДМІННІ ХАРАКТЕРИСТИКИ НАЦІОНАЛЬНОГО І ІНТЕРНАЦІОНАЛЬНОЇ РИНКУ В КОНТЕКСТІ ВДОСКОНАЛЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Мета. Метою даного дослідження стало визначення відмінних характеристик національного і міжнародного ринку в контексті вдосконалення конкурентоспроможності підприємства. **Методика дослідження.** В роботі використовувалися метод аналізу і синтезу при аналізі стану конкурентоспроможності на ринку і метод порівняння для розробки шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємств на основі відмінних характеристик національного і міжнародного ринку. **Результати.** В ході дослідження були обґрунтовані умови, які сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності підприємства на ринку. Виділено внутрішні чинники, які мають вирішальне значення для підвищення конкурентоспроможності підприємства. Зроблено висновок про те, що слід здійснювати продумане, проаналізоване і професійне управління з обов'язковим урахуванням особливостей перехідного періоду, розробкою правильної політики для підвищення конкурентоспроможності підприємства на національному та міжнародному ринку. В результаті дослідження були запропоновані практичні

рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності підприємств. **Наукова новизна.** В роботі визначені відмінні характеристики національного і міжнародного ринку, обґрунтовано необхідність регулярного підвищення якості продукції, використання останніх розробок і технологій у виробництві, якісного використання трудових та інших ресурсів підприємства, поліпшення умов роботи на підприємстві. Сформовано основні аспекти, здатні зміцнити позиції підприємства на ринку, які, на відміну від існуючих, включають розробку правильної стратегії підприємства; раціональне повноцінне використання трудових і матеріальних ресурсів; використання інноваційних технологій для розкриття потенціалу підприємства; правильний аналіз складових ринку; підвищення рівня результативності менеджменту на підприємстві; випуск якісних конкурентоспроможних товарів. **Практична значущість.** Дані результати можна використовувати в якості платформи для подальшого вивчення аспектів виробництва і підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Ключові слова: конкуренція; конкурентоспроможність; підприємство; ринкова економіка; шляхи підвищення; товар; послуга.

УДК 338.45; JEL Classification M11

Поясник Г.В. ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ НАЦИОНАЛЬНОГО И ИНТЕРНАЦИОНАЛЬНОГО РЫНКА В КОНТЕКСТЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Цель. Целью данного исследования стало определение отличительных характеристик национального и интернационального рынка в контексте совершенствования конкурентоспособности предприятия. **Методика исследования.** В работе использовались метод анализа и синтеза при анализе состояния конкурентоспособности на рынке и метод сравнения для разработки путей повышения конкурентоспособности предприятий на основе отличительных характеристик национального и интернационального рынка. **Результаты.** В ходе исследования были обоснованы условия, которые будут способствовать повышению конкурентоспособности предприятия на рынке. Выделены внутренние факторы, имеющие решающее значение для повышения конкурентоспособности предприятия. Сделан вывод о том, что следует осуществлять продуманное, проанализированное и профессиональное управление с обязательным учетом особенностей переходного периода, разработкой правильной политики для повышения конкурентоспособности предприятия на национальном и международном рынке. В результате исследования были предложены практические рекомендации по повышению конкурентоспособности предприятий. **Научная новизна.** В работе определены отличительные характеристики национального и интернационального рынка, обоснована необходимость регулярного повышения качества продукции, использования последних разработок и технологий в производстве, качественного использования трудовых и других ресурсов предприятия,

улучшения условий работы на предприятии. Сформированы главные аспекты, способные утвердить позиции предприятия на рынке, которые, в отличие от существующих, включают разработку правильной стратегии предприятия; рациональное полноценное использование трудовых и материальных ресурсов; использование инновационных технологий для раскрытия потенциала предприятия; правильный анализ составляющих рынка; повышение уровня результативности менеджмента на предприятии; выпуск качественных конкурентоспособных товаров. **Практическая значимость.** Данные результаты можно использовать в качестве платформы для дальнейшего изучения аспектов производства и повышения конкурентоспособности предприятий.

Ключевые слова: конкуренция; конкурентоспособность; предприятие; рыночная экономика; пути повышения; товар; услуга.

UDC 338.45; JEL Classification M11

Poyasnik G.V. DISTINCTIVE CHARACTERISTICS OF THE NATIONAL AND INTERNATIONAL INTERNATIONAL MARKET IN THE CONTEXT OF IMPROVING THE COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE

Purpose. The purpose of this study was to determine the distinctive characteristics of the national and international market in the context of improving the competitiveness of enterprises.. **Methodology of research.** We used the method of analysis and synthesis in the analysis of the state of competitiveness in the market and the method of comparison to develop ways to improve the competitiveness of enterprises on the basis of the distinctive characteristics of the national and international market. **Findings.** The study substantiated the conditions that will enhance the competitiveness of enterprises in the market. Identified internal factors that are crucial to improve the competitiveness of the enterprise. The conclusion is made that it is necessary to carry out thoughtful, analyzed and professional management with the obligatory consideration of the peculiarities of the transition period, the development of correct policies to improve the competitiveness of enterprises on the national and international markets. As a result of the study, practical recommendations for improving the competitiveness of enterprises were proposed. **Originality.** The work identifies the distinctive characteristics of the national and international market, substantiates the need for regular improvement of product quality, use of the latest developments and technologies in production, quality use of labor and other resources of the enterprise, improvement of working conditions in the enterprise. Formed the main aspects that are able to establish the position of the enterprise on the market, which, unlike the existing ones, include the development of the correct strategy of the enterprise; rational full use of labor and material resources; the use of innovative technologies to unlock the potential of the enterprise; correct analysis of market components; improving the level of management performance in the enterprise; production of high-quality competitive

goods. *Practical value.* These results can be used as a platform to further explore aspects of production and improve the competitiveness of enterprises.

Key words: competition; competitiveness; company; market economy; ways to increase; product; service.

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Поясник Георгій Володимирович – кандидат технічних наук, доцент, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, доцент кафедри економіки і підприємництва, м. Харків, Україна; e-mail: royasnik1958@ukr.net; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7776-9932>. Моб.050-401-31-82.

Поясник Георгий Владимирович – кандидат технических наук, доцент, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, доцент кафедры экономики и предпринимательства, г. Харьков, Украина.

Poyasnik Georgiy – PhD (Engineering Sciences), Associate Professor, Kharkov National Automobile and Highway University, Associate Professor at the Department of Economics and Entrepreneurship, Kharkiv, Ukraine.