

4. Позняк С. В. Інновації як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємств. *Ефективна економіка*. 2015. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4614>.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ ТОВАРІВ

Зоря М.М.

*Науковий керівник: Ріпа Т.В., к.е.н., старший викладач
Київський національний торговельно-економічний університет*

Конкурентоспроможність українських підприємств в умовах динамічного розвитку світового ринку є актуальною проблемою на рівні держави. Нестабільна політична ситуація, економічний занепад не дають можливості акцентувати увагу на відтік кваліфікованих кадрів, уповільнення науково-технічних досліджень, наповнення вітчизняного ринку імпортованими товарами, недосконалість механізму управління і гальмування розвитку міжнародного конкурентного потенціалу українського виробничого комплексу. Все це викликає втрату конкурентних позицій підприємств України.

Конкурентоспроможність підприємства є однією з найважливіших категорій ринкової економіки, яка характеризує можливість і ефективність адаптації підприємства до умов ринкового конкурентного середовища. Поліпшення конкурентних позицій підприємства – запорука успішної діяльності держави на міжнародному ринку. Ветропак – один із провідних європейських виробників склотари. АТ «Ветропак Гостомельський Склозавод» займається виготовленням, продажем та реалізацією склотари в Україні, успішно прийнятий в члени мережі «Unic» та має можливість скористатися всіма перевагами та послугами.

Продукція Гостомельського склозаводу займає 27% ринку скляних пляшок в Україні - частка підприємства найбільша в країні. Тож будівництво складу на 35 мільйонів пляшок є і нагальною потребою, і свідченням ринкового успіху склоробів Гостомеля. До сильних сторін підприємства можна віднести: адекватні фінансові джерела; високу компетентність і кваліфікація персоналу; високе мистецтво конкурентної боротьби; цінову перевагу; високу якість продукції; популярність торгової марки; кращі виробничі потужності; надійну мережу розподілу; унікальну й передову технологія, сучасне обладнання; перевірене надійне управління; перевірений і надійний постачальник; розуміння споживачів; чітко сформульовану стратегія та ін (рис. 1).

При аналізі слабких сторін підприємства слід мати на увазі, що вони за певних умов можуть перетворитися в сильні. До слабких сторін підприємства належать: висока собівартість продукції; високий ступінь зносу устаткування; відсутність аналізу інформації про споживачів; втрата деяких аспектів компетентності персоналу. Численні контакти з потенційними закордонними інвесторами показали їхню зацікавленість в інвестуванні в зовсім нові виробничі потужності, використовуючи сучасні технології й інфраструктуру,

які б забезпечили безперебійну роботу в майбутньому.



Рис. 1. Конкурентні переваги «Ветропак Гостомельський Склозавод»

Сьогодні європейський ринок відрізняється труднощами для входження, так як досить насичений власними скляними підприємствами. Тому українські компанії можуть конкурувати за рахунок якості й за рахунок ціни. За багатьма позиціями у склозаводу прохідна ціна, навіть при загальному падінні виробництва за рік на 17%, підприємство може збільшити обсяги експорту.

Розробляючи експортний напрям, компанії необхідно врахувати, що технологічний рівень європейських підприємств вище, і, отже, вимоги замовників до якості і безпеки склотари прописані з урахуванням показників європейських підприємств. Це стимулює компанію до розвитку та модернізації потужностей, впровадження передових технологій виготовлення склотари. Наприклад, підприємство має обладнання для виготовлення полегшеної тари, яка стає популярною на європейському ринку, особливо в тих країнах, де не використовується скляна оборотна тара.

Скловиробництво в Україні дуже інтенсивно розвивається. Якщо узагальнити, то скловиробництво України, порівняно з іншими галузями промисловості, є найбільш розвинуте в технічному та технологічному плані. Зараз АТ «Ветропак ГСЗ» може поставляти продукцію на європейські ринки й конкурувати з іншими виробниками не тільки за ціною, а й за якістю тари.

Література:

1. Зайцева І. С., Полякова Н. А. Підвищення конкурентоспроможності підприємств України в умовах глобалізації. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2015. № 4(2). С. 121-123.
2. ПрАТ «Ветропак Гостомельський Склозавод» : сайт URL: <https://www.vetropack.ua/uk/>