

ФАКТОРИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КОМПАНІЙ В ГЛОБАЛЬНИХ КООРДИНАТАХ

Безрукова Наталія Валеріївна,

к.е.н., доцент

Свічкарь Віталій Анатолійович,

к.е.н., доцент

Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»,

м. Полтава, Україна

bezrukova.nataliya.1976@gmail.com

sva48484@gmail.com

Вступ. /Introduction. В умовах сучасної глобальної економіки міжнародне конкурентне середовище впливає на формування активних і пасивних складових міжнародної конкурентоспроможності фірми: чим вище інтенсивність конкуренції (і, отже, агресивніше конкурентне середовище), тим сильніше має бути розвинена пасивна конкурентоспроможність (для адаптації до конкурентного середовища). Активна конкурентоспроможність потрібна фірмі для зниження інтенсивності конкуренції: якщо фірма займає велику частку ринку, то її ринкова влада буде вища (і сильніше активна конкурентоспроможність), а інтенсивність конкуренції з боку конкурентів нижча.

Можна зазначити, що розвиток підприємств і їх місце в світовій ринковій економіці залежать від рівня конкурентоспроможності, а також уміння адаптуватися до соціально-економічних умов, що склалися. Міжнародна конкурентоспроможність кожного окремого підприємства складається під впливом різних чинників виробничо-економічної діяльності. Важливе значення займають якість продукції, що випускається, рівень використовуваної техніки і технології, організація виробництва, праці і управління, розвиток соціального середовища.

Мета роботи. /Aim. Дослідження головних факторів забезпечення міжнародної конкурентоспроможності компаній в умовах глобальної економіки.

Матеріали та методи./Materials and Methods. Теоретичну та методологічну основу роботи становить сукупність загальнонаукових і спеціальних принципів, методів та прийомів наукового дослідження, використання яких зумовлене поставленою метою. Для досягнення мети та вирішення завдань дослідження використані такі методи наукового дослідження: індукція, дедукція, аналіз, синтез, системно-структурний аналіз економічних процесів та явищ.

Результати та обговорення./Results and discussion. Функціонування компаній в умовах міжнародної конкурентної боротьби залежить від їх міжнародної конкурентоспроможності. Глобальне економічне середовище сучасного світового ринку, якому властиві невизначеність і мінливість, вимагає від суб'єкта господарювання якісного управління і постійного контролю конкурентоспроможності своєї діяльності. Якісне управління міжнародною конкурентоспроможністю визначається здатністю формування конкурентних позицій у такому середовищі й утримання їхнього потенціалу.

Достатньо високий рівень конкурентоспроможності продукції свідчить про доцільність її виробництва й можливості вигідного продажу. Разом з тим конкурентоспроможність товару – це не тільки висока якість і технічний рівень, а й вмiле маневрування в ринковому просторі й у часі, а головне – максимальне врахування вимог і можливостей конкретних груп покупців. Причому об'єктивна оцінка всіх аспектів рівня конкурентоспроможності може бути вироблена тільки на основі критеріїв, якими оперує споживач, для якого цей товар призначений. Джерела конкурентоспроможності товару необхідно шукати в конкурентних перевагах окремих його характеристик, що є наслідком більш ефективного управління процесом розробки, реалізації й експлуатації продукції, що пропонується [1].

Міжнародна конкурентоспроможність продукції й конкурентоспроможність фірми-виробника співвідносяться між собою як частина й ціле. Можливість компаній конкурувати на певному товарному ринку безпосередньо залежить від конкурентоспроможності товару, а також сукупності

економічних методів управління діяльністю фірми, що роблять вплив на результати конкурентної боротьби [2].

Окремо слід наголосити, що на рівень міжнародної конкурентоспроможності фірми найбільше впливають науково-технічний рівень і ступінь інноваційності технології виробництва, використання новітніх винаходів і відкриттів, впровадження сучасних засобів автоматизації виробництва. Вирішальний фактор, що визначає стабільність конкурентоспроможності фірми, – це не просто її здатність виробляти високоякісні товари, а й можливість забезпечити ними комерційний успіх. Міжнародна конкурентоспроможність компанії – це не тільки результат її власної діяльності, а й стан економіки, низький рівень якої є ускладнюючим чинником при прогнозуванні результатів діяльності. Оцінка конкурентоспроможності фірми на конкретному ринку або його сегменті ґрунтується на ретельному аналізі її технологічних, виробничих, фінансових і збутових можливостей. Така оцінка покликана визначити потенційні можливості фірми й заходи, які вона повинна провести для забезпечення високого рівня конкурентних переваг. У свою чергу, можливості фірми в сучасній конкурентній економіці доцільно оцінювати за допомогою маркетингових інструментів, тому що за умови їхнього ефективного використання розроблені маркетингові рішення будуть відповідати стратегічним цілям фірми з досягнення довгострокових конкурентних переваг.

Слід наголосити, що головна особливість зовнішньоекономічної діяльності, яка обумовлює її організаційно-технологічну складність і специфічний механізм управління, пов'язана з транскордонним характером зовнішньоекономічних операцій – перетинанням товарами, послугами, капіталом, сировинними та людськими ресурсами митних кордонів країн. Ця особливість зовнішньоекономічної діяльності та зростаюча роль міжнародного економічного обміну із його різноманітністю, протиріччями і політико-економічним механізмом регулювання, породжують об'єктивну потребу в

спеціалізованому виді управлінської діяльності – управлінні міжнародною конкурентоспроможністю підприємства.

У сучасних ринкових умовах для більшості компаній формування та управління міжнародною конкурентоспроможністю є відносно новим видом управлінської діяльності. Однак необхідність активного освоєння міжнародного економічного простору, в межах якого формуються в глобальних масштабах доходи, власність, рента та квазірента (надприбутки), а критерієм їх розподілу виступає рівень міжнародної конкурентоспроможності суб'єктів, висуває завдання перетворення цього виду управління в дієвий засіб боротьби національних підприємств за світогосподарські позиції.

Можна виділити основні складові, які впливають на ефективність управління міжнародною конкурентоспроможністю: управління персоналом; управління технологічними процесами; управління процесом обслуговування покупців; управління доходами та витратами; управління капіталом; управління ризиками [3].

Отже, міжнародна конкурентоспроможність є одним з вагомих показників стану компанії як господарчої системи, який визначає перспективи її подальшого розвитку, можливість досягнення стратегічних цілей та завдань. Підтримування або підвищення міжнародної конкурентоспроможності може розглядатися і як одна з функціональних стратегічних цілей підприємства.

Висновки./Conclusions. Таким чином, виходячи з усього вищесказаного, можна зробити висновок, що забезпечення та підвищення міжнародної конкурентоспроможності, як безперервний процес, повинно інтегрувати в собі методи функціональних видів управління підприємством, серед яких управління маркетинговою, фінансовою, кадровою, інноваційною діяльністю. Незважаючи на те, що всі компанії, як суб'єкти певної галузі, мають багато спільних рис технологічного та господарського процесів, між ними завжди існують відмінності щодо конкретних організаційних форм, використання інноваційних технологій тощо. Це визначає певний конкурентний потенціал підприємства. Дані відмінності повинні враховуватися в процесі розробки управлінських

рішень по всіх аспектах діяльності з метою посилення міжнародної конкурентоспроможності та ефективності господарської діяльності будь-якої компанії на світовому ринку.

Список літератури

1. Севрук І. М., Тропиніна А. С. Конкурентоспроможність національної економіки в умовах глобалізації. БізнесІнформ, 2019. № 5. С. 20-28.
2. Коваленко Н. В., Мізюк С. Г. Міжнародна конкурентоспроможність підприємства: сутність, складники та джерела формування конкурентних переваг. Приазовський економічний вісник. 2019. Вип. 2 (13). С. 26-30.
3. Суханова А. В. Методичні підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємства. Економіка та суспільство. 2021. Вип. 26. С. 1-5.