

УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОЮ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація: "Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства" зосереджується на вивченні методів та стратегій, які дозволяють підприємствам стати конкурентоспроможними на міжнародному ринку. Управління міжнародною конкурентоспроможністю охоплює широкий спектр дій, що включають аналіз ринку, розробку стратегій маркетингу, оптимізацію бізнес-процесів та удосконалення продуктів або послуг.

Ключові слова: міжнародна конкурентоспроможність, управління, підприємство, ринок, стратегії, маркетинг, бізнес-процеси, продукти, послуги.

MANAGEMENT OF INTERNATIONAL COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE

Abstract: "Management of international competitiveness of enterprises" focuses on studying methods and strategies that allow enterprises to become competitive in the international market. Management of international competitiveness covers a wide range of actions, including market analysis, development of marketing strategies, optimization of business processes, and improvement of products or services.

Keywords: international competitiveness, management, enterprise, market, strategies, marketing, business processes, products, services.

Сучасний світ стрімко розвивається в напрямі формування глобальної економіки, яка, в свою чергу, сприяє виникненню принципово нових сутностей (глобального ринку, глобальних інститутів) і процесів (глобальної конкуренції, глобального регулювання тощо). Ці явища загострюють процес боротьби серед країн за міжнародну конкурентоспроможність, що може призвести як до їх бурхливого розвитку, так і до системних кризових явищ. Тому в теперішній час дуже актуальним стає питання вибору оптимальної стратегії розвитку країни: або за допомогою пасивного слідування за стихійним необоротним процесом, або за допомогою свідомої стратегічної інтеграції в міжнародне співробітництво з урахуванням як можливостей власного потенціалу, так і поставлених цілей.

Кожен науковець тлумачить поняття міжнародної конкурентоспроможності з різних позицій. З точки зору Колесник Ю.В. міжнародна конкурентоспроможність підприємства – здатність підприємства створювати та реалізовувати продукцію, цінові й нецінові якості якої більш привабливі, ніж в аналогічній продукції конкурентів на зовнішньому ринку [1]. Майер Дж. наводить інше визначення міжнародній конкурентоспроможності, зазначаючи, що це порівняльна (зі змінами провідних конкурентів і ринків) та системно виявлена, що формується, розвивається всередині стійка здатність товаровиробника до методичного комплексного нарощування власних конкурентних переваг для прискореного й економічного забезпечення міжнародної переваги та планомірного випередження лідерів світового ринку на користь більш повного задоволення (у рамках правових, етичних й екологічних норм) матеріальних і соціальних потреб (працівників, споживачів, інвесторів, власників)[2]. Сіваченко І.Ю. наводить наступне пояснення, міжнародна конкурентоспроможність – це здатність підприємства ефективно функціонувати на зовнішньому ринку, а також можливість досягнення ефективної фінансово-господарської, зовнішньоекономічної діяльності і лідируючих позицій в умовах конкурентного середовища [3]. Кожен теоретик тлумачить це поняття з різних позицій. Деякі розглядають міжнародну конкурентоспроможність підприємства з позиції відповідності результатів діяльності підприємства вимогам міжнародних ринків, враховуючи основні чинники, які формують конкурентні переваги на міжнародному ринку. Відповідно до цього, необхідно виділити низку сутнісних характеристик, за якими міжнародна конкурентоспроможність – це [4]:

- продуктивне й ефективне використання ресурсів з погляду міжнародного поділу праці;
- здатність національних підприємств виробляти продукцію, яка відповідає міжнародним потребам, в умовах вільної конкуренції;
- основна характеристика високого розвитку науково-технічного сектору економіки і стійкого економічного росту держави і підприємств зокрема;
- об'єктивний процес, що відображає неперервність і динамічність розвитку економічної системи та її інтеграцію в міжнародне співтовариство.

Міжнародна конкурентоспроможність проявляється у досягненні підприємством конкурентних переваг у міжнародному суперництві та характеризується визначеними основними принципами [5]:

- Конкурентна перевага формується на основі нововведень, удосконалень та змін;
- Конкурентна перевага формується на кожному складнику системи створення цінностей. Система створення цінностей - це весь спектр видів діяльності, які приймають участь у процесі створення товару чи послуги, його використання, та охоплює стейкхолдерів підприємства: постачальників, посередників, покупців;
- Конкурентна перевага підтримується завдяки постійним удосконалень. Небагато існує конкурентних переваг, які важко або неможливо скопіювати;

Підтримка конкурентної переваги вимагає вдосконалення її джерел. Конкурентна перевага підприємства може впливати з будь-якої діяльності у ланцюжку цінностей, починаючи з розроблення виробу і закінчуючи сервісним обслуговуванням;

Підтримання переваг вимагає глобального підходу до стратегії. Підприємство не може довго підтримувати конкурентну перевагу в міжнародній конкуренції, якщо не використовує і не розширює свої переваги, які пов'язані з базуванням у своїй країні за допомогою глобального підходу до стратегії.

Таким чином, під впливом турбулентності зовнішнього середовища конкурентні переваги підприємства можуть зменшуватися або зовсім зникати. Основними причинами втрати конкурентних переваг є: погіршення факторних умов (збільшення витрат, зниження кваліфікаційного рівня працівників тощо), зниження інвестиційної привабливості підприємства та її інноваційного потенціалу, зниження здатності до адаптації (використання морально застарілого обладнання, довготривалість створення нової продукції тощо), зниження конкуренції на ринку, низькі доходи основних груп населення країни, що призводять до зниження вимогливості до якості товарів та їх різноманітності. У бізнес-середовищі ведеться не тільки конкурентна боротьба, а й існує тісний взаємозв'язок і взаємозалежність підприємств, тому, крім створення однобізнесових переваг, повинні розроблятися конкурентні переваги всіх бізнес-напрямів, які забезпечують міжнародну конкурентоспроможність підприємств у турбулентних умовах функціонування. Підприємства формують конкурентну перевагу, розробляючи нові способи здійснення діяльності, використовуючи нові технології, особливо інтелектуальний ресурс підприємства. Підприємства досягають успіху в тих напрямках діяльності, де є навички і ресурси, необхідні для успішного формування конкурентної переваги та, як наслідок, підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ,

1. Колесник Ю.В. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств: інформаційно-аналітичний бюлетень. Київ, 2010. С. 3–7.
2. Майер Дж. Міжнародне середовище бізнесу: конкуренція та регулювання в глобальній економіці. Київ: Либідь, 2002. 703 с.
3. Сіваченко І.Ю. *Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства (організації): навчальний посібник*. Київ : ЦНЛ, 2003. 186 с.
4. Грицишин Н. *Оцінка конкурентоспроможності підприємства*. Вісник Львівського університету: Серія економічна. 2004. Вип. 33. С. 431–436.
5. Портер М. Конкуренція: навчальний посібник; пер. з англ. Нью-Йорк: Вільямс, 2001. 495 с.

Сметанюк Олена Анатоліївна - доцент, канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та економіки, Вінницький національний технічний університет; elena_smetaniuk@ukr.net.

Цісар Дмитро Олександрович - студент групи МЗД-21мз, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет.

Smetaniuk Olena - Associate Professor, PhD, Associate Professor on Department of Management, Marketing, and Economics, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

Tsisar Dmytro - student of the Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.