

Міжнародна конкурентоспроможність підприємства: сутність і основні фактори впливу на її рівень

Вінницький національний технічний університет

Анотація: у статті розглянуто сутність міжнародної конкурентоспроможності підприємства. Визначено чинники впливу на рівень міжнародної конкурентоспроможності та систематизовано основні проблеми та шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Ключові слова: міжнародна конкурентоспроможність підприємства, макроекономічні чинники, глобальна конкуренція, світовий ринок.

Abstract: in the article considers the essence of international competitiveness of an enterprise. The factors of influence on the level of international competitiveness are identified and the main problems and ways to improve the competitiveness of enterprises are systematized.

Keywords: international competitiveness of the enterprise, macroeconomic factors, global competition, world market.

Вступ

Розвиток світової економіки в умовах турбулентного середовища, характеризується посиленням конкуренції, глобалізацією ринків, зближенням та відкритістю міжнародних ринків. За таких нестабільних ринкових умов ефективне функціонування національної економіки потребує перегляду концептуальних засад до аналізу міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, визначення основних проблем, які суттєво впливають на позицію компаній на міжнародних ринках.

Незважаючи на руйнування, котрих зазнала українська економіка в результаті військових дій, український бізнес продовжує працювати та забезпечує громадян роботою, а державу податками. Підприємство є одним із найважливіших частин економіки, адже саме підприємства є основними платниками податків в державний бюджет, який сьогодні катастрофічно потребує вливань. Таким чином вихід на міжнародні ринки та посилення своїх позицій в глобальній економіці є особливо актуальною темою в теперішній час.

Результати дослідження

Конкурентоспроможність підприємства в системі зовнішньоекономічної діяльності формується завдяки ринковим можливостям підприємства та його компетенціям виявлення даних можливостей, які можуть стати конкурентною перевагою даного підприємства.

Кожен науковець тлумачить поняття «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].

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 окремих підприємств проявляється тоді, коли вони виходять на міжнародний ринок із власною продукцією. На її рівень впливають дві групи чинників: зовнішні та внутрішні.

Чинники зовнішнього середовища включають в себе три групи: світової економіки, макроекономічні та галузеві.

До чинників світової економіки відносять: кон'юнктуру світових ринків, міжнародний розподіл праці, динаміку валютних курсів, міжнародні угоди у сфері зовнішньої торгівлі.

Макроекономічні чинники, які належать до зовнішнього середовища, – це нормативно-правове регулювання ринку; митна політика держави; фіскальна політика держави; репутація країни на міжнародному ринку; участь держави у торговельних об'єднаннях; коливання валютних курсів; довгострокові програми розвитку секторів економіки; рівень розвитку інфраструктури; рівень доходів населення; рівень конкуренції на ринку; попит на продукцію; ціна товару чи послуги.

Галузеві чинники – галузеві програми розвитку промисловості та їх взаємозв'язок із програмами розвитку суміжних галузей; ефективність функціонування галузевих професійних об'єднань; запровадження і підтримка грантових програм за сприяння міжнародних фондів і професійних галузевих об'єднань; стимулювання запровадження інтеграційних формувань; діяльність промисловості у вищих органах державної влади; наявність стимулів для розвитку підприємств промисловості; інвестиційна привабливість галузі.

Внутрішні чинники впливу на рівень міжнародної конкурентоспроможності підприємства формуються на підприємстві та повністю йому підпорядковані. Підприємство може впливати на рівень прояву цих чинників, тому йому потрібно управляти ними, щоб отримувати позитивний результат для прийняття управлінських рішень. Так само існують різні підходи до виокремлення внутрішніх чинників конкурентоспроможності: діяльність керівництва та апарату управління підприємства, організація та виробнича структура, професійний та кваліфікований рівень керуючих кадрів; система технологічного оснащення; ресурси; збут продукції або ж система управління; фінансове забезпечення; виробничі потужності та виробничий потенціал; інновації; доступ до якісних і дешевих ресурсів [5].

Метою управління конкурентоспроможністю є забезпечення життєздатності та сталого функціонування підприємства за будь-яких економічних, політичних, соціальних та інших змін у його зовнішньому середовищі. Об'єктом управління конкурентоспроможністю підприємства є рівень конкурентоспроможності, необхідний і достатній для забезпечення життєздатності підприємства як суб'єкта економічної конкуренції. Суб'єктами управління конкурентоспроможністю підприємства є певне коло осіб, які належать до скоординованої системи управління підприємством та беруть участь у розробці та реалізації управлінських рішень у сфері управління конкурентоспроможністю підприємства.

Основні проблеми низької конкурентоспроможності підприємства це [6]:

- відсутність досвіду змагань;
- ігнорування іноземного права;
- грубість двосторонніх і багатосторонніх міждержавних угод;
- наявність перешкод у вигляді відповідних умов стандартизації та сертифікації;
- невідповідність систем управління підприємством міжнародним вимогам;
- відсутність вітчизняних фундаментальних наукових досліджень в цій області;
- діяльність західних підприємств, десятиліттями існуюча в умовах жорсткої конкуренції

Комплексний підхід до вирішення цих проблем вимагає забезпечення взаємодії держави і підприємств на всіх рівнях конкурентоспроможності [6]. Для вирішення цих проблем є способи підвищення конкурентоспроможності підприємств, а саме:

- створення іміджу компанії за «справедливою» ціною за рахунок відповідності ціни та якості;
- розширення і поліпшення асортименту продукції;
- оптимальне використання матеріальних ресурсів;
- поліпшення кадрового потенціалу і структур управління;
- ретельне вивчення потреб ринку;
- наявність конкурентоспроможності вітчизняних постачальників;
- стимулювання продажів.

Конкуренція змушує виробників впроваджувати інноваційні виробничі процеси, нові технології - необхідно знижувати витрати виробництва. Таким чином компанія підвищує якість продукту і привертає увагу нових покупців, а значить, збільшує власний прибуток.

Висновки

Міжнародна конкурентоспроможність - це постійний та безперервний процес, який включає в себе, покращення якості товарів та послуг, моніторинг ефективності діяльності та ключових показників, посилення маркетингу, вдосконалення за рахунок інновацій, покращення логістики та постачання, пропонування конкурентних цін.

Виділяють зовнішні та внутрішні фактори впливу на процес управління конкурентоспроможністю. До внутрішніх факторів відносять: організаційно-правову форму та структуру підприємства; рівень науково технічного розвитку виробництва; кваліфікація персоналу; діловий імідж підприємства. До зовнішніх факторів відносять: стан ринку товарів, технологій, робочої сили, науково-технічний розвиток, вплив держави.

Технологія формування конкурентних переваг є комплексом маркетингових процедур і способів їх виконання, призначених для кращого позиціонування підприємства в конкурентному середовищі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

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. : навчальний посібник. Київ : Либідь, 2002. 703 с.
3. Сіваченко І.Ю. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства (організації) : навчальний посібник. Київ : ЦНЛ, 2003. 186 с.
4. Мізюк С.Г., Коваленко Н.В. Міжнародна конкурентоспроможність підприємства: сутність, основні складові та джерела формування конкурентних переваг. *Науковий журнал Класичного Приватного Університету*. 2019. Випуск №2(13). С. 26-30.
5. Кривешко О.В., Сідун П.В. Чинники формування конкурентоспроможності підприємств та кластерів. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. Львів : Львівська політехніка, 2011. С. 180–188.
6. Омельчак, Г. Особливості формування конкурентоспроможності підприємств в умовах воєнного стану. *Економічний простір*, 2023 № 184, С. 114-117.

Сметанюк Олена Анатолівна – доцент, канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та економіки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Конюк Людмила Василівна - студентка групи МЗД-22м, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: mpboxmp@gmail.com

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

Konyuk Lyudmyla Vasylyvna - student, faculty of management and information security Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa, e-mail: mpboxmp@gmail.com