

УДК 339.9.01

Коваленко Н.В.*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародної економіки
Національного авіаційного університету***Мізюк С.Г.***кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародної економіки
Національного авіаційного університету***Kovalenko Nataliia***Candidate of Sciences (Economics), associate professor
Associate Professor of the Department
of International Economics
National Aviation University***Mizyuk Svetlana***Candidate of Sciences (Economics), associate professor
Associate Professor of the Department
of International Economics
National Aviation University*

МІЖНАРОДНА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ, ОСНОВНІ СКЛАДНИКИ ТА ДЖЕРЕЛА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

INTERNATIONAL COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE: ESSENCE, MAIN COMPOUNDS AND SOURCES FOR COMPETITIVE ADVANTAGES

АНОТАЦІЯ

У статті розкрито сутність міжнародної конкурентоспроможності підприємства, основні її складники та джерела формування конкурентних переваг. Розвиток світової економіки, що характеризується глобалізацією ринків, посиленням конкуренції, зближенням та відкритістю міжнародних ринків, спричинив дослідження сутності, основних чинників впливу та оцінки міжнародної конкурентоспроможності підприємства. Протистояння серед підприємств, що функціонують на міжнародних ринках, може призвести як до їх розвитку, так і до кризових ситуацій, тому актуальним питанням сьогодення є пошук конкурентних переваг підприємства, які є підґрунтям для міжнародної конкурентоспроможності підприємства. Незважаючи на велику теоретичну базу з питань міжнародної конкурентоспроможності підприємства, досі не існує єдиного універсального підходу до визначення джерел конкурентних переваг для підвищення рівня міжнародної конкурентоспроможності підприємства. Сьогодні питання міжнародної конкурентоспроможності підприємства потребує дослідження в економічній науці з урахуванням виявлення та формування конкурентних переваг.

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

АННОТАЦИЯ

В статье раскрыта сущность международной конкурентоспособности предприятия, основные ее составляющие и источники формирования конкурентных преимуществ. Развитие мировой экономики характеризуется глобализацией рынков, усилением конкуренции, сближением и открытостью международных рынков, что вызвало исследование сущности, основных факторов влияния и оценки международной конкурентоспособности предприятия. Противостояние среди предприятий, функционирующих на международных рынках, может привести не только к развитию, но и к кризисным ситуациям, поэтому актуальным вопросом сегодня является поиск конкурентных преимуществ предприятия, которые являются осно-

вой для международной конкурентоспособности предприятия. Несмотря на большую теоретическую базу по вопросам международной конкурентоспособности предприятия, до сих пор не существует единого универсального подхода к определенным источникам конкурентных преимуществ для повышения уровня международной конкурентоспособности предприятия. На сегодняшний день вопрос международной конкурентоспособности предприятия требует исследования в экономической науке с учетом выявления и формирования конкурентных преимуществ.

Ключевые слова: международная конкурентоспособность предприятия, конкурентное преимущество, макроэкономические факторы, глобальная конкуренция, мировой рынок.

ANNOTATION

The development of the world economy, characterized by the globalization of markets, increased competition, convergence and openness of international markets led to study nature, the main influence factors and assessment of international competitiveness. Search for sources of competitive advantages that are influenced by internal and external factors are the basis for a competitive business strategy and create a level of international competitiveness. Confrontation among enterprises operating in international markets can lead both to their development and to crisis situations. Therefore, current issues of today are the search for competitive advantages of the enterprise, which are the basis for the international competitiveness of the enterprise. The purpose of the article is to comprehend the essence of the international competitiveness of the enterprise through generalization of approaches to its interpretation and search of competitive advantages. In modern conditions of the turbulent environment, the main criterion for the successful functioning of economic entities in the world market is the level of their international competitiveness. Competitiveness of an enterprise in the international market forms its abilities and competencies which can become competitive advantages. The search for competitive advantages is carried out in six main processes that create the value of the product from technology to service.

International competitiveness – comparative (as amended leading competitors and markets) and systematically identified emerging, developing and inside-resistant ability of producers to methodical complex build their own competitive advantages for fast and economical providing international benefits and the planned advance world market leaders in favor of better meet (within the framework of legal, ethical and environmental norms) material and social needs (workers, consumers, investors, own lkk) Each researcher interprets the concept from different perspectives, first consider the international competitiveness position of compliance enterprise performance requirements of international markets, including the main factors that shape the competitive edge in the international market. The international competitiveness of individual enterprises is manifested when they enter the international market with their own products. The level of international competitiveness of the company is influenced by two groups of factors – external and internal. The influence of international factors on the competitiveness of the enterprise is direct, as it interacts directly with foreign business entities. Each has its competitive advantage of resources and market position on the world market are determined by the number of competitive advantages, their significance and duration of the life cycle of competitive advantage. The greater the number of unique, hard-to-copy competitive advantage and the duration of their life cycle, the stronger strategic position of the company.

Key words: international competitiveness of the enterprise, competitive advantage, macroeconomic factors, global competition, world market.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Розвиток світової економіки, що характеризується глобалізацією ринків, посиленням конкуренції, зближенням та відкритістю міжнародних ринків, спричинили дослідження сутності, основних чинників впливу та оцінки міжнародної конкурентоспроможності підприємства. Пошук джерел конкурентних переваг, які формуються під впливом внутрішніх та зовнішніх чинників, становить основу конкурентної стратегії підприємства та формує рівень міжнародної конкурентоспроможності підприємства. Протистояння серед підприємств, що функціонують на міжнародних ринках, може призвести як до їх розвитку, так і до кризових ситуацій, тому актуальним питанням сьогодення є пошук конкурентних переваг підприємства, які є підґрунтям для міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Проблемам підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємства присвячено праці багатьох зарубіжних та вітчизняних учених: Г. Азоева, І. Багієва, В. Базилевича, Л. Балабанова, А. Гальчинського, Т. Загорної, Н. Задорожної, О. Зозульова, Ф. Котлера, М. Портера, А. Стрікланда, Р. Уотермена, А. Філіпенко та ін. Незважаючи на велику теоретичну базу з питань міжнародної конкурентоспроможності підприємства, досі не існує єдиного універсального підходу до визначення джерел конкурентних переваг для підвищення рівня міжнародної конкурентоспроможності підприємства. Сьогодні питання міжнародної конкурентоспроможності підприємства потребує дослідження в

економічній науці з урахуванням виявлення та формування конкурентних переваг.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є осмислення сутності міжнародної конкурентоспроможності підприємства через узагальнення підходів до її трактування та пошуку конкурентних переваг. Для досягнення поставленої мети проаналізуємо поняття міжнародної конкурентоспроможності підприємства, виокремимо основні чинники її формування та розглянемо підґрунтя для її формування та розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. У сучасних умовах турбулентного зовнішнього середовища основним критерієм успішного функціонування суб'єктів господарювання на світовому ринку є рівень їхньої міжнародної конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність підприємства на міжнародному ринку формують його здібності та компетентності, які можуть стати конкурентними перевагами.

Пошук конкурентних переваг здійснюється на шести основних процесах, які створюють цінність товару, – від технології до обслуговування.

Міжнародна конкурентоспроможність – порівняльна (зі змінами провідних конкурентів і ринків) та системно виявлена, що формується, розвивається зсередини 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) [5].

Міжнародна конкурентоспроможність підприємства – здатність підприємства створювати та реалізовувати продукцію, цінові й нецінові якості якої більш привабливі, ніж в аналогічній продукції конкурентів на зовнішньому ринку [3].

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 [7].

Кожен науковець тлумачить це поняття з різних позицій. Деякі розглядають міжнародну конкурентоспроможність підприємства з позиції відповідності результатів діяльності підприємства вимогам міжнародних ринків, ураховуючи основні чинники, які формують конкурентні переваги на міжнародному ринку. Відповідно до цього, необхідно виділити низку сутнісних характеристик, за якими міжнародна конкурентоспроможність – це [8]:

- продуктивне й ефективне використання ресурсів із 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 [6]:

– 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.

Міжнародна конкурентоспроможність окремих підприємств проявляється тоді, коли вони виходять на міжнародний ринок із власною продукцією.

На рівень міжнародної конкурентоспроможності підприємства впливають дві групи чинників: зовнішні та внутрішні.

Чинники зовнішнього середовища поділяються на три групи: світової економіки, макроекономічні та галузеві.

Чинники світової економіки: кон'юнктура світових ринків, міжнародний розподіл праці, динаміка 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.

Міжнародні чинники конкурентоспроможності підприємства зумовлюються ситуацією поза межами країни, станом та кон'юктурою світових ринків, вимогами міжнародних інституцій тощо. У їх складі виділяють такі групи: загальноекономічні – стадія циклу розвитку світової економіки, кон'юнктура світових товарних ринків, зовнішньоекономічна політика іноземних держав, глобалізація конкуренції і світогосподарських процесів, розвиток інтеграційних процесів у світовому економічному просторі, регіоналізація міжнародної економічної взаємодії тощо; науково-технологічні – технологічний протекціонізм, технологічна стратифікація країн, звуження відкритого ринку технологій та формування «технологічних мереж» тощо; військово-політичні – політика іноземних країн щодо соціально-економічних та політичних перетворень в Україні, політичний клімат та стан розвитку міжнародних відносин; військово-політичні конфлікти в окремих регіонах світу тощо; інституціонально-економічні – пов'язані з вимогами іноземних держав щодо рівня якості, безпеки, екологічності товарів, що імпортуються, та діяльністю міжнародних інституцій тощо.

Вплив міжнародних чинників на формування конкурентоспроможності підприємства є прямим, оскільки безпосередньо взаємодіє з іноземними суб'єктами господарювання.

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 [2] або ж система управління; фінансове забезпечення; виробничі потужності та виробничий потенціал; інновації; доступ до якісних і дешевих ресурсів [4].

Конкурентні переваги – це сукупність ключових відмінних від суперників чинників успіху, які сприяють забезпеченню підприємству стійкої лідируючої конкурентної позиції на ринку на певний період [1].

Конкурентні переваги за формами виникнення поділяються на зовнішні, що характеризують ринкову перевагу підприємства у задоволенні потреб споживача, та внутрішні, які засновані на функціональних сферах діяльності підприємства. Імідж підприємства на ринку, властивості сервісного обслуговування споживачів, співвідношення ціни та якості продукції, сприйняття покупцями інновацій підприємства – це прояви зовнішньої конкурентної переваги. Внутрішні конкурентні переваги – управлінська, виробнича, маркетингова, фінансова, інвестиційна та інноваційна діяльність.

Забезпечення конкурентних переваг залежить від таких факторів, як [9]:

- відмінна якість, що являє собою підвищену цінність для покупців або за рахунок зменшення їхніх затрат, або за рахунок підвищення ефективності продукції для задоволення потреб споживачів;

- ключові компетенції – особливий навик чи технологія, що створюють унікальну цінність для споживачів;

- поява нових технологій;

- нові запити покупців чи ті запити, що змінилися;

- поява нового сегмента галузі за рахунок освоєння нової продукції;

- зміна вартості чи видів компонентів виробництва;

- зміна державного регулювання в таких напрямках, як стандарти, охорона навколишнього середовища;

- швидкість створення та реалізації інновацій;

- здатність відмовитися від існуючої конкурентної переваги на користь формування нової, більш ефективної;

- удосконалення власного виробництва;

- ефективне використання всіх видів ресурсів та їх оптимальне структурне співвідношення.

В умовах глобальної конкуренції конкурентна перевага підприємства забезпечується її діяльністю на всіх ринках. При цьому конкурентні переваги, які підприємство отримало на внутрішньому ринку, доповнюються перевагами, які заявили під час проведення міжнародних операцій.

М. Портер виділяє два види конкурентних переваг підприємства: конкурентні переваги, які зумовлені більш низькими витратами підприємства; конкурентні переваги, які зумовлені диференціацією товарів підприємства, що підвищує їхню споживчу цінність.

Щоб бути конкурентоздатним на ринку, підприємство повинно володіти унікальними конкурентними перевагами, для яких створюються умови для стійкого їх розвитку. Завдяки перевагам у наявних ресурсах чи перевагам, що забезпечують операційну ефективність, можна досягти лише тимчасового результату, тому потрібно зосередитися на унікальному позиціонуванні компанії, орієнтації на унікальні види діяльності. Саме це

дасть змогу забезпечити довгострокові конкурентні переваги.

Кожна конкурентна перевага має свій ресурс, тому ринкові позиції підприємства на світовому ринку визначаються кількістю конкурентних переваг, їх вагомістю та тривалістю життєвого циклу конкурентної переваги. Чим більше число унікальних, важкодоступних для копіювання конкурентних переваг і тривалість їх життєвого циклу, тим міцніше стратегічні позиції підприємства.

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 забезпечать 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.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Технологія формування конкурентних переваг є комплексом маркетингових процедур і способів їх виконання, призначених для кращого позиціонування підприємства в конкурентному середовищі. Принциповими особливостями цих технологій є: систематичний характер виконання, зумовлений динамічністю конкурентного середовища і необхідністю її постійного моніторингу; висока відповідальність під час їх розроблення та виконання, зумовлена сильним впливом рішень, що розробляються, на найважливіші економічні показники; інерційність прояву наслідків підготовлених рішень і, як наслідок, неможливість оперативного усунення небажаних наслідків; складність організаційної підтримки реалізації технологій через їх багатофункціональність і необхідність координації робіт між

різними ієрархічними рівнями управління підприємством; інтерактивність, що пояснюється наявністю великої кількості неформалізованих процедур і необхідністю введення окремих корективів у результаті змін кон'юнктури; необхідність потужної інформаційної підтримки у вигляді статистичних даних, результатів панельних досліджень і так званих слабких сигналів; багатокритеріальність, пов'язана з багатоаспектним характером як процесів управління, так і стану конкурентного середовища.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Близнюк С.В., Остапенко А.В. Конкурентний потенціал підприємства як категорія сучасних економічних досліджень : наук.-практ. журн. Київ : Центр, 2011. № 7. С. 41–42.
2. Грицишин Н. Оцінка конкурентоспроможності підприємства. *Вісник Львівського університету: Серія економічна*. 2004. Вип. 33. С. 431–436.
3. Колесник Ю.В. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств : інформаційно-аналітичний бюлетень. Київ, 2010. С. 3–7.
4. 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.
5. Майер Дж. Міжнародне середовище бізнесу: конкуренція та регулювання в глобальній економіці. Київ : Либідь, 2002. 703 с.
6. Портер М. Конкуренція : учебное пособие ; пер. с англ. Москва : Вильямс, 2001. 495 с.
7. Сіваченко І.Ю. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства (організації) : навчальний посібник. Київ : ЦНЛ, 2003. 186 с.
8. Угрюмова Е.В. Факторы формирования глобальной конкурентоспособности и международная практика ее оценки. *Актуальные вопросы экономических наук*. 2010. Вып. 17. С. 63–67.
9. Харчук Т.В. Підходи до визначення конкурентних переваг підприємства. *Економіка и управление*. 2011. № 6. С. 68–71.

REFERENCES:

1. S.V. Bliznyuk, A.V. Ostapenko (2011). Konkurentnij potencial pidpriyemstva yak kategoriya suchasnih ekonomichnih doslidzhen: nauk.-prakt. zhurn. Kyiv: Centr. (in Ukrainian)
2. N. Gricishin (2004). Ocinka konkurentospromozhnosti pidpriyemstva: visnik Lvivskogo universitetu: Seriya ekonomichna. Vip. 33. (in Ukrainian)
3. Yu.V. Kolesnik (2010). Upravlinnya mizhnarodnoyu konkurentospromozhnistyu pidpriyemstv: Informacijno-analitchnij byulet. (in Ukrainian)
4. O.V. Kriveshko, P.V. Sidun (2011). Chinniki formuvannya konkurentospromozhnosti pidpriyemstv ta klasteriv. Menedzhment ta pidpriyemnictvo v Ukrayini: etapi stanovlennya i problemi rozvitku: zbirnik naukovih prac – Lviv : Vidavnicтво Lvivskoyi politehniki (in Ukrainian).
5. Dzh. Majer (2002) Mizhnarodne seredovishe biznesu : Konkurenciya ta reguluyuvannya v globalnij ekonomci. Kyiv: Libid. (in Ukrainian)
6. M. Porter (2001). Konkurenciya: Ucheb. Posobie. per. s angl. Moskva: Izdatelskij dom "Vilyams". (in Russian)
7. I.Yu. Sivachenko (2003). Upravlinnya mizhnarodnoyu konkurentospromozhnistyu pidpriyemstva (organizaciyi): navch. posibnik. Kyiv: CNL. (in Ukrainian)
8. E.V. Ugryumova (2010). Faktory formirovaniya globalnoj konkurentosposobnosti i mezhdunarodnaya praktika ee ocenki. Aktualnye voprosy ekonomicheskikh nauk. (in Ukrainian)
9. T.V. Harchuk (2011). Pidhodi do viznachennya konkurentnih perevag pidpriyemstva. Ekonomika i upravlenie, № 6. (in Ukrainian).