

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 658.821:339.9

Астахова І.Е., к.е.н., доцент,
доцент кафедри міжнародної економіки
та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
*Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця*

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ ФАКТОРІВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Астахова І.Е. Особливості маркетингових факторів забезпечення міжнародної конкурентоспроможності підприємства. У статті досліджено чинники забезпечення міжнародної конкурентоспроможності підприємства. Виявлено їх значущість для успішного функціонування національних підприємств на міжнародному ринку. Проаналізовано класифікацію факторів впливу на конкурентоспроможність підприємства. Представлено структуру конкурентного середовища підприємства. Виявлено взаємозв'язок основних складників міжнародної конкурентоспроможності, конкурентних переваг і конкурентного статусу підприємства.

Ключові слова: міжнародна конкурентоспроможність, міжнародний ринок, фактори конкуренції, конкурентне середовище, конкурентний статус.

Астахова И.Э. Особенности маркетинговых факторов обеспечения международной конкурентоспособности предприятия. В статье исследованы факторы обеспечения международной конкурентоспособности предприятия. Выявлена их значимость для успешного функционирования национальных предприятий на международном рынке. Проанализирована классификация факторов влияния на конкурентоспособность предприятия. Представлена структура конкурентной среды предприятия. Выявлена взаимосвязь основных составляющих международной конкурентоспособности, конкурентных преимуществ и конкурентного статуса предприятия.

Ключевые слова: международная конкурентоспособность, международный рынок, факторы конкуренции, конкурентная среда, конкурентный статус.

Astakhova I. Features of marketing factors of ensuring the international competitiveness of the enterprise. In the article the factors of ensuring the international competitiveness of the enterprise were investigated, their significance for the successful functioning of national enterprises in the international market was revealed. The classification of factors of influence on enterprise competitiveness was analyzed. The structure of the company's competitive environment was presented. The interrelation of the main components of international competitiveness, competitive advantages and competitive status of the enterprise was revealed.

Keywords: international competitiveness, international market, competitive factors, competitive environment, competitive status.

Постановка проблеми. У нинішніх умовах, які характеризуються постійною зміною зовнішніх факторів, зростанням ризику діяльності, питання конкурентоспроможності підприємств на зовнішньому ринку є досить актуальним. Конкурентоспроможність підприємства на міжнародному рівні стає відбиттям наявності у нього складного комплексу відносних переваг над суперниками-конкурентами (реальними або навіть потенційними) у сфері реалізації ключових факторів конкуренції.

Досліджуючи конкурентоспроможність підприємств, необхідно брати до уваги велику кількість чинників, які сприяють ефективності функціонування компанії чи послаблюють її. На формування конкурентоспроможності підприємства на зовніш-

ньому ринку значний вплив мають маркетингові чинники зміни зовнішнього середовища та здатність підприємства вчасно й адекватно реагувати на них.

Для повного розуміння міжнародної конкурентоспроможності підприємства, глибокої уяви щодо формування конкурентних переваг необхідно проаналізувати основні чинники, що впливають на неї.

Статтю присвячено обґрунтуванню особливостей впливу маркетингових факторів на забезпечення міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням міжнародної конкурентоспроможності підприємства багато уваги приділено в наукових працях закордонних учених: Г. Азоєва, І. Ансоффа, Б. Карлофа, Ф. Котлера, М. Портера, А. Файоля та

ін. Дослідженням цього питання займалися й вітчизняні вчені, серед яких: Г. Бондаренко, А. Воронкова, В. Горбатов, А. Градов, Ю. Козакова, А. Люкшинов, Е. Мінько, С. Пермінова, Л. Піддубна, І. Піддубний, В. Пономаренко, І. Сіваченко, Т. Шталь.

Постановка завдання. Мета статті полягає у дослідженні маркетингових чинників забезпечення міжнародної конкурентоспроможності підприємства та виявленні їх значущості для успішного функціонування національних підприємств на міжнародному ринку.

Виклад основних результатів. Чинники міжнародної конкурентоспроможності – це інструменти, внутрішні та зовнішні сили, які зумовлюють об’єктивний та суб’єктивний вплив на формування конкурентного середовища. Для того щоб підвищити конкурентоспроможність національних виробників, потрібно створити необхідні умови, які будуть не гіршими, ніж в іноземних виробників. У результаті цього підвищиться й рівень конкурентоспроможності у цілому [1].

Для того щоб визначити основні чинники міжнародної конкурентоспроможності підприємства, розглянуто їх різноманітні класифікації. На деякі з них слід звернути увагу. Так, за класифікацією Т.В. Шталь виділяють чинники макро- та мікросередовища. Всі чинники макросередовища поділені на декілька блоків: політико-правові, НТП, ринково-галузеві, соціально-економічні, демографічні та екологічні. Чинники міжнародної конкурентоспроможності підприємства на макрорівні об’єднані у п’ять груп: техніко-технологічні, структурно-організаційні, економічні, ресурсні, соціологічні та культурологічні [2, с. 20–22].

У табл. 1 представлено класифікацію факторів впливу на міжнародну конкурентоспроможність підприємства, яку пропонують С.О. Пермінова та Є.В. Романко. На їхню думку, на міжнародну конкурентоспроможність підприємства певною мірою впливає загальноекономічний базис у країні, який визна-

чається динамізмом економіки, гнучкістю фінансової системи, забезпеченістю трудовими ресурсами.

Аналізуючи цю класифікацію, можна сказати, що всі фактори міжнародної конкурентоспроможності підприємства поділяються на зовнішні та внутрішні. Своєю чергою, зовнішні фактори складаються з двох груп: макрооточення та безпосереднє оточення, які мають суттєвий вплив на конкурентну позицію підприємства на ринку.

Як показує світовий досвід, достатнього рівня конкурентоспроможності досягають ті підприємства, які, по-перше, можуть оптимально реалізувати свої національні переваги та постійно підвищувати продуктивність праці, а по-друге, ефективно використовувати ресурси, які є на міжнародних ринках товарів, послуг, інвестицій та інновацій [3, с. 72].

Іншого підходу до класифікації факторів конкурентоспроможності підприємства дотримуються І.Ю. Сіваченко та Ю.Г. Козак, які виділяють чотири групи факторів національної конкурентоспроможності: політико-правові, економічні, соціокультурні, ресурсні та інфраструктурні [4, с. 21–23].

На рис. 1 зображено класифікацію факторів міжнародної конкурентоспроможності підприємства, яку виділяють І.З. Должанський та Т.О. Загорна. Як бачимо, у цій класифікації акцент зроблено на зовнішні та внутрішні фактори міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

Отже, розглянувши наявні підходи до класифікації чинників конкурентоспроможності підприємства, треба відзначити їх безумовний вплив на результати діяльності підприємства в конкурентному середовищі.

Невід’ємним складником ринкової економіки є створення й розвиток конкурентного середовища – сукупності зовнішніх стосовно конкретного підприємства чинників, які впливають на конкурентну взаємодію підприємств відповідної галузі, а в результаті й на міжнародну конкурентоспромож-

Таблиця 1

Фактори впливу на конкурентоспроможність підприємства [3, с. 71–72]

Зовнішні фактори			
Макрооточення		Безпосереднє оточення	
Ініціатор фактору	Фактори	Ініціатор фактору	Фактори
Уряд	Дії уряду	Конкуренти	Дії конкурентів
Економіка	Тенденції в економіці	Постачальники	Дії постачальника
Суспільство	Тенденції в політиці, культурі	Клієнти	Економічний потенціал клієнтів
Керівництво фірми	Тенденції в галузі	Ринок робочої сили	Реакція ринку
Природне середовище	Географічне розташування, клімат	Партнери	Дії партнерів
Випадок	Форс-мажорні обставини	Кредитори	Дії кредиторів
Внутрішні фактори			
Ініціатор фактору		Фактори	
Фірма		Якість, ціна, компенсація, пільги	
Маркетингова служба		Реклама, маркетингові стратегії	
Стратегічний потенціал		Стан технічних, інформаційних, фінансових ресурсів	

ність підприємств. Конкурентне середовище неможливо чітко відокремити від поняття «ринку». Конкурентне середовище – це результат взаємодії суб’єктів, що функціонують на ринку, який являє собою певний рівень економічного суперництва і можливість впливу окремих суб’єктів на загальну ситуацію на ринку [6, с. 12].

Для того щоб зрозуміти, як можна підвищити міжнародну конкурентоспроможність підприємства, необхідно також проаналізувати структуру конкурентного середовища підприємства.

На рис. 2 представлено структуру конкурентного середовища підприємства.

Аналізуючи рис. 2, можна виділити шість основних факторів конкурентного середовища підприємства: держава, яка здійснює політику в галузі та регулює конкуренцію; підприємства, які вступають на певний ринок; підприємства, які входять на певний ринок; постачальники продукції на ринок; підприємства, які виробляють товари-замінники, сопопостачальники продукції на ринок; підприємства, які виробляють товари-замінники, споживачі готової продукції; підприємства-виробники (продавці) продукції.

Без аналізу цих чинників, які становлять систему конкурентного середовища підприємства, практично неможливо ефективно працювати на ринку.

Розглянувши всі зазначені підходи до класифікації факторів впливу на міжнародну конкурентоспроможність підприємства, автором виявлено певний взаємозв’язок між її основними складниками, який знайшов своє відображення на рис. 3.

На думку автора, саме такий підхід до формування конкурентних переваг підприємства дасть змогу підприємству підтримувати конкурентний статус.

Необхідність у забезпеченні міжнародної конкурентоспроможності підприємств особливо актуалізується з огляду на інтенсифікацію міжнародних економічних відносин України у цілому та вітчизняних підприємств зокрема. Для того щоб підтримувати високий рівень конку-

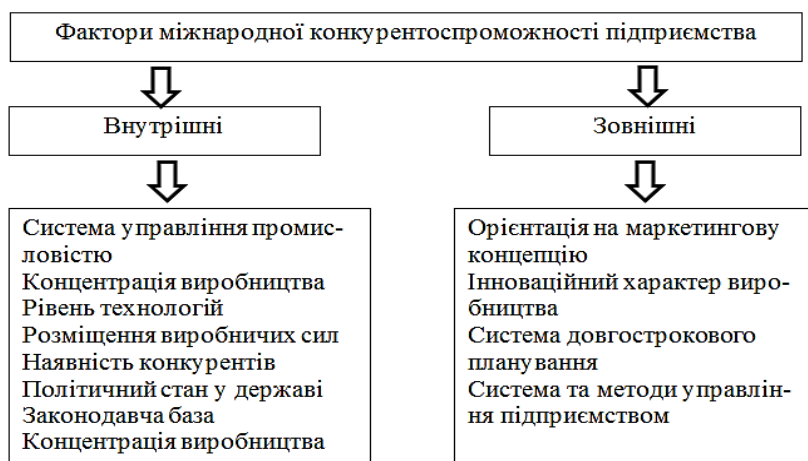


Рис. 1. Класифікація факторів міжнародної конкурентоспроможності підприємства [5]



Рис. 2. Структура конкурентного середовища підприємства [6, с. 18]

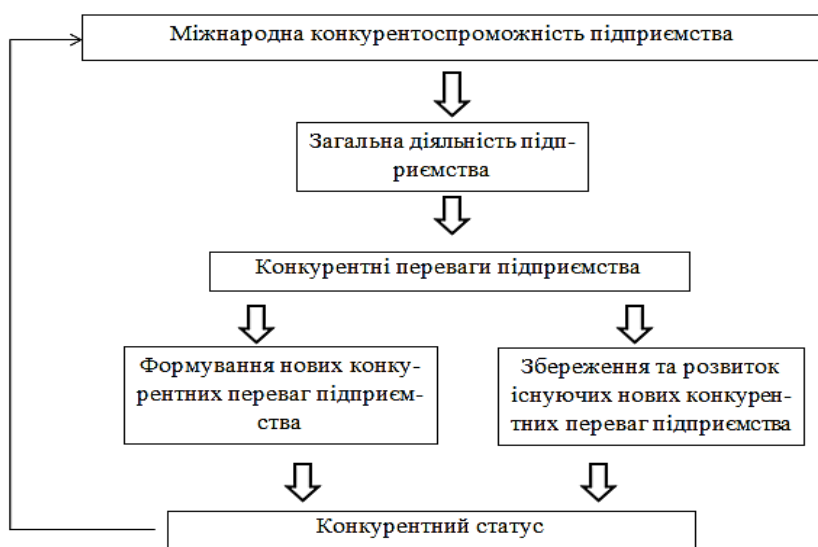


Рис. 3. Взаємозв’язок основних складників міжнародної конкурентоспроможності, конкурентних переваг і конкурентного статусу підприємства

(розроблено автором)

рентних переваг, необхідно також використовувати й державний вплив на процес забезпечення конкурентоспроможності підприємств і галузей національної економіки. Держава повинна створити необхідні умови для виникнення і підтримки конкурентних переваг національної економіки у цілому.

Висновки. Таким чином, розглянувши маркетингові чинники забезпечення міжнародної конкурентоспроможності підприємства, виявлено взаємозв'язок між основними складниками міжнародної конкурентоспроможності, конкурентними перевагами та конкурентним статусом підприємства. Отже, для успішного функціонування підприємства на міжнародному ринку необхідно постійно аналізувати та враховувати вплив цих факторів на результати зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

спроможності підприємства, виявлено взаємозв'язок між основними складниками міжнародної конкурентоспроможності, конкурентними перевагами та конкурентним статусом підприємства. Отже, для успішного функціонування підприємства на міжнародному ринку необхідно постійно аналізувати та враховувати вплив цих факторів на результати зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Список літератури:

1. Чинники забезпечення міжнародної конкурентоспроможності підприємства. URL: www.rusnauka.com/7_PNI_2015/Economics/2_188760.doc.htm.
2. Шталь Т.В., Змеєва А.А. Систематизация методов оценки международной конкурентоспособности предприятия. *Бізнес Інформ*. 2016. № 1. С. 20–25.
3. Пермінова С.О., Романко Є.В. Управління міжнародною конкурентоспроможністю як фактор успіху сучасного підприємства. *Молодий учений*. 2016. № 2(29). С. 71–75.
4. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств / І.Ю. Сіваченко, Ю.Г. Козак, Н.С. Логвинова. Київ: Центр учбової літератури. 2010. 226 с.
5. Конкурентоспроможність підприємства. URL: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=10502>.
6. Стратегія диверсифікації в управлінні міжнародною конкурентоспроможністю підприємства / В.В. Стадник, М.А. Йохна, Г.О. Соколюк. Хмельницький: ХНУ, 2013. 138 с.

УДК 338.45

Бердар М.М., к.е.н., доцент,
доцент кафедри підприємництва
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ ПЕРЕРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ У ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ УМОВАХ

Бердар М.М. Особливості управління розвитком вітчизняних підприємств переробної промисловості у трансформаційних умовах. У статті досліджено сутність, зміст та особливості управління переробною промисловістю на макро-, мезо- і мікрорівні. Сформульовано основні принципи управління, на яких має базуватися ефективна система сучасного переробного виробництва. Визначено сутність і зміст промислової політики як інструменту управління галуззю на макрорівні, її різновиди та моделі, а також найбільш прийнятну з них для України.

Ключові слова: промисловість, переробна промисловість, управління, промислова політика, принцип, механізм.

Бердар М.М. Особенности управления развитием отечественных предприятий перерабатывающей промышленности в трансформационных условиях. В статье исследованы суть, содержание и особенности управления перерабатывающей промышленностью на макро-, мезо- и микроуровне. Сформулированы основные принципы управления, на которых должна базироваться эффективная система современного перерабатывающего производства. Определены суть и содержание промышленной политики как инструмента управления отраслью на макроуровне, ее разновидности и модели, а также наиболее приемлемая из них для Украины.

Ключевые слова: промышленность, перерабатывающая промышленность, управление, промышленная политика, принцип, механизм.

Berdar M.M. Features of the management of the development of domestic processing enterprises in the transformation conditions. The essence, content and peculiarities of management of the processing industry at the macro, meso and micro levels are investigated in the article. The basic principles of management on which the effective system of modern processing production should be based are formulated. The essence and content of industrial policy as an instrument for managing the sector at the macrolevel, its varieties and models, as well as the most acceptable one for Ukraine, is determined.

Key words: industry, processing industry, management, industrial policy, principle, mechanism.