

Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292.

Ефективна економіка. 2023. № 7.

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.7.49>

УДК 338.24

О. А. Сметанюк,

к. е. н., доцент, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та економіки,

Вінницький національний технічний університет

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5207-6451>

Д. О. Цісар,

магістр кафедри менеджменту,

Вінницький національний технічний університет,

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0002-1705-4120>

СТРУКТУРНІ СКЛАДОВІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ФАКТОРИ, ЩО НА НЕЇ ВПЛИВАЮТЬ

O. Smetaniuk,

*PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department
of Management, Marketing and Economics, Vinnytsia National Technical University*

D. Tsisar,

Master of Management Department, Vinnytsia National Technical University

STRUCTURAL COMPONENT SYSTEMS OF MANAGEMENT OF INTERNATIONAL COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES AND FACTORS AFFECTING IT

Дана стаття присвячена дослідженню структурних складових та факторів, що впливають на міжнародну конкурентоспроможність підприємств. Основною метою дослідження є систематизація знань про конкурентоспроможність підприємств у контексті глобального ринку та виявлення факторів, що сприяють її формуванню та розвитку. У рамках статті розглядаються ключові аспекти конкурентоспроможності підприємства, включаючи її визначення, основні складові та впливові фактори. Зокрема, розглядаються роль та значення таких факторів, як інновації, якість продукції, маркетингові стратегії, ресурсна база, технологічний розвиток, людський капітал та регуляторна політика. Аналізуються взаємозв'язки між цими факторами та їх вплив на конкурентоспроможність підприємств. Крім того, стаття презентує стратегічні підходи до підвищення конкурентоспроможності підприємств на міжнародному ринку, зокрема застосування інноваційних технологій, розвиток міжнародної співпраці та ефективного управління. Дослідження показало, що успіх підприємства на міжнародному ринку безпосередньо залежить від його конкурентоспроможності, яка формується під впливом різноманітних факторів. Розуміння цих факторів та їх взаємозв'язків надасть підприємствам можливість розробляти та реалізовувати стратегії, спрямовані на підвищення їх конкурентоспроможності на глобальному ринку. Отримані результати дослідження можуть бути використані виробничими підприємствами, науковими установами та державними органами для поліпшення управління підприємствами та формування ефективної політики підтримки конкурентоспроможності національних підприємств у міжнародному контексті. Висновки дослідження свідчать про важливість врахування структурних складових та факторів, що впливають на конкурентоспроможність підприємств, при розробці стратегій їх розвитку та міжнародної експансії. Розширення знань у цій області допоможе підприємствам ефективніше використовувати свої ресурси, пристосовуватись до змін у глобальному середовищі та збільшувати свою конкурентоспроможність на міжнародному ринку.

This article is devoted to the study of structural components and factors affecting the international competitiveness of enterprises. The main goal of the study is to systematize knowledge about the competitiveness of enterprises in the context of the global market and identify factors that contribute to its formation and development. The article examines key aspects of enterprise competitiveness, including its definition, main

components and influencing factors. In particular, the role and importance of such factors as innovation, product quality, marketing strategies, resource base, technological development, human capital and regulatory policy are considered. Interrelationships between these factors and their impact on the competitiveness of enterprises are analyzed. In addition, the article presents strategic approaches to increasing the competitiveness of enterprises on the international market, in particular, the use of innovative technologies, the development of international cooperation and effective management. The study showed that the success of the enterprise on the international market directly depends on its competitiveness, which is formed under the influence of various factors. Understanding these factors and their interrelationships will enable enterprises to develop and implement strategies aimed at increasing their competitiveness in the global market. The obtained research results can be used by manufacturing enterprises, scientific institutions and state bodies to improve the management of enterprises and form an effective policy of supporting the competitiveness of national enterprises in the international context. The research findings indicate the importance of taking into account structural components and factors affecting the competitiveness of enterprises when developing strategies for their development and international expansion. Expanding knowledge in this area will help enterprises to use their resources more efficiently, adapt to changes in the global environment and increase their competitiveness in the international market.

Ключові слова: міжнародна конкурентоспроможність; підприємство; фактори впливу; глобальний ринок; інновації; маркетингові стратегії; технологічний розвиток; людський капітал.

Keywords: international competitiveness; enterprise; influencing factors; global market; innovations; marketing strategies; technological development; human capital.

Постановка проблеми. Міжнародна конкурентоспроможність підприємств стає все більш важливою в умовах глобалізації ринків та зростаючої конкуренції. Здатність підприємства ефективно конкурувати на міжнародному рівні визначає його успіх і стійкість на ринку. Проте, існує широкий спектр факторів, які впливають на конкурентоспроможність підприємства, і їх ретельний аналіз є необхідним для розуміння сутності та механізмів підвищення конкурентоспроможності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематикою складових та факторів впливу на міжнародну конкурентоспроможність у своїх наукових дослідженнях займалися такі вітчизняні й зарубіжні вчені, як Кириченко Л. у своїй роботі "Механізм управління конкурентоспроможністю підприємств" (2009) [1, с. 62-66] досліджував питання управління конкурентоспроможністю та виявив ключові чинники, що впливають на неї. Також Масляєва О.О. у своїй публікації "Економічна сутність категорії 'конкурентоспроможність': дефініція та систематизація" (2011) [2, с. 49-59] детально розглянула сутність конкурентоспроможності та запропонувала систематизацію її факторів. Додатково, Котлер Ф. та Армстронг Г. у своїй книзі "Основи маркетингу" (2009) [3, с. 1200] та Котлер Ф., Сетіаван А., Картаджайа Х. у книзі "Маркетинг 4.0" (2019) [4, с. 224] розглянули маркетингові аспекти, які впливають на міжнародну конкурентоспроможність підприємств. Зокрема, робота Голощапової О. "Ринок інноваційних технологій в Україні: вивчення світового досвіду з метою його застосування у вітчизняних умовах" (2007) [5, с. 32-35] досліджувала вплив інноваційних технологій на міжнародну конкурентоспроможність підприємств.

Постановка завдання. Враховуючи розглянуті дослідження та публікації, основною метою даної статті є аналізування факторів, які впливають на міжнародну конкурентоспроможність підприємств. Зокрема, вивчення ролі маркетингу, інноваційних технологій, управління та інших чинників, що сприяють ефективному конкурентному позиціонуванню підприємств на міжнародному ринку. Для досягнення поставленої мети в статті будуть розглянуті та проаналізовані останні дослідження, вказані в літературному переліку, що дозволить з'ясувати сучасні тенденції та розкрити важливі аспекти міжнародної конкурентоспроможності підприємств.

Виклад основного матеріалу. Мета управління конкурентоспроможністю полягає в забезпеченні життєздатності та стійкого функціонування підприємства в умовах змін у його зовнішньому середовищі, таких як економічні, політичні, соціальні та інші фактори. Об'єктом управління конкурентоспроможністю

підприємства є досягнення та підтримання відповідного рівня конкурентоспроможності, який є необхідним і достатнім для забезпечення життєздатності підприємства як учасника економічної конкуренції. Суб'єктами управління конкурентоспроможністю підприємства є визначені особи, які входять до координованої системи управління підприємством та беруть участь у розробці та реалізації управлінських рішень, пов'язаних з управлінням конкурентоспроможністю підприємства. У роботі Кириченко Л. [1, с. 62-66] наведені зовнішні та внутрішні фактори впливу на процес управління конкурентоспроможністю (див. Рисунок 1).

Внутрішні фактори включають організаційно-правову форму та структуру підприємства, рівень науково-технічного розвитку виробництва, кваліфікацію персоналу та діловий імідж підприємства.

Зовнішні фактори, навпаки, не знаходяться під контролем підприємства. Вони включають стан ринку товарів, технологій, робочої сили, науково-технічного розвитку та вплив держави. Фактори макроекономічного середовища є важливими для визначення конкурентоспроможності підприємства на міжнародному ринку.

Економічні фактори, такі як зростання ВВП, інфляція, курс валют, торговельний баланс та рівень безробіття, можуть суттєво впливати на можливості підприємства щодо експорту та залучення іноземних інвестицій. Зміни у цих факторах можуть створювати конкурентні переваги або недоліки для підприємств порівняно з їхніми конкурентами на міжнародному ринку.

Політичні фактори, як мають вплив на міжнародну конкурентоспроможність подає Маслява О. такі як законодавство, зовнішні відносини, безпека, оподаткування та тарифне регулювання [2, с. 49-59]. Дані фактори можуть мати вплив на конкурентоспроможність підприємства. Нестабільність політичної ситуації, корупція, зміни режимів та законодавчих актів можуть становити перешкоду для розвитку та розширення діяльності підприємства на міжнародному ринку. Фактори мікроекономічного середовища, що впливають на

конкурентоспроможність підприємства, можуть відрізнятися в залежності від сфери діяльності та специфіки ринку. Конкуренція є одним з важливих факторів. Змагання на ринку може бути дуже інтенсивним, що призводить до зменшення прибутковості підприємства. Тому важливо детально вивчати конкурентів та розробляти стратегії для забезпечення конкурентної переваги на ринку. Іншим важливим фактором є здатність до інновацій. Підприємства, що здатні розробляти нові продукти та використовувати нові технології, мають перевагу перед конкурентами. Це допомагає знизити витрати на виробництво та поліпшити якість продукту, що збільшує його популярність на ринку та забезпечує стабільність прибутковості. Також важливою здатністю є готовність до адаптації до змін у ринкових умовах. Ринок постійно змінюється, і підприємства повинні бути готові адаптуватися до цих змін, щоб зберегти свою конкурентоспроможність. Наприклад, зміна попиту на певний продукт може вимагати змін у виробничих процесах або розробці нових продуктів. Крім того, технологічний прогрес може стимулювати зміни у виробничих процесах або використанні нових матеріалів.

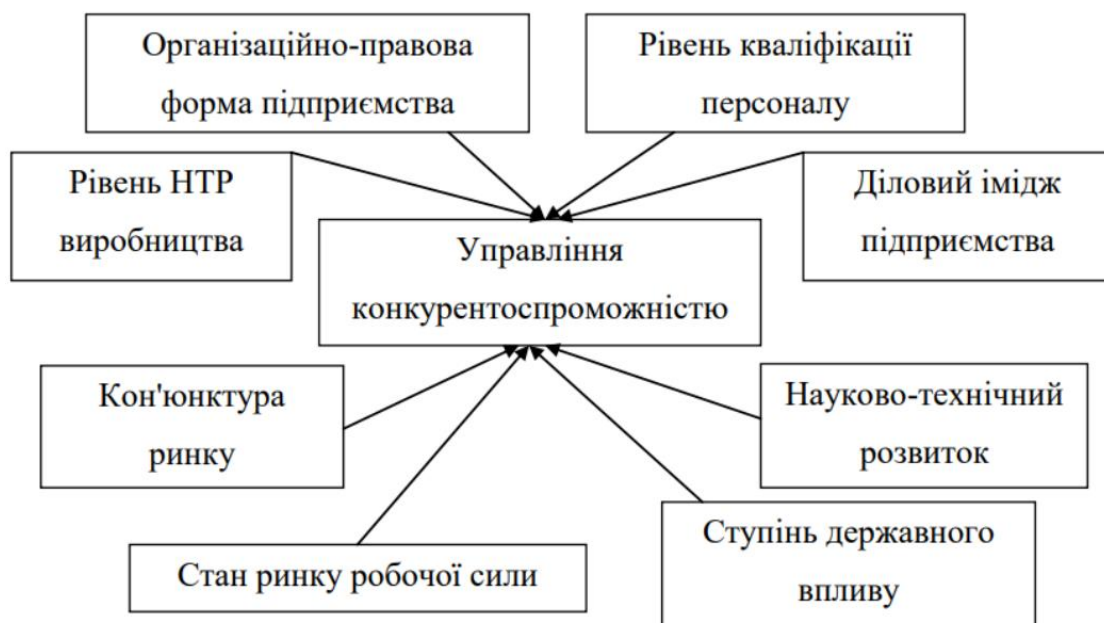


Рис. 1. Фактори впливу на процес управління конкурентоспроможністю підприємства

Технології та інформаційні системи мають значний вплив на конкурентоспроможність підприємств у міжнародному контексті. Серед

технологій, що суттєво впливають на міжнародну конкурентоспроможність, можна зазначити інтернет-технології, хмарні рішення, аналітику даних, штучний інтелект та машинне навчання. Ці технології дозволяють підприємствам ефективніше взаємодіяти з клієнтами, впроваджувати нові продукти та послуги, покращувати якість своєї продукції та послуг, а також зменшувати час, потрібний для виробництва та поставки. Проте, успішне впровадження технологій вимагає від підприємств глибокого розуміння потреб клієнтів та ринкових умов, а також здатність адаптуватися до змін. Іншим фактором, що визначає конкурентоспроможність підприємства, є стратегія. Розробка стратегії конкурентоспроможності вимагає врахування багатьох факторів, таких як ринкова кон'юнктура, попит на продукцію, конкуренція на ринку, а також здатність підприємства до інновацій та адаптації до змін. Стратегія конкурентоспроможності повинна бути спрямована на досягнення довгострокових цілей підприємства, таких як підвищення прибутковості, збільшення частки ринку, розширення нових ринків та продуктів, зниження виробничих витрат, покращення якості продукції та задоволення потреб споживачів. Розробка стратегії конкурентоспроможності є важливим етапом у розвитку будь-якого підприємства, оскільки вона допомагає підприємству визначити свої переваги та конкурентну позицію на ринку.

Досягнення ефективної кадрової політики передбачає впровадження процесів набору та розвитку персоналу, формування корпоративної культури, створення сприятливих умов праці, забезпечення соціального захисту та інших аспектів. Крім того, головна мета кадрової політики полягає в збільшенні мотивації працівників для збереження їх талантів та зниження текучості кадрів. Створення комфортних умов праці, можливостей кар'єрного росту, систем стимулювання та мотивації сприяє підвищенню продуктивності працівників та відображається на загальному рівні конкурентоспроможності підприємства.

Міжнародний бренд є одним з ключових факторів, які впливають на підприємство, що прагне зайняти провідні позиції на міжнародному ринку. Котлер

Ф. вважає, що бренд може вирішально вплинути на формування позитивного іміджу та престижної репутації, а також підвищити рівень впізнаваності товарів та послуг підприємства в інших країнах [3, с. 1200]. Завдяки міжнародному бренду, підприємство може отримати перевагу перед конкурентами на міжнародному ринку, що сприяє збільшенню обсягів продажу і підвищенню прибутковості. Розбудова міжнародних партнерських відносин та мережі постачальників є важливими складовими для підприємства, яке має амбіції конкурувати на міжнародному ринку. Однією з ключових переваг укладання партнерських відносин є можливість розширення ринків збуту завдяки співпраці з іншими компаніями. Крім того, партнерство може сприяти підвищенню якості продукту або послуги, що надається підприємством, завдяки обміну знаннями та технологіями з партнером. Ефективне управління персоналом дозволяє підприємству виділятися серед конкурентів, забезпечуючи високу якість продуктів і послуг.

Систематичне спостереження та аналіз міжнародної конкурентоспроможності є необхідним елементом стратегії розвитку будь-якого підприємства. Підприємства повинні усвідомлювати свої сильні та слабкі сторони в порівнянні з конкурентами, з метою посилення переваг та працювання над усуненням недоліків. Моніторинг включає збір та аналіз даних про клієнтські відгуки, продажі, ринкові тенденції та інші показники, що допомагають підприємству оцінити свою ефективність в порівнянні з конкурентами. Аналіз допомагає виявити можливості для покращення та розробити ефективні стратегії розвитку. Систематичне спостереження та аналіз дозволяють підприємству бути в курсі змін на ринку, адаптуватися до нових вимог та зберігати конкурентоспроможність. Це в свою чергу може призвести до збільшення обсягів продажів, покращення репутації та здатності привертати нових клієнтів. Котлер Ф. рекомендує під час формування політики конкурентоспроможності на підприємстві, враховувати такі умови [4, с. 110]:

- науково-технічний рівень та рівень використання нововведень;

- конкурентоспроможність продукції за принципом "ціна-якість" та мірою задоволення потреб споживачів;
- ефективність використання ресурсів;
- рівень фінансової стійкості.

Для забезпечення послідовного та збалансованого розвитку підприємства Голощапова О. звертає увагу на п'ять етапів управління конкурентоспроможністю підприємства [5, с. 32-35]:

- Реалізація функцій управління, включаючи планування процесу, управління впровадженням технологій та вдосконалення продукції;
- Формування методів менеджменту або способів впливу керівної системи на підлеглих, шляхом використання матеріальних та моральних стимулів. Це включає такі чинники, як рівень НТР виробництва, організаційно-правова форма підприємства, рівень кваліфікації персоналу, діловий імідж, управління конкурентоспроможністю підприємства, кон'юнктура ринку, стан ринку робочої сили, науково-технічний розвиток та ступінь державного впливу;
- Формалізація методів менеджменту шляхом їх перетворення в конкретні розпорядження, вказівки та накази;
- Забезпечення управлінського впливу на основі принципів керівництва;
- Оцінка конкурентних переваг підприємства, яка базується на аналізі сильних та слабких сторін. Це включає такі показники, як потреба у капіталовкладеннях, широкий асортимент конкурентоспроможної продукції високої якості та доступної ціни, потреба у засобах на формування попиту та стимулювання збуту, сукупність заходів, які забезпечують перевагу серед конкурентів на ринку, формування позитивного іміджу компанії в уявленні клієнтів, постійне оновлення продукції через впровадження нових маркетингових розробок.

На рис. 2 наведено структурні складові системи управління конкурентоспроможністю підприємства. Побудова цієї системи базується на

інтегрованому підході до основних функцій управління, таких як аналіз, планування, організація, мотивація, контроль та регулювання.

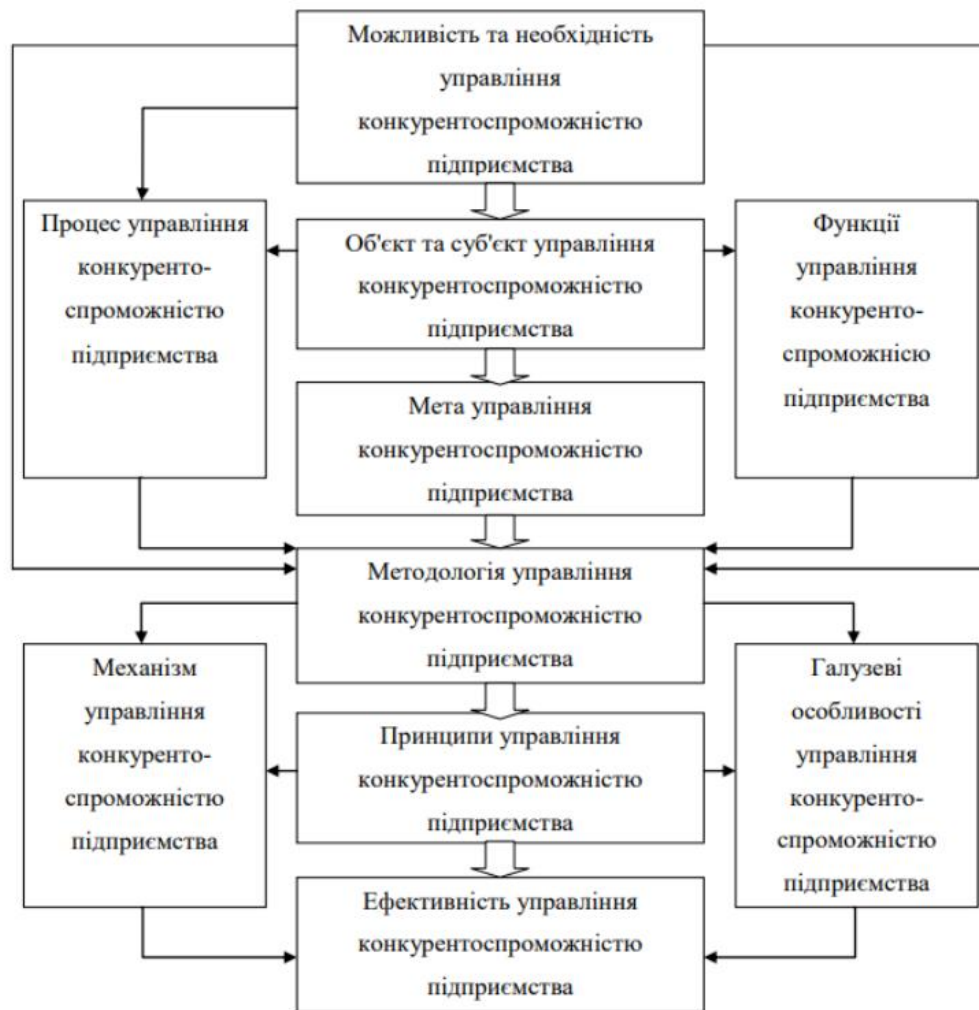


Рис. 2. Взаємозв'язок елементів системи управління конкурентоспроможністю підприємства

До основних функцій управління конкурентоспроможністю підприємства Білорус О.Г. відносить наступне [6, с. 680]:

- Аналіз показників, що охоплюють конкурентоспроможність продукції, потенціал та ринкову активність підприємства.
- Планування та розробка стратегії з метою поліпшення конкурентної позиції підприємства на ринку.
- Організація заходів для втілення розробленої конкурентної стратегії.
- Мотивація персоналу підприємства шляхом матеріального та морального стимулювання працівників з метою досягнення конкурентних переваг.

– Контроль за виконанням розробленої конкурентної стратегії підприємства та регулювання його діяльності. Це включає узгодження дій різних підрозділів підприємства та координацію різних напрямків діяльності з метою забезпечення високої ефективності конкурентних переваг.

Система управління конкурентоспроможністю підприємства є комплексною та багатофункціональною системою, що складається з взаємопов'язаних блоків, які впливають на неї зовнішні та внутрішні фактори і утворюють її цілісність. Яковлева О. пропонує систему згідно з рис. 3, з якої система управління має вісім комплексних блоків, які відображають конкретні дії та взаємозв'язки між ними, реалізація яких сприяє результативному прийняттю управлінських рішень у певній сфері [7, с. 108-113]. Усі блоки системи об'єднані загальним принципом, що допомагає вирішити проблему підвищення конкурентоспроможності підприємства, покращити його позицію на ринку та забезпечити сталий розвиток шляхом створення та підтримки конкурентних переваг. Кожен з цих блоків може розглядатися як самостійна система зі своїми власними компонентами. Отже, загальна система управління конкурентоспроможністю підприємства представляється як сукупність підсистем, що відображають комплекс дій з підвищення конкурентних позицій підприємства.

Таким чином, система управління конкурентоспроможністю підприємства складається з різних блоків, які взаємодіють між собою та спрямовані на підвищення конкурентних позицій підприємства. Варто зазначити, що європейські держави використовують комплексний підхід до управління конкурентоспроможністю, враховуючи її вже на етапі проектування виробу. Яценко О. зазначає, що виробництва, які знаходяться у Європі розробляють методи, спрямовані на усунення можливих відхилень під час розробки та проектування майбутнього продукту та впровадженням його на ринок [8, с. 113-121].



Рис. 3. Загальна блок-система організаційно-економічного механізму системи управління конкурентоспроможністю підприємства

Висновки. З кожним роком управління конкурентоспроможністю підприємства стає все більш важливим у контексті ринкових відносин і є ключовим для успішної діяльності. Розвиток міжнародної конкурентоспроможності стає необхідністю для забезпечення стійкого розвитку підприємства в умовах глобалізації економіки. Для досягнення цієї мети необхідно розробляти ефективну стратегію, яка базується на аналізі міжнародного ринку та конкурентів, моніторингу тенденцій та забезпеченні високої якості роботи

персоналу. Крім того, важливо підтримувати міжнародні партнерські відносини та мережу постачальників, а також використовувати потужності сучасних технологій. Регулярний моніторинг та аналіз даних є ключовим для вчасного виявлення потенційних ризиків та можливостей для підвищення конкурентоспроможності підприємства. В результаті правильної стратегії досягається збільшення прибутковості та забезпечується успішний розвиток підприємства в умовах глобальної економіки.

Література

1. Кириченко Л. Механізм управління конкурентоспроможністю підприємств. *Вісник КНТЕУ*. 2009. №1. С. 62–66.
2. Масляєва О.О. Економічна сутність категорії «конкурентоспроможність»: дефініція та систематизація. *Ефективна економіка*. 2011. № 10. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2011_10_20
3. Котлер Ф., Армстронг Г.. Основи маркетингу. Професійне видання. К.: Вільямс, 2009. 1200 с
4. Котлер Ф., Сетіаван А., Картаджайя Х. Маркетинг 4.0. Київ: Видавництво КМ-БУКС, 2019. 224 с.
5. Голощапова О. Ринок інноваційних технологій в Україні: вивчення світового досвіду з метою його застосування у вітчизняних умовах. *Економіст*. 2007. № 2. С. 32–35.
6. Білорус О.Г. Глобальний конкурентний простір: монографія. К.: КНЕУ. 2007. 680 с.
7. Яковлєва, О. Формування стратегії підприємства в умовах конкуренції. *Економічні науки*, 2019. 8(174), 108-113 с.
8. Яценко, О. М. Управління конкурентоспроможністю підприємств відновлюваної енергетики на міжнародному ринку. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Серія: Економічні науки*, 2020. № 39, 113-121.

References

1. Kyrychenko, L. (2009), "Mechanism of managing the competitiveness of enterprises", *Visnyk KNTEU*, vol. 1, pp. 62-66.
2. Maslyayeva, O.O. (2011), "The Economic Essence of the Category "Competitiveness": Definition and Systematization", *Effective Economics*, vol. 10, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2011_10_20 (Accessed 10 July 2023).
3. Kotler, P., & Armstrong, G. (2009), *Osnovy marketynhu. Profesijne vydannia* [Principles of Marketing. Professional edition], Viliams, Kyiv, Ukraine.
4. Kotler, P., Setiawan, I., & Kartajaya, H. (2019), *Marketynh 4.0* [Marketing 4.0], KM-BUKS, Kyiv, Ukraine.
5. Holoshchapova, O. (2007), "Market of innovative technologies in Ukraine: studying world experience for its application in domestic conditions", *Ekonomist*, vol. 2, pp. 32-35.
6. Bilorus, O.H. (2007), *Hlobal'nyj konkurentnyj prostir: monohrafiia* [Global competitive space: monograph], KNEU, Kyiv, Ukraine.
7. Yakovleva, O. (2019), "Formation of enterprise strategy in conditions of competition", *Economic Sciences*, vol. 8(174), pp. 108-113.
8. Yatsenko, O.M. (2020), "Management of competitiveness of renewable energy enterprises in the international market", *Scientific Works of Kirovohrad National Technical University. Series: Economic Sciences*, vol. 39, pp. 113-121.

Стаття надійшла до редакції 15.07.2023 р.