

Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І
ТОРГІВЛІ»
(ПУЕТ)

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ
ТА ПРАКТИКИ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ
ВІДНОСИН
В УМОВАХ
ГЛОБАЛЬНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ**

Матеріали
наукової конференції студентів та молодих учених
спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини

(м. Полтава,
6 грудня 2021 року)

Полтава
ПУЕТ
2021

ЗМІСТ

<i>Бабко М. Ю., Стрілець В. Ю.</i> Драйвери розвитку експортно-імпоротної діяльності українських підприємств	5
<i>Говтвяниця К. В., Флегантова А. Л.</i> Сутність поняття «конкурентоспроможність підприємства» в умовах економічної глобалізації	10
<i>Деканадзе К. В., Яновська В. Г., Клименко В. І.</i> Міжнародна комунікаційна політика ТНК	14
<i>Плужник Д. В., Артеменко А. В.</i> ТНК у системі сучасного міжнародного бізнесу (на матеріалах компанії «APPLE INC.»)	17
<i>Свірякіна А. А., Франко Л. С.</i> Роль нейромаркетингу у просуванні продукції компанії «PepsiCo, Inc.».....	20
<i>Алимырадов Ю., Пожар А. А.</i> Пути повышения международной конкурентоспособности компаний автомобильного рынка	24
<i>Зейналов Н., Стрилец В. Ю.</i> Проблемы инновационного развития национальной экономики Украины.....	28
<i>Кадыров Т., Стрилец В. Ю.</i> Масштабы и основные направления деятельности ТНК	32
<i>Habeeb Ahmed, Pozhar Artem.</i> Economics characteristics and basic types of trade intermediaries.....	37
<i>Immaculate Yankho Chawanda, Flehantova Anna.</i> The influence of globalization on national economies' development	41
<i>Katoui Mohammed, Artemenko Anna.</i> Demutualization of cooperatives as a risk factor for cooperative movement	44
<i>Njabulo Dlamini, Artemenko Anna.</i> International marketing strategy of a company (a case study of «Volkswagen AG»).....	48
<i>Sylvester Tetteh Kwao, Pozhar Artem.</i> Labor migration in the context of european integration.....	52

Єжелій Ю. О., Артеменко І. А. Особливості інноваційної діяльності компаній КНР	56
Merzla Daria, Flehantova Anna. Experience in quality management in different regions of the world.....	61
Мостовий Д. В., Стрілець В. Ю. Теоретичне підґрунтя конкурентоспроможності підприємства	67
Садовський Р. Ю., Артеменко І. А. Міжнародна конкурентоспроможність підприємства як складова успішності бізнесу	71
Скребець В. Ю., Артеменко І. А. Міжнародна маркетингова стратегія ТНК	74
Аббасов Р. Р., Артеменко А. В. ТНК в системі сучасного міжнародного бізнесу (на матеріалах «Samsung Electronics Co., Ltd»)	79
Mbechezi Bahadjati, Pozhar Artem. The nature of cooperative banks and peculiarities of their activity	82
Dawda Abdulai, Artemenko Anna. The scale and main activities of MNCs (the case study of Puma SE).....	86

4. Стрілець В. Ю. Експортна діяльність як новий етап розвитку малого бізнесу: основні бар'єри на шляху до реалізації. Сучасний стан та перспективи розвитку економіки, фінансів, обліку, менеджменту та права : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 11 травня 2019, м. Полтава. С. 42–44 (0,15 друк. арк.).
5. Фатенок-Ткачук А. О. Передумови розвитку експортно-імпоротної діяльності підприємства. 2007. URL: <http://ena.lp.edu.ua>.
6. Malyarets L., Draskovic M., Proskurnina N., Dorokhov O. (2018). Analytical support for forming the strategy of exportimport activity development of enterprises in Ukraine. Problems and Perspectives in Management. 2018. № 16 (3). 423–431.

СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА» В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

К. В. Говтвяниця, студентка 4-го курсу спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини, освітня програма «Міжнародний Бізнес»

А. Л. Флегантова, к. е. н., доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник

Анотація. Розглянуті поняття конкуренції та конкурентоспроможності підприємства. Виділені основні ознаки конкурентоспроможності підприємства в умовах економічної глобалізації.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентоспроможність підприємства, економічна глобалізація.

THE ESSENCE OF THE CONCEPT OF «COMPETITIVENESS OF ENTERPRISE» IN THE CONDITIONS OF ECONOMIC GLOBALIZATION

Abstract. The article deals with the theoretical interpretation of the economic essence of the competition and competitiveness. Analyzed and characterized the main lines of competitiveness of the enterprise in the conditions of globalization of economy. Also was considered importance of competitiveness in modern world.

Keywords: competitiveness, enterprise, economy, globalization.

Постановка проблеми. В період економічної глобалізації ринкові умови вимагають від підприємств високого рівня конкурентоспроможності, щоб займати лідируючі позиції на міжна-

родних та національних аренах. Саме високий рівень конкурентоспроможності підприємства дозволяє йому завойовувати та отримувати переваги на ринку, порівняно з конкурентами, а також залучати інвесторів для розширення та покращення його діяльності. В сучасному світі наявність високого рівня конкурентоспроможності підприємства є запорукою його успіху, прибутковості і процвітання.

Для успішної роботи підприємству важливо правильно оцінювати ринкову ситуацію, будувати маркетингові стратегії та досліджувати тенденції ринку в період економічної глобалізації. Основною з причин низької конкурентоспроможності є відсутність здатності підприємства до розширення своєї частки на внутрішньому та зовнішньому ринках. Враховуючи серйозність даного питання на сучасному етапі розвитку економіки важливо приділити більше уваги для наукових пошуків щодо даної теми.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідження теоретико-методологічних аспектів конкурентоспроможності займалися як українські, так і зарубіжні науковці, серед них Г. Л. Азов, М. Вебер, І. З. Должанський, Т. О. Загорна, О. В. Попова, Д. Рікардо, А. Сміт, Х. А. Фасхієв та Л. Ф. Чумак.

Формулювання мети: розглянути поняття «конкурентоспроможність підприємства» та його ознаки в період економічної глобалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасний ринок має схильність до постійних змін за рахунок впливу на нього внутрішніх та зовнішніх факторів. В даній ситуації задача підприємств вчасно реагувати на ці зміни, аналізувати та вміти пристосовуватися до них при цьому займати лідерські позиції, особливо зараз, в період кризи через пандемію. «Поки глобальна економіка повертається, підйом буде тривалим, нерівномірним і невизначеним», – написала Гіта Гопінат, головний економіст МВФ у новому прогнозі. «Одужання не гарантовано, поки пандемія продовжує поширюватися» [1].

Центральним поняттям в даному питанні є наявність конкуренції, що являє собою як причину зміни ринку, так і реакцію на ці зміни. Також дане явище слугує джерелом інновацій та прогресу. З латинської термін «конкуренція» (*concurrentia*) означає – змагання, суперництво. За визначенням М. Вебера, конкуренція

– це мирні спроби встановлення контролю за можливостями та перевагами, які також бажані іншими [2].

Перші теоретичні положення на тему конкурентної боротьби були сформовані в середині XVIII ст., представниками класичної економіки. Провідну роль зіграла теорія А. Сміта про абсолютні переваги. Він довів, що конкуренція, урівнюючи норми прибутку, приводить до оптимального розподілу праці і капіталу між галузями та теоретично розробив модель досконалої конкуренції [3].

Далі ідея цінового регулювання ринку за допомогою конкуренції була розвинута Д. Рікардо, також була розроблена модель досконалої конкуренції [4].

В період економічної глобалізації поняття конкурентоспроможності стає важливим принципом організації, оцінки та стратегії розвитку підприємства. За таких умов воно набуває динамічного та мінливого характеру, адже має особливість змінюватися залежно від кон'юнктури ринку, дій конкурентів, політичної ситуації тощо. Конкурентоспроможність підприємства можна визначити, як його здатність створювати, виробляти і продавати товари та послуги, цінові й нецінові якості яких привабливіші, ніж в аналогічній продукції конкурентів [5].

Конкурентоспроможність відображає ефективність використання економічного потенціалу підприємства. Вона може бути визначена порівняльними перевагами відносно інших підприємств цієї ж галузі усередині національної економіки та за її межами. Конкурентоспроможність підприємства може бути оцінена лише в рамках групи підприємств, які належать до однієї галузі.

Для забезпечення високого рівня конкурентоспроможності у підприємства повинні бути наявні такі показники та умови, як висока виробнича ефективність, технології, кваліфіковані показники, принципи маркетингового управління, застосування наукових підходів до стратегічного менеджменту, формування системи заходів із забезпечення конкурентоспроможності різних об'єктів.

Щодо ознак високої конкурентоспроможності підприємства, то до них відносять – готовність споживачів повторно купити продукцію цієї фірми; відсутність претензій до фірми з боку

суспільства, акціонерів, партнерів по бізнесу; гордість працівників за свою участь в діяльності фірми [6].

Для досягнення всіх вищевказаних ознак проводять аналіз факторів впливу зовнішнього середовища на конкурентоспроможність підприємства, який дає можливість для розробки плану на випадок непередбачуваних обставин, які дозволять перетворити загрози в можливості. Для аналізу факторів макросередовища частіше використовують PEST-аналіз та SWOT-аналіз, який допомагає визначити загрози й можливості з якими зіштовхується підприємство, і встановити несприятливі фактори, які можуть знизити рівень ефективності потенціалу підприємства [6].

Висновок. З вищесказаного можна зробити висновок, що конкурентоспроможність підприємства – це здатність підприємства ефективно використовувати свій конкурентний потенціал і як результат зберігати або розширювати займаний сектор ринку. Конкурентоспроможність підприємства характеризує його можливість та ефективність адаптації до умов конкурентного середовища. Визначивши фактори впливу, можна збільшити рівень конкурентоспроможності підприємства.

Список використаних джерел

1. Crutsinger M. (2020). IMF envisions a sharp 4.4 percent drop in global growth for 2020. Public Broadcasting Service (PBS), [online] p. 1. Available at: <https://www.pbs.org/newshour/economy/imf-envisions-a-sharp-4-4-percent-drop-in-global-growth-for-2020>.
2. Weber M. (1978). *Economy and Society*. Vol. I. Berkeley: University of California Press, P. 38
3. Азоев Г. Л. (1996). *Конкуренция: анализ, стратегия и практика*. Москва : Центр экономики и маркетинга, 208 с.
4. Рикардо Д. (1961). *Сочинения*. Москва : Госполитиздат-Соцэкгиз. Т. 3, 320 с.
5. Должанський І. З., Загорна Т. О (2006). *Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб*. Київ : Центр навчальної літератури, 384 с.
6. Фасхиев Х. А., Попова Е. В. (2003). Как измерить конкурентоспособность предприятия? *Маркетинг в России и за рубежом*. 1 с.
7. Чумак Л. Ф. (2013). Фактори впливу та формування конкурентоспроможного потенціалу підприємств. *Економіка и управление*. С. 62–69.