

**Шкода О. О., Гордєєва-Герасимова Л. Ю.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**АНАЛІЗ ТА УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ  
В МІЖНАРОДНОМУ КОНТЕКСТІ**

Конкурентоспроможність у міжнародному контексті означає здатність країни ефективно конкурувати з іншими країнами на глобальному ринку. Одним із ключових факторів, що сприяють конкурентоспроможності, є рівень продуктивності в країні. На продуктивність впливає низка факторів, включаючи якість освіти та навчання, наявність інфраструктури та ресурсів, ефективність бізнес-процесів, а також рівень впровадження інновацій і технологій. Іншим важливим фактором, який впливає на конкурентоспроможність, є бізнес-середовище. Країни зі сприятливим бізнес-середовищем, зокрема гнучким трудовим законодавством, низьким рівнем корупції та стабільними політичними й економічними умовами, як правило, є більш конкурентоспроможними. Торгова політика та регуляторне середовище також мають значний вплив на конкурентоспроможність. Країни, які відкриті для торгівлі та мають політику, що заохочує експорт, мають тенденцію бути більш конкурентоспроможними, ніж країни з протекціоністською політикою. Крім того, регулювання, яке полегшує потік товарів, послуг і капіталу, може підвищити конкурентоспроможність.

Управління конкурентоспроможністю в міжнародному контексті передбачає розробку та реалізацію стратегій підвищення конкурентоспроможності країни або компанії на світовому ринку. З точки зору стратегій підвищення конкурентоспроможності існує кілька підходів, які можуть бути ефективними. Один із підходів полягає в тому, щоб інвестувати в освіту та навчання для розвитку кваліфікованої та інноваційної робочої сили. Інший підхід полягає в сприянні інвестиціям в інфраструктуру, включаючи транспорт, комунікацію та енергетичні системи [1].

Уряди також можуть заохочувати бізнес до інновацій та інвестувати в дослідження та розробки. Це може включати податкові пільги, гранти та інші фінансові стимули. Нарешті, політика, яка сприяє міжнародній співпраці та співробітництву, може допомогти підвищити конкурентоспроможність шляхом

полегшення потоку товарів, послуг і знань через кордони. Ефективне управління ланцюгом поставок також має вирішальне значення для управління конкурентоспроможністю в міжнародному контексті. Це передбачає розробку ефективних і економічно ефективних ланцюгів постачання, які можуть адаптуватися до мінливих ринкових умов і вимог клієнтів. Це може включати закупівлю сировини та компонентів із кількох місць, щоб зменшити витрати та звести до мінімуму збою в ланцюзі поставок. Компанії та країни також можуть підвищити свою конкурентоспроможність, розробивши сильні маркетингові та брендингові стратегії. Це передбачає розуміння потреб і переваг клієнтів на різних ринках і розробку продуктів і маркетингових повідомлень, які резонують з ними [2]. Новітні стратегії, які використовуються міжнародному ринку представлені в табл. 1, основними з них є стратегії співпраці, які шляхом синергії підвищують ефективність досягнення бажаних результатів.

*Таблиця 1*

**Інноваційні стратегії на міжнародному ринку**

<b>№</b>	<b>Стратегія</b>	<b>Опис</b>
1	Стратегія коопетиції	Ця стратегія полягає в співпраці з конкурентами для створення взаємовигідного середовища. Це інноваційний спосіб підвищення конкурентоспроможності на ринку
2	Стратегія синій океан	Ця стратегія полягає в створенні неконкурентних ринкових просторів, які роблять конкуренцію незначною. Компанії можуть досягти цього, розробляючи інноваційні продукти, які не мають прямої конкуренції
3	Інновації вартості	Ця стратегія зосереджена на створенні нових ринкових просторів та переосмисленні існуючих за допомогою введення нових товарів або послуг з унікальним пропозицією вартості. Вона спонукає компанії зосередитися на інноваціях, а не на конкуренції
4	Платформна стратегія	Ця стратегія передбачає створення платформи, яка з'єднує виробників і споживачів. Це дозволяє компаніям створювати нові цінності для своїх клієнтів, використовуючи наявні ресурси та можливості
5	Стратегія екосистеми	Ця стратегія передбачає створення спільної мережі компаній, які працюють разом, щоб створити цінність для клієнтів. Це заохочує компанії зосередитися на побудові міцних відносин з іншими
6	Амбідекстрна стратегія	Ця стратегія полягає в балансуванні між дослідженням та експлуатацією. Вона спонукає компанії інвестувати як в інновації, так і в ефективність для досягнення довгострокового
7	Підхід на основі ресурсів	Ця стратегія полягає в ідентифікації та розвитку унікальних ресурсів та можливостей, які дають компанії конкурентну перевагу на міжнародному ринку. Вона наголошує на важливості внутрішніх ресурсів у створенні конкурентної переваги

*Джерело: складено авторами на основі [3]*

Отже, ефективне міжнародне співробітництво та співпраця можуть бути ключовими для управління конкурентоспроможністю на глобальному ринку. Це може передбачати партнерство та співпрацю з іншими компаніями та країнами, обмін знаннями та досвідом, а також участь у міжнародних торгових угодах та організаціях.

Аналіз конкурентоспроможності в міжнародному контексті є складним і багатогранним, з рядом факторів, що сприяють здатності країни ефективно конкурувати. Управління конкурентоспроможністю в міжнародному контексті включає ряд стратегій, спрямованих на інновації, розвиток робочої сили, управління ланцюгом поставок, маркетинг і брендинг, а також міжнародне співробітництво. Ефективно впроваджуючи ці стратегії, компанії та країни можуть підвищити свою конкурентоспроможність і досягти успіху на світовому ринку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Аналітична економія: принципи, проблеми і політика: пер.з англ. Львів. Просвіта, 1997.
2. Cook, T.A. Managing Global Supply Chains: Compliance, Security, and Dealing with Terrorism. CRC Press, 2008. URL: <https://doi.org/10.1201/9781420064582>.
3. Kim, W.C., & Mauborgne, R. Blue ocean strategy: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant. URL: <https://helenescott.com/wp-content/uploads/2014/01/BookReportBlueOceanStrategy.pdf>.

**Шушара О. Д.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

#### **ФАКТОРИ ПЛАНУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Конкурентоспроможність підприємства є ключовим фактором, який визначає його успішність на ринку. Планування конкурентоспроможності підприємства включає в себе ряд факторів, що потребують уваги та ретельного вивчення. Пропоную розглянути основні фактори, які впливають на планування конкурентоспроможності підприємства

Один з головних факторів планування конкурентоспроможності підприємства – це аналіз ринку. Він допомагає визначити сильні та слабкі сторони