

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ СУБ'ЄКТІВ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Н.О. Пархоменко, канд.екон.наук, доцент

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Враховуючи те, що міжнародний бізнес представляє собою діяльність, яка включає операції між контрагентами двох або більше країн, формування конкурентних переваг щодо кожної країни має свої особливості. По-перше, суб'єкти міжнародного бізнесу можуть створити національні, або порівняні конкурентні переваги. Суб'єкти міжнародного бізнесу, які працюють на двох та більше ринках, розробляють та використовують комбіновані конкурентні переваги [1], які враховують: доступ до ринків та ресурсів, локальну адаптацію тощо.

Завдяки доступу до нових ринків суб'єкти міжнародного бізнесу можуть швидко забезпечити зростання обсягів продажів за рахунок орієнтації на нові ринки та нові ринкові сегменти. Українські суб'єкти міжнародного бізнесу відповідно до сфери діяльності застосовують як широке охоплення, тобто збільшення діапазону обслуговуваних країн; так і широке проникнення, знаходячи нових клієнтів та поширюючи нові види товарів на існуючих ринках. Представлення на зарубіжних ринках товарів різних цінових сегментів є вагомим конкурентним перевагою для міжнародного бізнесу. Суб'єкти міжнародного бізнесу орієнтують продукцію на країни з різним рівнем доходів. Розширення доступу до ринку суб'єктам міжнародного бізнесу дозволяє покращити маркетингові можливості; здійснювати дієве управління каналами розподілу та формування партнерських відносин.

Доступ до ресурсів суб'єктів міжнародного бізнесу може максимізувати їх конкурентні переваги. Зменшення витрат на операції суб'єктів міжнародного бізнесу сприяє переміщенню виробничих та бізнес-процесів в країни з дешевими матеріальними, трудовими та фінансовими ресурсами. Суб'єкти міжнародного бізнесу при цьому повинні брати до уваги нестабільність обмінного курсу, зміну попиту та зменшення динаміки витрат. Вони також повинні зважати на обмеження ланцюга поставок, транспортні витрати, митні тарифи тощо. Розширення доступу до ресурсів може дозволити суб'єктам міжнародного бізнесу змінити структуру собівартості та створювати гнучкі ланцюжки поставок, що підвищить їх конкурентоспроможність. Доступ до ресурсів суб'єктами міжнародного бізнесу реалізується через залучення інноваційного потенціалу, використання привабливих місцевих можливостей, ресурсів країн з кращими цінами, офшоринг бізнес-процесів з метою зниження витрат та збільшення продуктивності.

Локальна адаптація суб'єктів міжнародного бізнесу дозволяє використовувати ноу-хау на місцевому ринку, розуміти місцевих замовників та здійснювати ефективну сегментацію клієнтів для розробки індивідуального продукту та надання послуг; корегувати цінову політику, орієнтуючись на цільову вартість навіть при нульовій рентабельності; диференціювати підходи щодо виходу на ринок, враховуючи унікальні умови кожної країни та сегмента, локалізувати ділову активність для повного використання можливостей кожного ринку та одночасного використання можливостей, наявних на

різних ринках [2]. При адаптації до місцевих умов, суб'єкти міжнародного бізнесу максимально збільшують свій вплив, використовуючи глобальну мережу щодо обміну практикою, знаннями, технологіями, тощо. Це може дозволити розподілити переваги ресурсів на різних ринках. Координація дій суб'єктів міжнародного бізнесу дає кілька переваг. По-перше, забезпечує економію за масштабами шляхом застосування таких важелів, як стандартизація процесу, обмін найкращими практиками. По-друге, використання різноманітної та розподіленої глобальної мережі дозволяє отримувати додатковий прибуток. Координація дій суб'єктів міжнародного бізнесу може бути досягнута за допомогою впровадження єдиних стандартів та процесів, заохочення передачі інновацій та обмін найкращими практиками, можливість обміну інформацією, впровадження спільного набору цінностей та культур на певному ринку.

Отже, враховуючи конкурентні переваги, суб'єктам міжнародного бізнесу в сучасному діловому середовищі необхідно швидко приймати зміни, адаптуватися до ринку та використовувати інноваційні можливості.

Перелік посилань:

1. Дергачева В.В. *Формування конкурентних переваг підприємств в умовах різновекторної інтеграційної спрямованості* / В. В. Дергачова, Т. В. Трихліб // *Економічний вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут"*. - 2013. - № 10. - С. 81-86.

2. Позняк С. В. *Забезпечення конкурентних переваг вітчизняних підприємств на міжнародному ринку* / С. В. Позняк – [Електронний ресурс] –. Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2015/130.pdf.