

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

ІВАЩЕНКО Г. А.

канд. екон. наук, доц., доц. кафедри міжнародних економічних відносин та безпеки бізнесу

*Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця,
Україна*

КВІТЧАСТА А. О.

здобувачка вищої освіти 4 курсу навчально-наукового інституту міжнародних відносин

*Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця,
Україна*

Постановка проблеми в загальному вигляді. В умовах динамічних змін на ринку товарів і послуг, а також стрімкої еволюції споживчих потреб, вітчизняним підприємствам необхідно посилювати свою конкурентоспроможність на міжнародному рівні. Важливим аспектом ринкової економіки є формування конкурентних переваг, оскільки воно впливає на здатність підприємств ефективно адаптуватися до умов глобальної конкуренції.

В умовах змін на ринку товарів і послуг підприємства мають зміцнювати свою конкурентоспроможність на міжнародному рівні. Формування конкурентних переваг на світовому ринку є ключовим елементом ринкової економіки, оскільки воно визначає здатність компаній ефективно адаптуватися до глобальної конкуренції. Враховуючи це, питання розвитку конкурентних переваг для компанії-експортера послуг у сфері монтування та налагоджування електротехнічного обладнання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематику підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємств та формування конкурентних переваг досліджували як вітчизняні, так і зарубіжні науковці, серед яких можна виокремити М. Портера, Г. Лавренову, І. Піддубного, Є. Нагорного, С. Сисоєва, М. Горбунову, О. Паламарчук, М. Чумака, А. Воронкову та Л. Довгань. Але частково залишається невирішеною проблема формування конкурентних переваг підприємства-експортера послуг у сфері монтування та налагоджування електротехнічного обладнання.

Розкриття основних положень дослідження.

У процесі трансформації ринку товарів і послуг, швидкої зміни потреб покупців, вітчизняним підприємствам необхідно підвищувати свою міжнародну конкурентоспроможність. Створення конкурентних переваг на глобальному ринку є однією з основних складових ринкової економіки, що відображає здатність і ефективність підприємств адаптуватися до умов міжнародної конкуренції.

Основна мета компанії полягає в тому, щоб перевершити конкретних конкурентів, що працюють на тому ж ринку. У цьому контексті всі показники

варто порівнювати з результатами конкурентів. Конкурентна перевага не завжди очевидна, і на практиці відмінності між компанією та її конкурентами, що використовуються для оцінки сильних та слабких сторін, можуть бути суб'єктивними, залежно від того, на які аспекти керівництво надає найбільше значення — внутрішні фактори, клієнти чи конкуренти [2]. Для досягнення конкурентної переваги можливі різні підходи:

- орієнтація на конкурентів через порівняння з найближчим суперником;

- орієнтація на клієнтів і задоволення їх потреб, коли менеджери акцентують увагу на тому, як клієнти сприймають компанію порівняно з конкурентами;

- акцент на ринкових перспектив, зосередження на споживачах та конкурентній ситуації. Фактори, що визначають конкурентну перевагу, є різноманітними і залежать від джерела і способу їх прояву. Вона визначається в порівнянні з конкурентами, які займають лідируючі позиції на ринку. Конкурентну перевагу можна класифікувати як зовнішню або внутрішню.

Зовнішні конкурентні переваги створюють додаткову цінність для клієнтів і підвищують ринкову позицію підприємства [2]. Це включає в себе інноваційні підходи в маркетингу, а також знання про очікування клієнтів і прогнозування розвитку ринку. Внутрішня конкурентна перевага досягається завдяки персоналу, при цьому роль керівника управління є ключовою. Така перевага створює цінність для компанії, оскільки дозволяє знижувати витрати та підвищувати ефективність виробництва.

Конкурентні переваги мають відображати реальні аспекти продукту, ціни, якості обслуговування, рівня витрат та інших показників діяльності компанії [1]. Вони повинні бути відчутними для споживачів і піддаватися оцінці через економічні показники, такі як рентабельність, частка ринку, динаміка продажів тощо. Якщо перевага не реалізується в конкретних бізнес-результатах, вона не може вважатися конкурентною.

Склад конкурентних переваг залежить від специфіки галузі. Для високотехнологічних компаній ключову роль відіграють технічні характеристики, інновації у продуктах та технологіях [4]. Водночас для компаній, орієнтованих на масовий ринок, важливими факторами є значущість бренду, оптимізація витрат і вигідне територіальне розташування.

Конкурентоспроможність підприємства на міжнародному ринку визначається низкою чинників, зокрема якістю продукції, рівнем інновацій, ефективністю управління ланцюгами постачання та маркетинговими стратегіями [5]. У сучасних умовах глобалізації компанії мають швидко адаптуватися до технологічних змін, нормативних вимог і споживчих запитів, щоб утримувати свої позиції на ринку.

Для зміцнення конкурентних позицій на міжнародному ринку підприємству необхідний комплексний підхід, що охоплює інноваційний розвиток, оптимізацію витрат, ефективне управління ресурсами та продумані маркетингові стратегії. Застосування сучасних методів дослідження дає змогу аналізувати ринкові умови, конкурентне середовище та визначати перспективні напрями зростання.

Для успішної конкуренції на міжнародному ринку ТОВ «Електропівденатоммонтаж» необхідно розвивати та зміцнювати свої конкурентні переваги, які базуються на таких ключових аспектах:

- технологічні інновації та якість продукції;
- ефективність управління та оптимізація витрат;
- маркетингові стратегії та розширення ринків збуту;
- дотримання міжнародних стандартів та вимог;
- адаптація до змін у глобальному бізнес-середовищі.

Технологічні інновації та якість продукції мають включати:

- впровадження передових технологій у сфері електромонтажу та автоматизації;

- сертифікацію продукції відповідно до міжнародних стандартів (ISO, IEC);
- використання високоякісних матеріалів та компонентів для забезпечення надійності та довговічності обладнання.

Ефективність управління та оптимізація витрат повинна базуватись на:

- впровадженні сучасних систем управління виробництвом та ланцюгами постачання;

- автоматизації процесів для зниження витрат і підвищення продуктивності;
- оптимізації логістичних процесів для зменшення термінів постачання та мінімізації витрат.

Маркетингові стратегії та розширення ринків збуту передбачають:

- участь у міжнародних виставках та форумах для підвищення важливості бренду на ринку;

- використання цифрових маркетингових інструментів для просування продукції на міжнародних платформах;

- налагодження партнерських відносин із зарубіжними компаніями та розширення дистриб'юторської мережі.

Дотримання міжнародних стандартів та вимог має формувати:

- відповідність екологічним нормам та стандартам безпеки;
- виконання вимог міжнародних тендерів та контрактів;
- розвиток корпоративної соціальної відповідальності для покращення іміджу компанії.

Адаптація до змін у глобальному бізнес-середовищі передбачає:

- гнучкість у реагуванні на зміни в законодавчому регулюванні та торговельних бар'єрах;

- інвестиції у навчання персоналу та підвищення кваліфікації співробітників;

- використання сучасних ІТ-рішень для покращення комунікації з міжнародними партнерами.

Завдяки комплексному підходу до розвитку конкурентних переваг ТОВ «Електропівденатоммонтаж» зможе закріпити свої позиції на міжнародному ринку та забезпечити стійке зростання бізнесу.

Висновки. Формування конкурентних переваг ТОВ «Електропівденатоммонтаж» на міжнародному ринку потребує комплексного підходу, що включає впровадження інновацій, оптимізацію

витрат, ефективне управління ресурсами та активне використання маркетингових стратегій.

Ключовими факторами успішної конкуренції є висока якість продукції, відповідність міжнародним стандартам, ефективне управління ланцюгами постачання та адаптація до змін у глобальному бізнес-середовищі. Налагодження партнерських відносин, використання цифрових технологій та участь у міжнародних виставках сприятимуть розширенню ринків збуту та підвищенню значущості бренду.

Реалізація стратегічних заходів дозволить ТОВ «Електропівденатоммонтаж» зміцнити свої позиції на міжнародному ринку, підвищити конкурентоспроможність та забезпечити довгостроковий розвиток компанії.

Література:

1. Горбунова Н. Н. Формування конкурентних переваг компаній. URL: [http://www.auditfin.com/fin/2008/6/Gorbunova% 202 / Gorbunova% 202%20.pdf](http://www.auditfin.com/fin/2008/6/Gorbunova%202/Gorbunova%202%20.pdf)
2. Закрижевська І. В., Полозова В. М. Особливості виходу фірми на міжнародні ринки. Вісник Хмельницького національного університету: Економічні науки. 2021. № 6. Том 2. С. 211–215. URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/03/en2021-6-t2-34.pdf>
3. Конкурентне середовище підприємства. URL: [http://topknowledge.ru/ strategicheskij-menedzhment/ 590-podderzhka-konkurentosposobnogo-potentsiala-predpriyatiya.html](http://topknowledge.ru/strategicheskij-menedzhment/590-podderzhka-konkurentosposobnogo-potentsiala-predpriyatiya.html)
4. Конкурентні переваги. URL: [http://www.grandars.ru/college/ ekonomika-firmy /konkurentnye-preimushchestva.html](http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/konkurentnye-preimushchestva.html)
5. Салій Є.Ю., Салій О.О. Зміни у зовнішньоекономічній діяльності України в умовах війни. Журнал стратегічних економічних досліджень. 2023. № 3(14). С. 58–71. URL: [https://www.researchgate.net/publication /373906460_ZMINI_U_ZOVNISNOEKONOMICNIJ_DIALNOSTI_UKRAINI_V_UMOVAN_VIJNI](https://www.researchgate.net/publication/373906460_ZMINI_U_ZOVNISNOEKONOMICNIJ_DIALNOSTI_UKRAINI_V_UMOVAN_VIJNI)