

4. Міжнародний сертифікаційний центр [Електронний ресурс]. – Режим доступу : worldico.org/products/gmp.html
5. Німецька федерація роздрібної торгівлі (HDE) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : einzelhandel.de/pb/site/hde/node
6. Німецьке товариство зі збору інформації про патенти і товарні знаки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : vgwort.de/die-vg-wort.html
7. Німецький закон проти обмежень конкуренції «Das Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB)» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : de.wikipedia.org/wiki/Gesetz_gegen_Wettbewerbsbeschr
8. Портал інформаційної підтримки зовнішньоекономічної діяльності «Внешмаркет» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : vneshmarket.ru/content/document
9. Розничная торговля Германии 2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : beraturg-ukraine.de
10. Швейцарська група з контролю за нафтопродуктами (SGS) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : ua.sgs.com/ru_ua/print/certification_ifs.htm
11. Як упорядкувати внутрішню торгівлю? // Діловий вісник. – 2011. – № 09(208) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : ucco.org.ua/synopsis/dv/2011/dv1109222.ua.html

REFERENCES

Informatsiyni portal «Hlobalna initsiatyva z bezpeky kharchovykh produktiv». www.mygfsi.com

Informatsiyni portal «Znak yakosti «Pokolinnia chystykh mahazyniv». www.generationenfreundliches-einkaufen.de/pb/site/gen.

[Legal Act of Ukraine]. www.w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb_n/webproc4_1?pf3511=41741

Mizhnarodnyi sertyfikatsiyni tsentr. www.worldico.org/products/gmp.html

Nimetska federatsiia rozdribnoi torhivli (HDE). www.einzelhandel.de/pb/site/hde; einzelhandel.de/pb/site/hde/node

Nimetske tovarystvo zi zboru informatsii pro patenty i tovarni znaky. www.vgwort.de/die-vg-wort.html

“Nimetskyi zakon proty obmezhen konkurentsii [Germanof law restrictions on competition].” www.de.wikipedia.org/wiki/Gesetz_gegen_Wettbewerbsbeschr

Portal informatsiynoi pidtrymky zovnishnyoekonomichnoi diialnosti «Vneshmarket». www.vneshmarket.ru/content/document

“Roznichnaia trgovlia Germanii 2010 [Retailing in Germany 2010].” www.beraturg-ukraine.de

Shveysarska grupa z kontroliu za naftoproduktami (SGS). www.ua.sgs.com/ru_ua/print/certification_ifs.htm

“Yak uporiadkuvaty vnutrishniu torhivliu? [How to regulate domestic trade?].” www.ucco.org.ua/synopsis/dv/2011/dv1109222.ua.html

УДК 658.5

ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ ЧИННИКІВ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ

КОКУРА К. В.

УДК 658.5

Кокура К. В. Особливості впливу чинників на конкурентоспроможність підприємства на зовнішньому ринку

У статті обґрунтовано актуальність дослідження впливу чинників на конкурентоспроможність підприємства на зовнішньому ринку. Визначено чинники національного та міжнародного середовища, які впливають на конкурентоспроможність підприємства на зовнішньому ринку фінансових регіональних кластерів. Описано взаємодію внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства, яке здійснює діяльність на зовнішньому ринку.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, конкурентна перевага, зовнішній ринок, чинники зовнішнього середовища.

Рис.: 2. **Бібл.:** 8.

Кокура Катерина Вікторівна – кандидат економічних наук, доцент, кафедра менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля (кв. Молодіжний, 20а, Луганськ, 91034, Україна)

E-mail: poltoradneva@gmail.com

УДК 658.5

Кокура Е. В. Особенности влияния факторов на конкурентоспособность предприятия на внешнем рынке

В статье обоснована актуальность исследования влияния факторов на конкурентоспособность предприятия на внешнем рынке. Определены факторы национальной и международной среды, влияющие на конкурентоспособность предприятия на внешнем рынке финансовых региональных кластеров. Описано взаимодействие внутренней и внешней среды предприятия, осуществляющего деятельность на внешнем рынке.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, конкурентное преимущество, внешний рынок, факторы внешней среды.

Рис.: 2. **Библ.:** 8.

Кокура Екатерина Викторовна – кандидат экономических наук, доцент, кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности, Восточноукраинский национальный университет им. В. Даля (кв. Молодежный, 20а, Луганск, 91034, Украина)

E-mail: poltoradneva@gmail.com

UDC 658.5

Kokura Ye. V. Specific Features of Influence of Factors on Competitiveness of a Company in a Foreign Market

The article justifies urgency of the study of influence of factors on competitiveness of a company in a foreign market. It determines factors of national and international environment that influence upon competitiveness of a company in the foreign market of financial regional clusters. It describes interaction of internal and external environment of a company that performs activity in a foreign market.

Key words: competitiveness of a company, competitive advantage, foreign market, factors of external environment.

Pic.: 2. **Bibl.:** 8.

Kokura Yekaterina V. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Department of Management of Foreign Economic Activity, East-Ukrainian National University named after V. Dahl (kv. Molodizhnyy, 20a, 91034, Ukraine)

E-mail: poltoradneva@gmail.com

Світовий економічний простір – це складна та багатогранна система, в якій промислові підприємства є суб'єктами міжнародної торгівлі та забезпечують місце країни в міжнародному розподілі праці та її імідж серед інших держав. Однією з найважливіших складників процесу підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства на зовнішньому ринку є аналіз чинників зовнішнього середовища. Розвиток економіки України та участь в інтеграційних процесах обумовлюють важливість дослідження питань, пов'язаних із забезпеченням конкурентоспроможності підприємств, які здійснюють діяльність на зовнішньому ринку. Суб'єкти господарчої діяльності являють собою ланку в ланцюжку, що пов'язує світовий економічний простір і Україну як державу з ринковою економікою. Крім того, реальні й потенційні учасники світового обміну товарами або послугами забезпечують місце країни в міжнародному розподілі праці та її імідж серед інших держав. Рівень конкурентоспроможності підприємств – учасників зовнішнього ринку є прямо пропорційним рівню конкурентоспроможності країни в цілому. Досягнення конкурентоспроможності підприємства на зовнішньому ринку залежить від багатьох параметрів, серед яких важливу роль відіграють чинники внутрішнього і зовнішнього середовища.

У науковій літературі достатньо широко представлено дослідження чинників зовнішнього середовища підприємства, результатами яких є надання класифікації, особливостей та інших аспектів щодо зовнішнього середовища: І. Ансофф, А. Е. Воронкова, Ю. Б. Іванов, І. О. Піддубний, М. Е. Портер, І. Ю. Сіваченко, Р. А. Фатхутдінов, Т. Г. Філософова [1 – 8]. Втім, у сучасних умовах мінливого зовнішнього середовища існує потреба комплексного дослідження впливу чинників на конкурентоспроможність підприємства на зовнішньому ринку.

Метою статті є дослідження впливу чинників конкурентоспроможності підприємства на зовнішньому ринку.

Одним із найважливіших явищ ринкової економіки є конкуренція, яка є гнучким інструментом регулювання та розвитку економічної системи. Завдяки механізму дії конкуренції відбувається взаємодія попиту та пропозиції, розміщуються та розподіляються ресурси, стимулюється інноваційна діяльність, контролюється поведінка економічних суб'єктів і ринкові відносини на

всіх ієрархічних рівнях. За думкою науковців [1, 2], всю кількість конкурентних відносин, що виникають у сфері економіки, можна підрозділити на чотири рівні: *мікрорівень* (конкретні види продукції, виробництва, підприємства); *мезорівень* (галузі, корпоративні об'єднання підприємств і фірм конгломератного типу); *макрорівень* (окремі країни); *мегарівень* (народно-господарчі комплекси). Усі рівні конкурентних відносин знаходяться у тісній взаємодії, тому зміни у будь-якому з них приводять до перетворень в інших та в економічній системі в цілому. Так, наприклад, підвищення темпів виробництва певної продукції впливає на зростання макроекономічних показників і розвиток економіки країни. Залежно від масштабу виділяють національні та міжнародні конкурентні відносини, схема взаємозв'язку яких із рівнями конкурентних відносин надається на рис. 1. Конкурентні відносини на рівні підприємства, виробництва, товару, галузі або країни можуть розглядатися як у національному, так і міжнародному масштабі, на відміну від народно-господарчих комплексів, які вже за своєю сутністю передбачають саме міжнародний аспект.

Незалежно від рівня або масштабу, на яких розглядаються конкурентні відносини, ключовою ланкою у досягненні конкурентоспроможності галузі, країни або народно-господарчого комплексу є підприємство. Саме ефективність діяльності підприємства зумовлює стан вищих за рівнем конкурентних відносин, при цьому характерно, що конкурентоспроможність виробництва, товару, послуги, персоналу – це також наслідок функціонування підприємства та організації тих процесів, що відбуваються на ньому. Інтеграційні процеси останніх років сприяють більш глибокому прониканню до сфери конкурентних відносин й впливу на діяльність суб'єктів господарювання поряд із національними чинниками міжнародних. Дослідження саме міжнародного аспекту конкурентоспроможності підприємства набуває актуальності.

Зовнішній ринок як конкурентне середовище в порівнянні з національним характеризується такими параметрами: велика за територіально-географічною ознакою площа; велика кількість потенційних постачальників, споживачів, конкурентів; високий рівень конкуренції; високий ступінь невизначеності; швидкі темпи змінювання процесів, що відбуваються; регулювання взаємодії між партнерами здійснюється через норми міжнародного права.

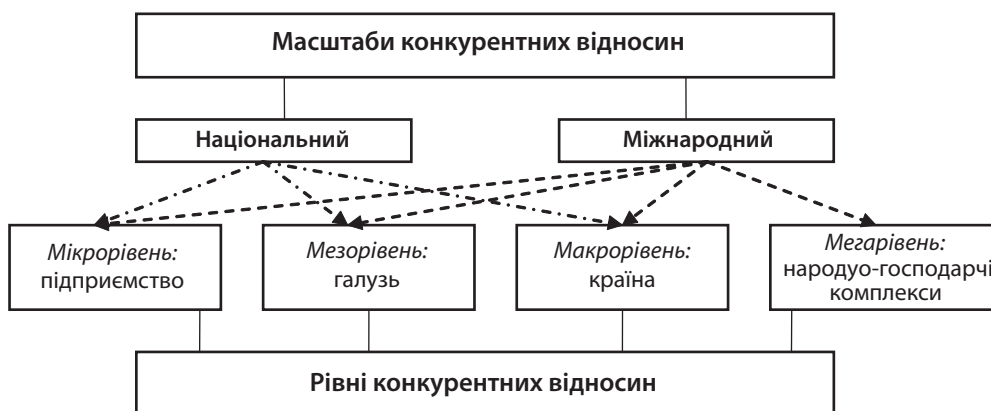


Рис. 1. Схема взаємозв'язку між масштабами і рівнями конкурентних відносин

Міжнародний ринок як конкурентне середовище у порівнянні з національним характеризується такими параметрами: велика за територіально-географічною ознакою площа; велика кількість потенційних поставальників, споживачів, конкурентів; високий рівень конкуренції; високий ступінь невизначеності; швидкі темпи змінювання процесів, що відбуваються; регулювання взаємодії між партнерами здійснюється згідно з нормами міжнародного права; великий вплив здійснюють міжнародні організації. Зовнішній ринок являє собою складну економічну систему, розвиток якої відбувається згідно з економічними законами та регулюється суспільством. Суб'єкти зовнішнього ринку мають досягти високого рівня конкурентоспроможності та постійно підтримувати його. Основна роль в цьому процесі належить аналізу чинників конкурентоспроможності та вмінню ефективно їх використовувати.

Діяльність підприємств на зовнішньому ринку передбачає детальний аналіз та вміння швидко реагувати на зміну зазначених параметрів. Але значення чинників національного середовища для промислових підприємств, які діють на зовнішньому ринку, є дуже високим. За логікою науковців [5], внутрішні конкурентні переваги підприємства витікають із внутрішнього середовища, у той самий час джерелом зовнішніх конкурентних переваг підприємства є зовнішнє середовище. Конкурентні переваги промислового підприємства ґрунтуються на факторах виробництва та інших чинниках, що надає материнська країна, тобто національне середовище [5, с. 621]. При цьому міжнародне середовище виступає місцем реалізації конкурентних переваг промислового підприємства. Тому доцільно розглядати зовнішнє середовище так: національне – з точки зору можливості формування конкурентних переваг промислового підприємства, а середовище країни-реципієнта – з позицій можливості реалізації даних конкурентних переваг.

У загальному вигляді всю сукупність чинників конкурентоспроможності підприємства можна розділити на дві основні категорії: чинники внутрішнього та зовнішнього середовища. До першої категорії традиційно відносять такі елементи, як: організаційна структура, апарат управління, місія, цілі, стратегія підприємства, персонал, наявна технологічна база, фінанси, інвестиції, інновації, інформація тощо. Очевидно, що чинники внутрішнього середовища актуальні як для підприємств, які здійснюють свою діяльність на внутрішньому ринку, так і для суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності. Крім того, характерною ознакою таких чинників є те, що їхній стан – це наслідок прийнятих керівництвом підприємства управлінських рішень, тобто цією категорією чинників управляють в процесі діяльності.

Інша категорія чинників конкурентоспроможності підприємства – це чинники зовнішнього середовища, які, по-перше, є незалежними від діяльності конкретного підприємства, а, по-друге, не однакові для суб'єктів господарювання, що здійснюють діяльність на внутрішньому та зовнішньому ринку. Для підприємств, які функціонують в ринковому просторі своєї країни, зовнішнє середовище окреслюється національними чинниками, до яких нале-

жать: стан розвитку економіки; галузева структура економіки; рівень державного регулювання економіки; темпи зростання економіки; рівень життя населення; стан політичної ситуації в країні; наявність джерел сировини; емність внутрішнього ринку; рівень конкуренції на ринку тощо. Особливістю національних чинників конкурентоспроможності є те, що вони впливають на господарчих суб'єктів окремої країни, які здійснюють свою діяльність на внутрішньому і на зовнішньому ринку.

Чинники зовнішнього середовища доцільно систематизувати за чотирма рівнями: мікрорівень, мезорівень, макрорівень та мегарівень. На мікрорівні розташовані чинники, зумовлені діяльністю промислових підприємств при реалізації продукції на ринку країни-реципієнта. На ефективність взаємодії контрагентів із різних країн впливає низка чинників мікрорівня, серед яких і забезпеченість основними засобами, і репутація, і рівень технологічності виробництва тощо. Чинники мезорівня витікають із особливостей регіонального розвитку промислового підприємства в материнській країні та споживачів у країні-реципієнті. Окремі регіони країни часто значно різняться за економічним, політичним, культурним та іншим розвитком, тому врахування таких особливостей має велике значення для промислових підприємств, що здійснюють діяльність на міжнародному ринку. Вплив чинників макрорівня також відіграє важливу роль для підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств на зовнішньому ринку, особливо стосовно державної торговельної політики, яка реалізується через підтримку вітчизняного виробництва, встановлення санітарних, екологічних та інших норм. Чинники мегарівня впливають на всіх учасників міжнародної торгівлі, зокрема, суб'єктів материнської країни й країни-реципієнта та обумовлюються діяльністю міжнародних організацій. До компетенції наддержавних органів належать не лише економічні, але й політичні, соціальні, культурні, екологічні, правові та інші сфери міжнародної взаємодії. На рис. 2 представлено схему взаємодії внутрішнього та зовнішнього середовища промислового підприємства (національного середовища, середовища країни-реципієнта та міжнародного середовища), яке здійснює свою діяльність на зовнішньому ринку.

Конкурентні переваги представляють частину цілого – промислового підприємства, яке, у свою чергу, є також частиною – ринку країни-реципієнта, а останній також є складовою міжнародного ринку. Стан ринку країни-реципієнта змінюється під впливом міжнародних чинників. Так, наприклад, зниження цін на промислову продукцію на міжнародному ринку, або в будь-якій із його частин, неодмінно призведе до зниження попиту на продукцію, що реалізується на ринку певної країни. Встановлення однією із країн – учасників міжнародного ринку цін на промислову продукцію вище за ринкові спричинить підвищення попиту на ринках інших країн, що реалізують дану продукцію. Під впливом зазначених чинників ринок країни-реципієнта здійснює перехід у той чи інший стан, тому конкурентоспроможність промислового підприємства, що є частиною даного ринку, дуже

залежить від стану ринку. Оцінювання конкурентоспроможності промислового підприємства на зовнішньому ринку, у свою чергу, повинно включати інформацію щодо стану ринку країни-реципієнта та враховувати інші особливості внутрішнього та зовнішнього середовища.

сприяє розвитку економіки України та підвищенню ефективності її функціонування. Але, незалежно від виду діяльності, підприємство повинно будувати свої стратегічні та оперативні плани з урахуванням як міжнародних, так і національних чинників конкурентоспроможності..

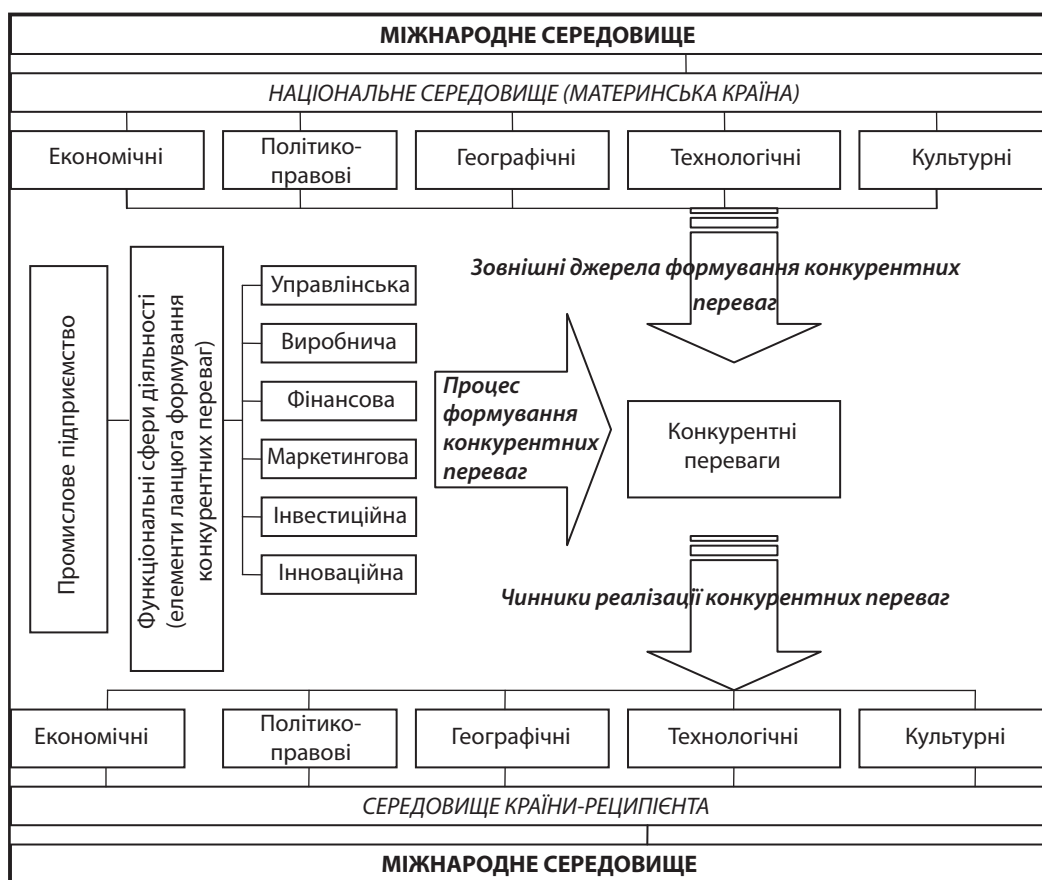


Рис. 2. Взаємодія внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства, яке здійснює діяльність на зовнішньому ринку

Високому ступеню впливу міжнародних чинників підлегла і діяльність, що пов'язана із фінансовими операціями, активами та створенням банківських, кредитних, страхових організацій за межами України. Дані сфери функціонування для вітчизняних суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності є новими, вони знаходяться на початковій стадії розвитку в нашій країні. Якщо банківська система переважно сформована, хоча й не відпрацьована достатньо, то кредитно-фінансові та страхові механізми тільки створюються. Аналогічний період формування переживає сьогодні й український фондовий ринок в умовах слабкої законодавчої підтримки. Значені процеси, що відбуваються у даних сферах української економіки, обумовлюють високий ступінь впливу на конкурентоспроможність міжнародних чинників.

Міжнародні чинники конкурентоспроможності значно впливають на зовнішньоекономічну діяльність, яка пов'язана з купівлею, продажем й обміном валюти на валютних аукціонах, біржах і на міжбанківському валютному ринку. Даний вид діяльності супроводжується великою кількістю ризиків і значною мірою залежить від коливань валютних курсів на міжнародному валютному ринку. Різноманітність видів зовнішньоекономічної діяльності

ВИСНОВКИ

Конкурентоспроможність підприємства на зовнішньому ринку формується під впливом міжнародних і національних чинників, які є взаємозалежними та діють системно. Кожний суб'єкт господарчої діяльності, що включається до конкурентної боротьби на зовнішньому ринку, має усвідомлювати роль цих параметрів економічної системи. Запорука успіху підприємства полягає в ефективному управлінні чинниками внутрішнього середовища поряд із швидким пристосуванням до змін у зовнішньому середовищі. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Ансофф І. Стратегическое управление / И. Ансофф / Пер. с англ. Л. И. Евенко. – М.: Экономика, 1989. – 516 с.
2. Воронкова А. Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация : [монография] / А. Э. Воронкова. – Луганск : ВНУ ім. В. Даля, 2004. – 320 с.
3. Іванов Ю. Б. Конкурентні переваги підприємств: оцінка, формування та розвиток : [монографія] / Ю. Б. Іванов, П. А. Орлов, О. Ю. Іванова. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2008. – 352 с.

4. Піддубний І. О. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства : [навч. посіб.] / І. О. Піддубний, А. І. Піддубна. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2006. – 270 с.
5. Портер М. Е. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М. Е. Портер. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с.
6. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства (організації) : [навч. посіб.] / [за ред. І. Ю. Сиваченко]. – К. : ЦУЛ, 2003. – 186 с.
7. Фатхутдінов Р. А. Управління конкурентоспроможністю організації : [підруч.] / Р. А. Фатхутдінов, Г. В. Осовська. – К. : Кондор, 2009. – 470 с.
8. Философова Т. Г. Конкуренция и конкурентоспособность : [учеб. пособ.] / Т. Г. Философова. – М. : ЮНИТИ, 2007. – 271 с.

REFERENCES

Ansoff, I. *Strategicheskoe upravlenie* [Strategic Management]. Moscow: Ekonomika, 1989.

Fatkhutdinov, R. A., and Osovska, H. V. *Upravlinnia konkurentospromozhnistiu orhanizatsii* [Management of competitiveness of organization]. Kyiv: Kondor, 2009.

Filosofova, T. G. *Konkurentosposobnost* [Competition and Competitiveness]. Moscow: YUNITI, 2007.

Porter, M. E. *Konkurentnoe preimushchestvo: Kak dostich vysokogo rezultata i obespechit ego ustoychivost* [Competitive Advantage: How to achieve high results and sustained]. Moscow: Alpina Biznes Buks, 2005.

Piddubnyi, I. O., and Piddubna, A. I. *Upravlinnia mizhnarodnoiu konkurentospromozhnistiu pidpriemstva* [Management of international competitiveness of the enterprise]. Kh.: INZHEK, 2006.

Upravlinnia mizhnarodnoiu konkurentospromozhnistiu pidpriemstva (orhanizatsii) [Management of international competitiveness of the enterprise (organization)]. Kyiv: TsUL, 2003.

Voronkova, A. E. *Stratehycheskoe upravlenye konkurentosposobnym potentsyalom predpriyatiya: dyahnostyka y orhanyzatsiya* [Strategic management of the competitive capacity of enterprise: diagnosis and organization]. Lugansk: VNU im. V. Dalia, 2004.

УДК 373.3:33 (07.58)

ТРАНСНАЦІОНАЛЬНА ЕКСПАНСІЯ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

КУЛІШОВ В. В.

УДК 373.3:33 (07.58)

Кулішов В. В. Транснаціональна експансія світової економіки

У статті досліджуються питання взаємодії міжнародних економічних суб'єктів, формування взаємозв'язків, за допомогою яких відбувається трансформація і поглиблення відносин індивідуалізованої власності, тобто творення транснаціонального простору, формування інноваційної сфери, її роль у подоланні ресурсних та інституційних обмежень глобалізації, виникнення регіональних економічних просторів як прояв обмеженості глобалізаційних процесів у світовій економіці.

Ключові слова: диверсифікація, глобалізація, транснаціоналізація, інституції, інновації, корпорації, альянси, регіоналізація.

Бібл.: 9.

Кулішов Володимир Васильович – кандидат економічних наук, доцент, професор кафедри міжнародної економіки, Криворізький економічний інститут Криворізького національного університету (пр. К. Маркса, 64, Кривий Ріг, Дніпропетровська обл., 5000, Україна)

E-mail: kaf_meo@ukr.net

УДК 373.3:33 (07.58)

Кулішов В. В. Транснаціональна експансія світової економіки

В статье исследуются вопросы взаимодействия международных экономических субъектов и формирования взаимосвязей, при помощи которых происходит трансформация и углубление индивидуализированной собственности. Все это приводит к образованию транснационального пространства и формированию инновационной сферы, которая имеет решающее значение в преодолении ресурсных и институциональных ограничений глобализации. Происходит возникновение региональных экономических пространств как проявление ограниченности глобализационных процессов в мировой экономике.

Ключевые слова: диверсификация, глобализация, транснационализация, институции, инновации, корпорации, альянсы, регионализация.

Библ.: 9.

Кулішов Владимир Васильевич – кандидат экономических наук, доцент, профессор кафедры международной экономики, Криворожский экономический институт Криворожского национального университета (пр. К. Маркса, 64, Кривой Рог, Днепропетровская обл., 5000, Украина)

E-mail: kaf_meo@ukr.net

UDC 373.3:33 (07.58)

Kulishov V. V. Transnational Expansion of the World Economy

The article studies issues of interaction of international economic subjects and formation of interconnections, with the help of which transformation and intensification of individualised property are done. All these result in formation of a transnational environment and formation of the innovation sphere, which plays decisive role in overcoming resource and institutional limits of globalisation. Regional economic environments appear as a result of limitations of globalisation processes in the world economy.

Key words: diversification, globalisation, transnationalisation, institutions, innovations, corporations, alliances, regionalisation.

Bibl.: 9.

Kulishov Vladimir V. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Professor of the Department of International Economy, Kryvyi Rih Economic Institute of the Kryvyi Rih National University (pr. K. Marksa, 64, Kryvyi Rih, Dnipropetrovska obl., 5000, Ukraine)

E-mail: kaf_meo@ukr.net

Підвищення динамізму ділового життя в середині ХХ століття зробило необхідним перенесення центру прийняття рішень зверху вниз – у середню ланку виробництва. Акціонування та управлінська

революція змусили передати прийняття виробничих рішень десяткам тисяч спеціалістів. Це дозволило надати ще більш індивідуалізованого характеру власності великих корпорацій. Диверсифікація виробництва