

Казакова Л. О.

*кандидат юридичних наук,
доцент кафедри міжнародної політики
Державного вищого навчального закладу
«Ужгородський національний університет»*

Мойсюк Ю. В.

*студентка СВО «Magistr»
Державного вищого навчального закладу
«Ужгородський національний університет»*

Kazakova Lyudmyla

*Ph.D. of Juridical Sciences,
Senior Lecturer at the Department of International Politics
Uzhhorod National University*

Moysyuk Yulianna

*Student of the Master's degree
Uzhhorod National University*

КОНКУРЕНТНЕ СЕРЕДОВИЩЕ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Анотація. У статті досліджуються особливості конкурентного середовища міжнародного бізнесу та охарактеризована проблематика конкурентоспроможності підприємств. Було визначено, що важливими інструментами сучасного механізму відкритої економіки є засоби економічної конкуренції. Проаналізовано, що частота та глибина змін стратегій підприємств у міжнародному бізнесі залежать від ринкового успіху або невдачі, а тривалість конкурентного протистояння залежить від того, наскільки стратегія є придатною для конкретних ринкових умов та середовища. Конкурентоспроможність підприємств дає змогу отримати конкретні показники для порівняння позиції підприємства. Кожне підприємство дотримується власної конкурентної стратегії для завоювання кращої позиції та здобуття вигоди від конкурентної переваги. Визначено, що конкурентні стратегії, які підприємства-суперники можуть винайти, і шляхи, які вони можуть визначити для реалізації цих стратегій, є різними.

Ключові слова: міжнародна конкуренція, конкурентоспроможність, міжнародний бізнес, конкурентоспроможність міжнародних підприємств, конкурентне середовище

Вступ та постановка проблеми. Проблематика конкурентоспроможності підприємств не є принципово новою для науки, оскільки конкуренція завжди була та є складовою економічного буття всіх без винятку країн ринкової економічної системи. Зростаюча актуальність цих проблем, зумовлюється передусім складністю та неоднозначністю процесів формування ринкових економічних відносин. Аналіз наукових поглядів з питань конкуренції свідчить про їх масштабність та багатоаспектність і в кожному випадку зміст цього поняття визначається залежно від цілей, відповідно до яких воно сформоване. Конкурентне середовище міжнародного бізнесу залишається актуальною у сучасному світі і має велике значення для підприємств, які розглядають можливість розширення своєї діяльності на міжнародному рівні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Впродовж тривалого періоду теорія конкурентоспроможності підприємств привертала до себе увагу значної частини дослідників, то ж постає необхідність в узагальненні та виокремленні основних положень результатів їх досліджень. Дослідженню проблем конкурентного середовища міжнародного бізнесу присвятили свої праці такі науковці, як Зеліч В.В., Кондратьєва Н.Б., Шелудько Е.І. та ін.

Метою даної роботи є дослідження особливостей конкурентного середовища міжнародного бізнесу.

Результати дослідження. Конкуренція в економіці представляє собою процес взаємодії, конкуренції і боротьби між підприємствами на ринку з метою забезпечення кращих можливостей збуту своєї продукції та задоволення різноманітних потреб покупців. Конкуренція

спонукає підприємства до створення вдосконалених продуктів і послуг, а також до забезпечення високої якості та сучасного дизайну. Вона також заохочує підприємства передбачати майбутні потреби ринку і активно розвиватися. У міжнародному контексті конкурентоспроможність міжнародних підприємств є ключовою для їхнього успіху на глобальному ринку. Конкурентні переваги ґрунтуються на постійних вдосконаленнях, нововведеннях та змінах. Вони стосуються всієї системи створення цінностей, яка включає в себе ланцюжок створення цінностей від постачальників до покупців. Підтримка конкурентних переваг вимагає постійних зусиль і вдосконалення джерел цих переваг. Фірми повинні вдосконалювати всі аспекти своєї діяльності, від розробки продукту до післяпродажного обслуговування. При цьому глобальний підхід до стратегії відіграє важливу роль в підтримці конкурентних переваг, оскільки фірма повинна розширювати свої переваги, що пов'язані з її базуванням у власній країні та в глобальному масштабі.

Конкурентоспроможність міжнародних підприємств проявляється у досягненні конкурентних переваг в умовах глобальної конкуренції. Цей процес базується на декількох основних принципах:

1. Інновації та зміни: Конкурентна перевага покликана виникати завдяки постійним вдосконаленням, впровадженню нововведень та здатності до адаптації до змін в економічному середовищі.

2. Система створення цінностей: Ця конкурентна перевага охоплює всю систему створення цінностей підприємства. Вона включає в себе ланцюжки цінностей, які

об'єднують діяльність фірми, постачальників, посередників та покупців.

3. Постійне вдосконалення: Конкурентні переваги повинні підтримуватися через постійні зусилля щодо вдосконалення. При цьому важливо реалізувати, що небагато переваг неможливо скопіювати, але вони можуть бути піддані змінам.

4. Підтримка джерел переваги: Фірми мають дбати про постійне вдосконалення джерел своїх конкурентних переваг. Ці переваги можуть виникати на будь-якому етапі ланцюжка створення цінностей, включаючи розробку продукту та надання післяпродажних послуг.

5. Глобальний підхід до стратегії: Підтримка конкурентних переваг вимагає глобального підходу до стратегії. Фірма повинна розглядати свої переваги як національні, так і глобальні, і розширювати їх за допомогою глобального стратегічного планування [1, с. 47].

Наприклад, країни Європейського Союзу (ЄС), які сповідують континентальну систему права та мають власні закони у галузі конкурентного права, активно переходять до «інтегрованої моделі регулювання». Ця модель спрямована на боротьбу з недобросовісною конкуренцією та враховує динамічний розвиток конкурентного права в ЄС.

Ознайомлення з конкурентним правом ЄС, яке постійно вдосконалюється, є одним із пріоритетних завдань. Досвід ЄС у галузі конкурентного права допомагає розуміти основні принципи підприємницької діяльності в ЄС та обов'язки, які покладаються на компанії, які займають домінуюче становище на ринку.

Однак перед ЄС стоїть загроза приватної дискримінації через практики, які обмежують конкурентну боротьбу, такі як тарифні угоди, демпінг та примус до укладення договорів певного характеру. Рішенням стало впровадження спільної політики у сфері конкуренції в ЄС, спрямованої на запобігання порушенням конкуренції на спільному ринку. Ця загальна політика спрямована на уникнення «суперництва між учасниками ринкового господарства за кращі умови виробництва, купівлі-продажу товарів та отримання на цій основі максимально можливого прибутку».

Ця загальна політика регулює природні та штучні монополії, а також коригує підприємницькі практики, які набувають картельний характер та властивості «монопольних змов». Об'єктом регулювання антимонопольного права ЄС є дії та практики, які впливають на конкуренцію на ринку ЄС. Предмет регулювання правил конкуренції визначає права та обов'язки учасників цих дій та відносин. Основною метою є забезпечення свободи конкуренції на спільному ринку ЄС та заборона недозволених торговельних практик, які обмежують конкуренцію.

Отже, гармонізація антимонопольного права в ЄС здійснюється на рівнях первинного та вторинного права ЄС шляхом розробки директив та регламентів. Цей процес допомагає створити єдиний ринок та забезпечити вільну конкуренцію серед підприємств.

Суб'єкти господарської діяльності, які мають домінуюче становище на ринку, зобов'язані надавати додаткові звітні відомості державним органам щодо своєї діяльності. У разі невиконання цих зобов'язань вони можуть бути притягнуті до відповідальності, включаючи виплату грошових штрафів, понесення кримінальної відповідальності, обмеження або припинення певних видів діяльності, а також повне або часткове відшкодування завданих збитків та інші санкції. Види законодавства, яке регулює функціонування монополій в країнах ЄС наведено в таблиці 1.

Проте, наведено в таблиці 1 розмежування між нормами, як й будь-яка інша класифікація, є умовним, оскільки не дає повного уявлення про характер взаємозв'язку між ними [2].

Функції у сфері конкуренції ЄС покладені на Європейську Комісію, проте безпосередньо їх реалізацією займається Директорат «Конкуренція» [4, с. 14]. Основні напрями роботи Директорату подібні до завдань АМКУ (рис. 1).

Основною метою конкурентної політики є створення рівних умов для доступу до ринку. Це досягається шляхом балансування регуляторних механізмів та захисту прав власності, включаючи корпоративні права. Основні цілі включають захист економічних агентів від неконкурентного тиску, зокрема від існуючих або потенційних монополістів, а також забезпечення здорової конкуренції серед суб'єктів господарювання. Реалізація політики у сфері конкуренції спрямована на створення сприятливих умов для розвитку внутрішніх ринків, підвищення добробуту громадян, підтримку самоорганізації підприємницького середовища та формування інструментів економічного регулювання для структурних змін в економіці країни.

Так, конкурентне середовище міжнародного бізнесу є комплексом факторів, умов і суб'єктів, які впливають на діяльність підприємств на міжнародних ринках та конкуренцію між ними. Це середовище включає в себе такі аспекти:

1. Конкуренти: Інші підприємства, які продають схожі товари або послуги на міжнародному ринку, конкурують за споживачів, ресурси та ринкову частку.

2. Замовники: Попит споживачів і бізнес-партнерів на товари і послуги визначає конкурентоспроможність підприємства. Розуміння потреб і очікувань клієнтів є важливим для успіху на міжнародних ринках.

3. Постачальники: Забезпечення необхідних ресурсів, включаючи сировину і компоненти, є важливим для підприємств, що здійснюють міжнародну торгівлю. Вибір і відносини з постачальниками можуть вплинути на конкурентоспроможність підприємства.

4. Політичні та юридичні аспекти: Політичне середовище, податкові політики, митні правила, торгові обмеження і регулювання мають велике значення для міжнародного бізнесу і можуть впливати на конкурентну позицію підприємства.

5. Економічні умови: Міжнародний ринок чутливий до економічних факторів, таких як валютні коливання, інфляція та економічні кризи, які можуть впливати на вартість і прибутковість продукції.

Таблиця 1

Види законодавства, яке регулює функціонування монополій в країнах ЄС на сучасному етапі

Види законодавства	Мета
Права споживачів	Норми права, метою яких є захист прав споживачів як більш слабкої сторони у відносинах з виробниками
Конкурентне право	Розвиток суперництва між виробниками за більш вигідні умови виробництва та продажу товарів, надання послуг тощо
Антимонопольне право	Норми права, метою яких є забезпечення безперешкодного вибору та втілення заохочуваної законодавством господарської діяльності

Джерело: [2]



Рис. 1. Порівняння основних напрямів роботи Директорату «Конкуренція» ЄС та Антимонопольного комітету України

Джерело: [4, с. 14]

6. Соціокультурні аспекти: Розуміння культурних та соціальних особливостей країн, де працює підприємство, важливо для успішної міжнародної діяльності. Це включає в себе аспекти споживацьких звичаїв, мови, релігійних питань і інших факторів.

7. Технологічні інновації: Використання передових технологій та інновацій може допомогти підприємствам підвищити ефективність та конкурентоспроможність на міжнародних ринках.

8. Геополітичні фактори: Геополітичні події, такі як міжнародні конфлікти і зміни в геополітичних союзах, можуть вплинути на умови роботи на міжнародних ринках.

Зрозуміння і ефективне управління цими аспектами допомагає підприємствам адаптуватися до міжнародних умов і забезпечити свою конкурентоспроможність на глобальному ринку.

Розглядаючи питання підвищення конкурентоспроможності підприємств, важливо враховувати, що в умовах глобалізації змінилося зовнішнє середовище діяльності суб'єктів господарювання. Зокрема:

– Національні ринки споживчих товарів, капіталів, технологій, робочої сили тощо все більше інтегруються один з одним і включаються в єдиний світовий ринок, де іноземні фірми діють на однакових правах з національними, а передача інформації та розрахунки здійснюються в режимі реального часу через Інтернет.

– Обсяг та умови реалізації товарів визначаються не на ринку, як це було раніше, а ще до початку виробництва, на основі довгострокових контрактів з конкретними замовниками.

– У загальному обсязі пропонованої на ринку продукції все більше роль відіграють нестандартні матеріальні блага, послуги, науково-технічні розробки, а також складні технічні комплекси за індивідуальними замовленнями.

– Ціни визначаються витратами на одиницю споживчого ефекту, а не на одиницю продукції. Зі зростанням насиченості ринку спостерігається значна деформація цін для різних сегментів ринку.

– У структурі витрат виробництва підвищується частка трансакційних витрат, спрямованих в інші сфери та галузі діяльності та передбачених витрат.

Покращення конкурентного середовища міжнародного бізнесу є важливою метою для розвитку глобальної економіки. Ось деякі перспективи та шляхи вдосконалення конкурентного середовища міжнародного бізнесу:

1. Лібералізація торгівлі та інвестицій: Зниження торговельних бар'єрів, укладання багатосторонніх і двосторонніх торговельних угод сприяє створенню більш сприятливого конкурентного середовища для підприємств.

2. Цифрова трансформація: Використання передових технологій і цифрових інновацій дозволяє підприємствам здійснювати глобальну діяльність більш ефективно і знаходити нові можливості.

3. Регулювання та нормативна база: Покращення регулювання, яке стимулює конкуренцію, та розробка гармонізованих нормативних актів на міжнародному рівні сприяють рівній грі на ринку.

4. Освіта та навчання: Розвиток освітніх програм та тренінгів, спрямованих на розвиток міжнародних бізнес-навичок, допомагає підприємствам ефективно працювати в глобальному середовищі.

5. Інфраструктура: Збільшення інфраструктури для міжнародної торгівлі, включаючи порти, логістичні послуги та транспортні мережі, полегшує переміщення товарів та послуг.

6. Стале розвиток: Спрямування уваги на стале виробництво і використання екологічно чистих технологій стає дедалі важливішим для підприємств і може вплинути на їхню конкурентоспроможність на міжнародних ринках.

7. Міжнародні стандарти: Впровадження і дотримання міжнародних стандартів та сертифікація сприяє довірі споживачів і партнерів на міжнародних ринках.

8. Співпраця та партнерства: В умовах глобального бізнесу важливо розвивати стратегічні партнерства і співпрацю з іншими підприємствами та галузевими групами.

9. Соціальна відповідальність та репутація: Зростаюча увага споживачів до етичності та соціальної відповідальності підприємств вимагає від компаній вдосконалення цих аспектів своєї діяльності на міжнародних ринках.

Загальний напрямок вдосконалення конкурентного середовища міжнародного бізнесу полягає в покращенні умов для міжнародної торгівлі і інвестицій, створенні більш сприятливих правил і забезпеченні рівної гри для усіх учасників глобального ринку.

Висновки. Тож, змагання між учасниками міжнародного бізнесу, як відомо, становить важливий імпульс для розвитку економічної системи та є гарантом її поступових змін. Проблема підвищення конкурентоспроможності в міжнародному бізнесі набуває особливого значення в умовах зростаючої глобалізації. Фактично, рівень конкурентоспроможності підприємств визначає позицію країни на світовій економічній арені та показує її здатність виживати в умовах жорсткої глобальної конкуренції в міжнародному бізнесі. У період глобалізації та інтеграції виникає низка проблем, пов'язаних з появою недобросовісної конкуренції на світових ринках товарів та послуг. Так, для економічно розвинених країн світу типовими є дуже жорсткі санкції за порушення конкурентного законодавства. Так, вдоско-

налення конкурентного середовища міжнародного бізнесу є важливою метою для поліпшення умов глобальної торгівлі та конкуренції. Для досягнення цієї мети можуть бути прийняті такі заходи: зменшення мит та інших торговельних бар'єрів між країнами сприяє вільній торгівлі та росту експорту і імпорту товарів і послуг; створення сприятливих умов для іноземних інвесторів може залучити більше інвестицій у міжнародний бізнес та сприяти розвитку нових проектів; розробка та виконання ефективного регулювання для забезпечення чесної конкуренції, захисту прав споживачів і виконання контрактів є ключовим завданням; зміцнення захисту інтелектуальної власності сприяє стимулюванню інновацій і креативності в міжнародному бізнесі; розробка програм та заходів для підтримки малих та середніх підприємств в їхній міжнародній діяльності сприяє розширенню конкурентного поля; підтримка досліджень і розвитку, створення спеціальних інноваційних центрів та стимулювання впровадження нових технологій в міжнародному бізнесі; заохочення підприємств дотримуватися етичних та соціальних стандартів у своїй діяльності; співпраця між країнами, міжнародними організаціями і форумами для обміну досвідом та спільного розв'язання глобальних проблем; врахування екологічних та соціальних аспектів у міжнародному бізнесі для збереження природних ресурсів і довкілля. Всі ці заходи повинні бути спрямовані на створення більш справедливого, відкритого та конкурентоспроможного міжнародного бізнес-середовища, яке б сприяло розвитку підприємств і сприяло підвищенню якості продукції та послуг.

Список використаних джерел:

1. Зеліч В.В. Конкуренція у міжнародному бізнесі : навчально-методичний комплекс з дисципліни. Ужгород : ДВНЗ «УжНУ», 2015. 76 с.
2. Проведення політики антимонопольного обмеження: світовий досвід. 2015. URL: https://osvita.ua/vnz/reports/gov_reg/18635/
3. Шелудько Е.І. Конкуренція політика як інструмент покращення функціонування ринків промислової продукції. *Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво*. 2020. № 1. С. 86–92.
4. Кондратьєва Н.Б. Конкуренція в ЄС: економіка, політика, право. Ін-т Європи РАН. Доповіді Ін-ту Європи. 2009. № 248. 74 с.
5. Текст лекції навчальної дисципліни «Мікроекономіка» «Ринок досконалої конкуренції». URL: <https://chmnu.edu.ua>
6. Markle K. S., Shackelford D. A. Cross-country comparisons of corporate income taxes. *National Tax Journal*. 2012. № 65(3). P. 493–527.
7. Foundations of Finance. URL: <http://les1.man.ac.uk/accounting/personal/muradoglu/AF2001/outline.htm>
8. Global 2000: the world's largest public companies. URL: <https://www.forbes.com/global2000/#193ff4ac335d>
9. Statistics Overview. URL: <http://www.unctad.org/>
10. The Global Competitiveness Report. URL: <http://www3.weforum.org>

References:

1. Zelich V. V. (2015) Konkurenciya u mizhnarodnomu biznesi: navchalno-metodychnyj kompleks z dyscypliny [Competition in international business: educational and methodological complex of the discipline]. Uzhhorod: Uzhhorod National University, 76 p.
2. Provedennia polityky antymonopolnoho obmezhenia: svitovyi dosvid [Carrying out the policy of antitrust restriction: world experience] (2015). Available at: https://osvita.ua/vnz/reports/gov_reg/18635/
3. Sheludko E. I. (2020) Konkurentna polityka yak instrument pokrashennya rynkiv promy`slvoyi produkciyi [Competitive policy as a tool for improving the functioning of industrial product markets]. *State and regions. Series: Economy and entrepreneurship*, no. 1, pp. 86–92.
4. Kondratyeva N. B. (2009) Konkurenciya v YeS: ekonomika, polityka, pravo. [Competition in the EU: economics, politics, law]. In-t Yevropy RAN. Dopovidi In-tu Yevropy, no. 248, 74 p.
5. Text of the lecture of the discipline "Microeconomics" "Market of perfect competition". Available at: <https://chmnu.edu.ua>
6. Markle K. S., Shackelford D. A. (2012) Cross-country comparisons of corporate income taxes. *National Tax Journal*, no. 65(3), pp. 493–527.
7. Foundations of Finance. Available at: <http://les1.man.ac.uk/accounting/personal/muradoglu/AF2001/outline.htm>
8. Global 2000: the world's largest public companies. Available at: <https://www.forbes.com/global2000/#193ff4ac335d>
9. Statistics Overview. Available at: <http://www.unctad.org/>
10. The Global Competitiveness Report. Available at: <http://www3.weforum.org>

COMPETITIVE ENVIRONMENT OF INTERNATIONAL BUSINESS

Summary. The article examines the peculiarities of the competitive environment of international business. It was determined that the important tools of the modern mechanism of the open economy are the means of economic competition. It was analyzed that the frequency and depth of changes in the strategies of enterprises in international business depend on market success or failure, and the duration of competitive confrontation depends on the extent to which the strategy is suitable for specific market conditions. The competitiveness of enterprises makes it possible to obtain specific indicators for comparing the position of the enterprise. Each company follows its own competitive strategy to gain a better position and benefit from a competitive advantage. It has been determined that the competitive strategies that rival firms can devise and the ways they can determine to implement these strategies are different. The general direction of improving the competitive environment of international business is to improve conditions for international trade and investment, create more favourable rules and ensure a level playing field for all participants of the global market. the competitive environment of international business is a complex of factors, conditions and entities that influence the activities of enterprises in international markets and competition between them. Improving the competitive environment of international business is an important goal for the development of the global economy. The competitiveness of international enterprises is manifested in the achievement of competitive advantages in international competition. The objective necessity, which in practice is a consequence of the economic competition of commodity producers, is the constant acceleration of the processes of renewal of production and products. Carrying out a competitive struggle, the company seeks to find and implement a way to profitably compete in its industry. There are no single and universal competitive strategies for a significant number of competing companies and their competitive advantages. Only strategies that match the conditions of a competitive industry, the skills and capital possessed by a particular enterprise can bring success.

Key words: international competition, competitiveness, international business, competitiveness of international enterprises, competitive environment.