

В целом же, можно отметить рост влияния политических факторов в мировой экономике, напрямую влияющих на экономические показатели развития географических регионов.

Библиографический список

1. Мировая экономика. 10 прогнозов для мировой экономики на 2019 год [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ereport.ru/news.htm>
2. Мировая экономика на пороге 2019 года и влияние основных тенденций ее развития на Россию [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.intercomp.ru>
3. Morgan Stanley: 2019 год станет поворотным для мировой экономики [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.vestifinance.ru>
4. Особенности развития социально-экономических систем в условиях глобализации: монография / под ред. проф. С.В. Куприянова. Белгород: Изд-во БГТУ, 2012. 194 с.
5. Роль инноваций в тренде российской экономики: монография / под ред. проф. С.В. Куприянова. Белгород: Изд-во БГТУ, 2016. 314 с.
6. Трошин А. С. Учет и анализ рисков инвестиционных проектов / А. С. Трошин // Инновации и инвестиции. 2011. № 2. С. 55–57.
7. Трошин А.С., Носов С.М. Биржевые инвестиционные фонды ETF – как инструмент активизации развития реального сектора экономики // Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. 2017. №2. С.255–259.

Рекомендовано кафедрой
менеджмента и внешнеэкономической
деятельности БГТУ

канд. экон. наук, доцент

Ю.Н. Божков,

магистрант

Р.М. Сантуш

Белгородский государственный

технологический университет

им. В.Г. Шухова

О КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ

Одним из важнейших явлений рыночной экономики является конкуренция, которая является гибким инструментом регулирования и развития экономической системы. Благодаря механизму действия конкуренции

происходит взаимодействие спроса и предложения, размещаются и распределяются ресурсы, стимулируется инвестиционная и инновационная деятельность, контролируется поведение экономических субъектов и рыночные отношения на всех иерархических уровнях. Конкуренция выступает в качестве одного из важнейших и необходимых инструментов рыночного механизма, несмотря на то, что сами конфигурации конкуренции не бывают равными на многообразных рынках и в отдельно взятых рыночных ситуациях и странах [1].

По мнению ученых, все количество конкурентных отношений, возникающих в сфере экономики, можно подразделить на четыре уровня: микроуровень (конкретные виды продукции, производства, предприятия); мезоуровень (отрасли, корпоративные объединения предприятий и фирм конгломератного типа); макроуровень (отдельные страны); мегауровень (народно-хозяйственные комплексы, группы стран). Все уровни конкурентных отношений находятся в тесном взаимодействии, поэтому изменения в любом из них приводят к преобразованиям в других и в экономической системе в целом. Так, например, повышение темпов производства определенной продукции влияет на рост макроэкономических показателей и развитие экономики страны [2].

Независимо от уровня или масштаба, на которых рассматриваются конкурентные отношения, ключевым звеном в достижении конкурентоспособности отрасли, страны или народно-хозяйственного комплекса является предприятие. Именно эффективность деятельности предприятия обуславливает состояние вышестоящих конкурентных отношений, при этом характерно, что конкурентоспособность производства, товара, услуги, персонала – это также следствие функционирования предприятия и организации тех процессов, которые происходят на нем. Интеграционные процессы последних лет способствуют более глубокому проникновению в сферу конкурентных отношений и влияния на деятельность субъектов хозяйствования наряду с национальными факторами международных [2]. Поэтому исследования именно международного аспекта конкурентоспособности современного предприятия приобретает сегодня особую актуальность.

Современное мировое экономическое пространство – это сложная и многогранная система, в которой промышленные предприятия, являясь субъектами международных экономических отношений, обеспечивают место страны в международном разделении труда, формируя ее имидж на внешнем рынке.

Внешний рынок как конкурентная среда в сравнении с национальным характеризуется следующими параметрами [3]:

- большая по территориально-географическому признаку площадь;

- большое количество потенциальных поставщиков, потребителей, конкурентов;
- высокий уровень конкуренции;
- высокая степень неопределенности;
- быстрые темпы изменения происходящих процессов;
- регулирование взаимодействия между контрагентами осуществляется через нормы международного права;
- большое влияние оказывают международные организации.

Развитие национальной экономики и участие в интеграционных процессах обуславливают важность исследования вопросов, связанных с обеспечением конкурентоспособности предприятий, осуществляющих деятельность на внешнем рынке. Сами же субъекты хозяйственной деятельности представляют собой основное звено в цепочке, связывающей в единое целое мировое экономическое пространство. А конкурентоспособность выступает важнейшим компонентом рыночного успеха любого бизнеса в долгосрочной перспективе. Чем она выше, тем больше шансы на успех. Одной из важнейших составляющих процесса повышения конкурентоспособности промышленного предприятия на глобальном рынке является экономически грамотный анализ факторов внешней среды [4].

Внешний рынок представляет собой сложную экономическую систему, развитие которой происходит в соответствии с экономическими законами и регулируется международным сообществом. Субъекты внешнего рынка стараются достичь высокого уровня конкурентоспособности и постоянно пытаются поддерживать его. Основная роль в этом процессе принадлежит анализу важнейших факторов конкурентоспособности и умению эффективно их использовать во внешнеэкономической деятельности предприятий [3].

По логике ученых, внутренние конкурентные преимущества предприятия вытекают из внутренней среды, в то же время источником внешних конкурентных преимуществ предприятия является внешняя среда. Конкурентные преимущества современного предприятия основываются на факторах производства и других факторах, которые предоставляет страна базирования, то есть национальная среда. При этом международная среда выступает местом реализации конкурентных преимуществ промышленного предприятия. Поэтому целесообразно при анализе внешней среды предприятия осуществлять двухсторонний подход. Во-первых, с национальных позиций, а именно с точки зрения возможности формирования конкурентных преимуществ предприятия. Во-вторых, анализ среды страны-реципиента – с позиций возможности реализации данных конкурентных преимуществ [3].

Согласно современным подходам термин «конкурентоспособность» имеет ряд сложных и многоаспектных определений. Однако не существует четкой и однозначной трактовки данного понятия. В экономической литературе имеют место универсальные методики оценки конкурентоспособности предприятия, товаров, услуг [5]. К классикам вопросов конкурентоспособности следует отнести труды М. Портера и И. Ансоффа.

В условиях интеграции и глобализации мировой экономики понятие «конкурентоспособность предприятия» приобретает первостепенное значение. Международная экономика является продолжением национальных хозяйственных отношений. Международный бизнес представлен совокупностью частных коммерческих сделок совершаемых без учета территориальных границ государств с перемещением ресурсов, товаров и услуг в мировом пространстве. Развитию международного предпринимательства способствовали следующие предпосылки: расширение производства, создание транснациональных компаний, углубление международного разделения труда, развитие общемирового рынка товаров и услуг, интернационализация капитала и кредитно-денежных отношений и т.д. Международное пространство становится интересным для национальных предпринимателей по ряду причин. Например, в другой стране может быть привлекательный режим инвестирования. Часто статус компании определяется наличием дочерних подразделений в других государствах. Масштабирование бизнеса, увеличение объемов выпуска требует поиска новых рынков сбыта, а значит, выхода на международный уровень отношений. Производство в развитых странах становится все более дорогим по ряду причин, поэтому все чаще основные производственные мощности переносятся в развивающиеся страны с более дешевой рабочей силой и ресурсами. Выход на международный рынок может продлить цикл существования товара, ослабить действие антимонопольной политики внутри государства, сформировать условия для кооперации [4].

Для того чтобы успешно функционировать на международном рынке предпринимателю необходимо обеспечить себе конкурентоспособность в длительном периоде, что позволит усилить активизацию предпринимательской деятельности за рубежом.

Конкурентоспособность предприятия – понятие неоднозначное, спектральное. Вся многогранность толкования данного термина можно обобщить и представить как [5]:

- 1) Свойство объекта, которое проявляет себя в степени удовлетворения потребителя этим объектом в сопоставлении с подобными объектами, функционирующими в данной отрасли и на данном рынке.

2) Умение и возможность сдерживать давление со стороны конкурентных компаний на рынке, на котором все они представляют свою продукцию.

3) Уровень развития определенной организации в сопоставлении с уровнем развития конкурентных организаций по степени удовлетворения потребителя и результативности деятельности.

4) Конкурентоспособность предприятия определяет его интересность для инвестора и инвестирования.

Конкурентоспособность предприятия можно определить и как процесс, в ходе которого проявляется способность организации осуществлять свою деятельность на внешнем рынке, получать доход, достаточный для модернизации производства, внедрения инноваций, стимулирования работников и поддержания качества выпускаемой продукции на высочайшем уровне в соответствии с мировыми стандартами [6].

Относительность такого понятия, как «конкурентоспособность предприятия» подтверждается тем, что, например, одна и та же фирма в региональной отраслевой группе может являться конкурентоспособной, а на мировом рынке – нет. Для того чтобы оценить степень конкурентоспособности одной фирмы по отношению к другим, прежде всего, необходимо определить базовые объекты для сравнения: выбрать фирму-лидера в отрасли страны или в мире. Такой фирме-лидеру должны быть присущи следующие параметры:

- соизмеримость характеристик производимой продукции в части идентичности потребностей, которые она удовлетворяет;
- соизмеримость рыночных сегментов, для которых выпускаемая продукция предназначена;
- соизмеримость фазы жизненного цикла фирмы, в которой она функционирует [7].

Оценить конкурентное преимущество одной фирмы над какой-либо другой можно только тогда, когда обе фирмы удовлетворяют аналогичные потребности потребителей, относящиеся к идентичным рыночным сегментам. При всем этом фирмы должны находиться примерно в одной и той же фазе жизненного цикла. В случае, если заданные условия не соблюдены, сравнение будет являться некорректным.

В общем виде всю совокупность факторов конкурентоспособности предприятия можно разделить на две основные категории: факторы внутренней и внешней среды.

К первой категории традиционно относят такие элементы, как миссия, цели, задачи, стратегия предприятия, организационная структура, аппарат управления, персонал, технологическая база, финансы, инвестиции, инновации, информация и т.д. Очевидно, что факторы внутренней среды акту-

альны как для предприятий, осуществляющих свою деятельность на внутреннем рынке, так и для субъектов внешнеэкономической деятельности. Кроме того, характерным признаком таких факторов является то, что их состояние – это следствие принятых менеджментом предприятия управленческих решений, то есть этой категорией факторов управляют в процессе экономической деятельности [8].

Другая категория факторов конкурентоспособности предприятия – это факторы внешней среды, которые, во-первых, независимы от деятельности конкретного предприятия, а, во-вторых, не одинаковы для субъектов хозяйствования, осуществляющих деятельность на внутреннем и внешнем рынке. Для предприятий, функционирующих в рыночном пространстве своей страны, внешняя среда определяется национальными факторами, к которым относятся: состояние развития экономики; отраслевая структура экономики; уровень государственного регулирования экономики; темпы роста экономики; уровень жизни населения; состояние политической ситуации в стране; наличие источников сырья; емкость внутреннего рынка; уровень конкуренции на рынке тому подобное. Особенностью национальных факторов конкурентоспособности является то, что они влияют на хозяйственных субъектов отдельной страны, осуществляющих свою деятельность на внутреннем и на внешнем рынке [7, 8].

Факторы внешней среды целесообразно систематизировать по четырем уровням: микроуровень, мезоуровень, макроуровень и мегауровень.

На микроуровне расположены факторы, обусловленные деятельностью промышленных предприятий при реализации продукции на рынке страны-реципиента. На эффективность взаимодействия контрагентов из разных стран влияет ряд таких факторов микроуровня, как обеспеченность основными средствами, репутация, уровень технологичности производства и многие другие.

Факторы мезоуровня образуются из особенностей регионального развития промышленного предприятия в материнской стране и потребителей в стране-реципиенте. Отдельные регионы страны часто значительно различаются по экономическим, политическим, культурным и другим признакам, поэтому учет таких особенностей имеет большое значение для предприятий, осуществляющих деятельность на международном рынке.

Влияние факторов макроуровня также играет важную роль для повышения конкурентоспособности предприятий на внешнем рынке, особенно в отношении государственной торговой политики, реализуемой через поддержку отечественного производства, установления санитарных, экологических и других норм и т.п.

Факторы мегауровня влияют на всех участников международной торговли, в частности, субъектов материнской страны и страны-реципиента и

регулируются международными экономическими организациями. В компетенцию надгосударственных органов относят не только экономические, но и политические, социальные, культурные, экологические, правовые и другие сферы международного взаимодействия [7].

Таким образом, конкурентоспособность предприятия на внешнем рынке формируется под влиянием международных и национальных факторов, которые взаимосвязаны и действуют системно. Каждый субъект хозяйственной деятельности, участвующий в конкурентной борьбе на внешнем рынке, должен осознавать роль этих факторов в продуктивном функционировании экономической системы. Залог успеха предприятия заключается в эффективном управлении факторами внутренней среды наряду с оперативной адаптацией к происходящим изменениям во внешней среде.

Библиографический список

1. Глаголев С.Н., Слабинская И.А., Веретенникова И.И., Атабиева Е.Л. и др. Направления совершенствования форм и методов государственного регулирования и экономического стимулирования инвестиционной деятельности: монография. Белгород: Изд-во БГТУ, 2012. 143 с.
2. Особенности развития социально-экономических систем в условиях глобализации: монография / под ред. С.В. Куприянова. Белгород: Изд-во БГТУ, 2012. 194 с.
3. Куприянов С.В., Борзенкова К.С. Организация и техника внешне-экономических операций: учеб. пособие; 2-е изд., доп. и испр. Белгород: Изд-во БГТУ, 2017. 179 с.
4. Роль инноваций в тренде российской экономики: монография / под ред. С.В. Куприянова. Белгород: Изд-во БГТУ, 2016. 314 с.
5. Старикова М.С., Денисова Е.Д., Пономарев И.Н., Новоятлев М.А. Конкурентоспособность экономических систем: проблемы, закономерности, перспективы. Белгород: Изд-во БГТУ, 2018. 71 с.
6. Старикова М.С. Оценка и направления повышения конкурентоспособности отраслей российской промышленности // Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. 2016. № 9. С. 199–204.
7. Щетинина Е.Д., Уварова А.В. Факторы, влияющие на формирование конкурентных преимуществ предприятия в современных условиях // Белгородский экономический вестник. 2017. № 1 (85). С. 31–39.
8. Куприянов С.В., Шаповалов А.А., Божков Ю.Н. Менеджмент. Белгород: Изд-во БГТУ. 2013. 447 с.

Рекомендовано кафедрой
менеджмента и внешнеэкономической
деятельности БГТУ