

Література:

1. Халімон Т.М. Стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство, №10 (2), 2016. С. 117–120.

MODERN SOURCES OF COMPETITIVE ADVANTAGES FOR ENTERPRISES IN INTERNATIONAL ECONOMIC ACTIVITIES

S. D. DEMIROVA, PhD, Associate Professor,
Head of the Department of Industrial Management
Technical University of Varna, Varna, Bulgaria

A. O. MOSKVINA, PhD in Economics, Docent, Associate Professor of the
Department of Economic Theory and International Economics

I. V. STETSENKO, student

O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv, Kharkiv, Ukraine

The development of the global economy, characterized by globalization and increased competition, has led to the necessity of seeking sources for enhancing the international competitiveness of enterprises. Competition among businesses operating in international markets can lead to both their development and crisis situations; therefore, the search for competitive advantages of enterprises, which are the foundation of their international competitiveness, is a relevant issue of today

Competitive advantages are a set of key success factors that distinguish a company from its competitors and contribute to the company's ability to maintain a strong leading competitive position in the market for a certain period of time.

Competitive advantages can be categorized into external, which characterize the market advantage of the company in satisfying consumer needs, and internal, which are based on the functional areas of the company's activities.

Ensuring competitive advantages depends on factors such as access to capital and resources, product quality and cost, key competencies, product range and customer base, new products and technologies, government regulation, innovation creation and implementation, improving and changing competitive advantages, efficient production and resource utilization, and the ability to attract and retain talented personnel, etc. Additionally, large companies have the ability to maximize their competitive advantages in the international market due to their financial resources. They can make strategic investments and expand their global reach. Their ability to use economies of scale can help them become more cost-effective and efficient, gain access to new markets and customers.

In the rapidly changing and evolving modern world, innovative and intellectual competitive advantages are more reliable and effective, especially for companies operating in the international market and seeking to take leading positions on it.

The factors that contribute to the formation of a company's competitive advantages are access to the resources necessary for success, as well as the ability and willingness to constantly make innovative decisions. Innovation plays an important role in creating competitive advantages for 21st-century enterprises. Innovative

competitive advantages that can propel a company to a leading position in the global market may include things such as identifying and utilizing new technologies, creating new products or services, better access to resources, forming strategic partnerships, offering superior customer service, leveraging the digital advantages of the present era, and so on.

Intellectual competitive advantages may include investment in innovative technologies, development of creative business models, creation of effective and flexible processes, and a strong team of talented and dedicated employees, as well as accumulation of the company's intellectual capital. These advantages can help the enterprise stay ahead of competitors and position itself as a leader in the global economic system.

"Intellectual capital" is a term used to describe the intangible assets of an organization, such as knowledge, experience, information, and other skills that can be used to create value and assist the organization in achieving a competitive advantage. This is an important factor in international competitive struggle, which all enterprises can use for their success regardless of their size.

The components of a company's intellectual capital include human, structural (organizational), customer (interface), and social capital, which operate at the personal, micro (enterprise-level), and macroeconomic (national economy) levels. The use of intellectual capital for the development and implementation of innovations is a method for building an organization's competitiveness, which enables it to obtain high-ranking competitive advantages.

In order to create competitive advantages in international economic activity, companies should focus on research to identify new international markets and customers, create effective distribution channels, invest in personnel and new technologies, develop cultural business relations, and develop a global development strategy. The development and implementation of a program aimed at innovative development should become the basis of a new strategic course, as there is no country today where economic competition for leadership in world markets is not associated with innovation. Creating and especially maintaining national competitive advantages and implementing them in the global market economy can only be achieved through innovative development and accumulation of intellectual capital. The implementation of an innovative type of development will allow national enterprises to achieve the necessary level of competitiveness in world markets. This is influenced by the knowledge, skills, competencies, and abilities of the people involved in this process. This also includes attitude, motivation, creativity, that is, the formed and developed human capital of the enterprise, which is a component of intellectual capital. Human capital is a key factor in the growth, development, and provision of competitive advantages of the enterprise, especially in international competitive struggle.

Literature:

1. Kovalenko N. V., Mizyuk S. G. International Competitiveness of the Enterprise: Essence, Main Components, and Sources of Forming Competitive Advantages. *Classic Private University*. 2019. № 2(13). P. 26–30. URL : http://pev.kpu.zp.ua/journals/2019/2_13_uk/6.pdf (Last accessed: 10.02.2023).

2. Porter, Michael E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. The Free Press. Printed in the USA. 1998. URL : [https://www.albany.edu/~gs149266/Porter%20\(1985\)%20-%20chapter%201.pdf](https://www.albany.edu/~gs149266/Porter%20(1985)%20-%20chapter%201.pdf) (Last accessed: 10.02.2023).

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-СИСТЕМ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

І. Б. ГАЛЮК, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри менеджменту та адміністрування
*Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу,
м. Івано-Франківськ, Україна*

Ринкові умови господарювання за стабільної економічної та політичної ситуації завжди є мінливими, та характеризуються відносним рівнем невизначеності.

В умовах війни рівень невизначеності зростає і з'являється потреба застосування більш ретельних способів та методів організації роботи, часові проміжки планування діяльності скорочуються, прогнозні дані характеризуються невеликими часовими горизонтами, комунікаційна політика в межах підприємства потребує змін і набирає ще важливішого значення, робота з колективом вимагає більш частого і тіснішого контакту з працівниками тощо.

Робота бізнес-систем за таких умов переслідує цілі: як мінімум – вижити і не втратити напрацьовані позиції, як максимум – забезпечити певний рівень розвитку. Досягнення і мінімального, і максимально бажаного результату за таких умов є завдання надскладним і потребує застосування виваженої управлінської політики.

На сьогодні бізнес-структури по різному реагують на ситуацію в країні [1]:

- працюють у незмінному режимі - 13 %;
- працюють частково - 28 %;
- майже не працюють - 20 %;
- не працюють, перебувають в очікуванні кращих часів - 35 %;
- бізнес зупинено і не очікується його відновлення – 3 %.

Основними причинами, які не дозволяють відновити бізнес, його власники вбачають у наступному [2]:

- зменшення кількості платоспроможної клієнтури на внутрішньому ринку - 62 %;
- не прогнозованість політичної та економічної ситуації в Україні – 48 %;
- відсутність достатнього капіталу – 43 %;
- дії уряду держави, які можуть призвести до погіршення стану бізнесу – 29 %;
- складність отримання кредитних коштів – 28 %;
- руйнація логістичних ланцюгів постачання – 26 %;
- неефективна до дорога логістика – 23 %

Як бачимо, працює менша половина бізнесу. Ситуація невизначеності породжує природні страхи і переживання, внаслідок яких діяльність тимчасово призупиняється чи бізнес звертається повністю.