

УДК 339.9:339.137.2

DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2021-39-24>

**Приходько В. П.**

*доктор економічних наук, професор,  
завідувач кафедри міжнародних економічних відносин  
Ужгородського національного університету*

**Зозуля М. Ф.**

*студентка  
Ужгородського національного університету*

**Prykhodko Volodymyr**

*Doctor of Science (Economics), Professor.  
Head at the International Economic Relations Department  
Uzhgorod National University*

**Zozulia Mariana**

*Student  
Uzhgorod National University*

## КОНКУРЕНЦІЯ І КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ

**Анотація.** У статті досліджуються питання конкуренції та конкурентоспроможності міжнародних компаній. Визначено, що в умовах глобалізації і транснаціоналізації світової економіки з'являється все більше потужних міжнародних компаній, зокрема транснаціональних корпорацій, які здійснюють вагомий вплив на процес розвитку світової економіки. Проаналізовано особливості діяльності одних з найбільших транснаціональних компаній світу. Цим потужним угрупованням відводиться особлива роль в економіці кожної країни та світу загалом. Значна частина залучених інвестицій та експортно-імпортних операцій багатьох країн залежить в основному від діяльності великих міжнародних компаній. Вони розвиваються неймовірно швидкими темпами, збільшуючи обсяги інвестицій в свої виробничі потужності, диверсифікуючи сферу діяльності, й охоплюють все більше країн. Конкуренція, що лежить в основі всієї системи ринкового господарства, є найважливішим чинником розвитку компаній. У зв'язку з посиленням міжнародної конкуренції кожна компанія здійснює комплекс заходів, спрямованих на подолання негативних наслідків конкуренції та досягнення необхідного рівня конкурентоспроможності на міжнародному ринку.

**Ключові слова:** конкуренція, конкурентоспроможність, міжнародна компанія, транснаціональна корпорація, міжнародний бізнес.

**Вступ та постановка проблеми.** Проблематика конкуренції та конкурентоспроможності компаній не є принципово новою для науки, адже конкуренція є основним принципом ринкової економіки і її найважливішим регулятором. Це той важливий стимул, який спонукає компанії ефективніше використовувати наявні ресурси, модернізувати виробництво, вкладати великі кошти в інновації, шукати нові методи задоволення потреб споживачів і при цьому заробляти більше. Саме тому конкурентоспроможність є найважливішим чинником забезпечення ефективного функціонування та розвитку компаній.

Внаслідок процесів глобалізації та транснаціоналізації світової економіки зростає кількість компаній, які у своїй

господарській і інвестиційній діяльності виходять далеко за межі національних кордонів. Такі компанії є основними суб'єктами в міжнародному бізнесі і здійснюють вагомий вплив на хід розвитку міжнародних економічних відносин. У зв'язку з цим, дослідження конкуренції і конкурентоспроможності міжнародних компаній є актуальним.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичні проблеми конкуренції і конкурентоспроможності досліджувались багатьма вітчизняними і закордонними науковцями. Питанням конкурентної боротьби, розвитку конкуренції як одного з базових принципів ринкової економіки присвячені праці таких відомих зарубіжних учених-економістів, як Г.Л. Азоєв, Ф. Найт, М. Портер, Д. Рікардо,

Дж. Робінсон, А. Сміт, Й. Шумпетер та ін. Серед вітчизняних учених проблеми конкуренції і конкурентоспроможності компаній аналізували такі науковці, як Г.В. Кравчук, О.Б. Пономарьова, М.С. Рахман, А.О. Александрова, С.В. Малихіна, Т.В. Шталь, О.В. Зозульов та ін.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Незважаючи на велику кількість досліджень у цій галузі, питання конкуренції і конкурентоспроможності саме міжнародних компаній залишається недостатньо дослідженим.

**Метою** статті є дослідити сутність і значення конкуренції та конкурентоспроможності компаній. Дати характеристику міжнародним компаніям а також проаналізувати діяльність одних з найбільших міжнародних компаній світу. Визначити особливості конкурентоспроможності міжнародних компаній.

**Результати дослідження.** В економічній науці немає точних даних щодо того, хто вперше ввів термін «конкуренція» в науковий обіг. Саме слово «конкуренція» з латинського «*concurrentia*» перекладається як «змагання», «суперництво».

За визначенням українського економіста С.В. Мочерного, конкуренція – це боротьба між товаровиробниками за найвигідніші умови виробництва і збуту товарів і послуг і за привласнення найбільших прибутків [1, с. 89].

Класики політичної економіки визначили конкуренцію як «змагання заради прибутку». Також влучно є теза Адама Сміта про те, що конкуренція – це суперництво між продавцями та покупцями за найбільш вигідні умови купівлі й продажу. Вона позбавляє учасників ринкового процесу влади над ціною [2, с. 88].

Український економіст Г.М. Филлок зазначав, що в умовах ринкової економіки конкуренція є важливим механізмом економічних зв'язків між виробниками та споживачами. Вона пов'язана з певними витратами (зокрема, з посиленням соціально-економічної диференціації в суспільстві), при цьому забезпечує чималий економічний ефект, стимулюючи зниження цін, підвищення якості та асортименту випускаючої продукції, впровадження науково-технічних досягнень [3, с. 86].

Як зазначив український економіст В.В. Швед, конкуренція є засобом успішного функціонування ринкової економіки, а також економічним процесом взаємодії, взаємозв'язку і боротьби між підприємствами, які намагаються забезпечити кращі можливості збуту своєї продукції, задоволення різноманітних потреб покупців і одержання найбільшого прибутку [4, с. 95].

Таким чином, конкуренція виступає рушійною силою розвитку економіки. Український економіст П.Р. Пуцен-

тейло виокремив низку важливих функцій, які виконує конкуренція в ринковій економіці:

- регулювальна функція. Конкуренція вимагає виготовляти ті товари та послуги, які необхідні споживачеві;
- розподільча функція. Дає змогу розподіляти доходи серед підприємств і фірм залежно від результатів їхньої діяльності. Розподіляє виробництво на певні пропорції, сприяє переливу капіталу між сферами виробництва;
- мотивуюча функція означає, що підприємств повинен розраховувати не тільки на отримання прибутку, але й передбачати ризик своєї діяльності;
- стимулююча функція примушує виробників розширяти вигідні сфери виробництва, збільшувати накопичення та інше [5, с. 123].

Виконуючи наведені функції, конкуренція безпосередньо впливає на ефективність виробництва, підвищуючи його технічний рівень забезпечуючи поліпшення якості та розширення номенклатури продукції.

Розглянемо порівняльну таблицю різновидів конкуренції (див. табл. 1).

Для ринкової економіки найбільш прийнятним є існування вільної конкуренції. Варто зазначити, що навіть найрозвиненіші країни стикаються з проблемою недостатньої конкуренції на ринках деяких видів товарів і послуг. Те саме стосується і міжнародного ринку.

Як зазначив Г.В. Кравчук [6], рівень конкуренції на ринку – це фактор зовнішнього впливу на діяльність організації. Важливим чинником забезпечення ефективного функціонування та розвитку компаній є конкурентоспроможність. Слід зазначити, що серед вчених не існує єдиного визначення поняття «конкурентоспроможність організації».

Конкурентоспроможність організації (країни, галузі) – це складна економічна категорія, під якою розуміють здатність організації (країни, галузі) ефективно функціонувати протягом значного періоду в умовах конкурентного ринку [6].

За визначенням російського економіста Г.Л. Азоева, конкурентоспроможність підприємства (організації) – це можливість ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку [7].

Обов'язковою умовою конкурентоспроможності є виробництво конкурентоспроможних товарів. Тому для забезпечення конкурентоспроможності необхідна систематична робота з усього виробничо-господарського циклу, що приводить до конкурентних переваг у сфері виробництва, науково-технічного прогресу, фінансів, менеджменту, маркетингу.

Висока конкурентоспроможність досягається завдяки рентабельності підприємства, високому прибутку, іннова-

Таблиця 1

Характеристика основних видів конкуренції

Параметри	Досконала конкуренція	Монополістична конкуренція	Олігополія	Монополія
Кількість організацій-конкурентів	Велика кількість	Багато організацій, що виробляють подібні товари/послуги	Декілька	Один продукт і одна організація
Контроль над цінами	Ціни визначаються ринком	Вплив обмежений заміною	Вплив цінового лідера	Практично повний контроль
Товарна диференціація	Продукти не помітні за властивостями та якістю	Продукти диференційовані за сегментами ринку	Істотна для окремих продуктів, незначна – для стандартних	Контроль відсутній
Бар'єри для входження та виходу	Легкий вхід і вихід	Відносно легкий вхід і вихід	Вхід ускладнено необхідністю значних інвестицій	Вхід є практично неможливим

Джерело: складено автором на основі джерела [6]

ціям, швидкому та покращеному технологічному процесу, великій присутності компаній і товарів на міжнародних ринках, ціновій політиці, зовнішньоекономічній діяльності та іншому [8].

Нині не існує розробленої й загально визнаної методики оцінки рівня конкурентоспроможності організації, яка б дозволяла чітко визначати конкурентні позиції однієї організації на ринку в порівнянні з іншими. Відсутній прийнятний набір показників, який може бути покладений в основу методики визначення конкурентоспроможності.

У статті ми досліджуємо питання конкуренції і конкурентоспроможності саме міжнародних компаній. Варто зазначити, що до міжнародних компаній застосовуються такі два поняття: «ТНК» (transnational corporation – (TNC)) та «багатонаціональна корпорація» (multinational corporation – (БНК/MNC)). Зауважимо на те, що, хоча вони часто й використовують як синоніми, все ж між ними є деякі відмінності.

Основна різниця полягає в належності статутного капіталу. У першому випадку він походить з однієї країни, в другому – з двох і більше країн. При цьому, поняття «транснаціональна корпорація» вважається узагальнюючим поняттям для цих двох випадків, і саме ним ми будемо оперувати в цій статті.

Зростання кількості ТНК, їх структурних підрозділів а також збільшення масштабів виробництва і розширення географії їх діяльності відбувається шляхом здійснення цими компаніями прямих іноземних інвестицій (ПІІ).

Також варто зазначити, що на даному етапі однією з основних ознак ТНК є поєднання централізованого управління через один або кілька центрів прийняття рішень із певним рівнем самостійності, яким наділені юридичні особи та підрозділи, що входять до її структури (філії, дочірні компанії, представництва).

Незважаючи на те, що проблематика створення та функціонування ТНК вже декілька десятиріч активно розробляється науковцями, в економічній літературі досі немає єдиного визначення ТНК. Найбільш вживаним нині є визначення Конференції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД). Так, ТНК – це підприємства, які об'єднують юридичних осіб будь-яких організаційно-правових форм і видів діяльності; складаються з материнської компанії та філій цих компаній, розміщених за кордоном. Країна, в якій розташовується штаб-квартира і центральний офіс материнської компанії, є країною базування ТНК, у той час як держави, де розташовуються об'єкти вкладень ТНК (філії, дочірні компанії, представництва), виступають в якості країн-реципієнтів [9].

Відповідно до критеріїв ЮНКТАД [9] можна виділити такі основні ознаки ТНК:

- наявність виробничих потужностей не менше ніж у двох країнах;
- проведення координуючої політики через один або кілька центрів прийняття рішень;
- проведення узгодженої економічної політики і реалізація загальної стратегії розвитку під централізованим керівництвом;
- активна взаємодія виробничих осередків компанії;
- обмін ресурсами і відповідальністю.

Основною тенденцією діяльності ТНК на сучасному етапі є інвестиції в сферу інновацій, науково-дослідні і дослідно-конструкторські роботи, ноу-хау. Слушною є теза А.Г. Мовсеяна та С.Б. Огнівцева про те, що «ТНК здійснюють процес перенесення частини відтворювальних процесів з однієї країни в іншу (інші) за допомогою прямих іноземних інвестицій, які здійснюються з метою

організації філій чи дочірніх компаній чи встановлення контролю над вже існуючими іноземними компаніями» [10, с. 67]. Оскільки, на відміну від портфельних інвестицій, саме ПІІ забезпечують контроль над діяльністю підприємства, ТНК найчастіше здійснюють іноземні капіталовкладення саме в цій формі. Ці процеси забезпечують інтернаціоналізацію і ринків збуту, і виробничих потужностей, і власності.

Основними інвестиційними стратегіями ТНК є:

1. Інвестиції типу «greenfield» (створення підприємства з нуля, забезпечує інвестору найвищий ступінь контролю).
2. Інвестиції типу «brounfield» (інвестиції в існуючі виробничі потужності для початку нової виробничої діяльності).
3. Інвестиції спрямовані на реалізацію угод злиття і поглинання інших компаній (mergers and acquisitions).

Отже, ТНК є основою транснаціоналізації. На даному етапі розвитку економіки вони є основними суб'єктами в світовому інвестуванні. ТНК реалізують свої капіталовкладення в основному у вигляді ПІІ, що забезпечує їм контроль над діяльністю підпорядкованих їм суб'єктів господарювання в інших країнах. Застосовуючи власні інвестиційні стратегії, компанії ефективно інтегрують виробництво, виходять на нові ринки, розширюють сферу діяльності і збільшують вплив на розвиток світової економічної системи.

Конкурентоспроможність ТНК є особливо складною концепцією через те, що в даний час цей тип компаній представляє суб'єктів господарювання, які продовжують розвиватися в контексті процесу інтернаціоналізації та переходу до використання глобальних стратегій.

За сучасних умов глобалізації кількість ТНК постійно зростає, а також зростає їх роль у світі. За даними рейтингу Fortune Global [11], після досягнення рекордно високого рівня у 33,3 трлн доларів доходу у 2020 р., загальний дохід 500 найбільших компаній світу в 2021 р. впав на 4,8% до 31,7 трлн доларів. Такий спад спостерігається вперше за останні 5 років. Причиною цьому став COVID-19, який завдав величезної шкоди світовій економіці, через карантинні обмеження, які діяли майже у всіх країнах. Незважаючи на це, результати діяльності 500 найбільших компаній залишаються суттєвими для світової економіки: сукупний обсяг продажів компаній зі списку дорівнює більш ніж третині світового ВВП. У таблиці подано 10 найбільших компаній світу за версією рейтингу Fortune Global і основні показники їхньої діяльності.

За даними рейтингу Fortune Global [11] 500 найбільших корпорацій світу 2021 р. за рівнем доходу представляють більше ніж 30 країн світу. Серед них високорозвинені країни (США, Японія, країни Західної Європи), країни, що розвиваються (в основному нові індустріальні країни), а також деякі країни з перехідною економікою.

Компанії-лідери, такі як Walmart, Sinopec Group, China National Petroleum та State Grid, вже багато років утримують свої лідерські позиції в цьому рейтингу.

ТНК Walmart – це компанія США, яка спеціалізується на роздрібній торгівлі. Вона представлена в рейтингу уже 25 років і починаючи з 1998 року стабільно входить до 10 найбільших за версією Fortune [12]. Запорука успіху і основна стратегія компанії – це низькі ціни та широкий асортимент товарів.

ТНК State Grid – це китайська державна енергетична компанія, яка забезпечує електроенергією 1,1 млрд людей, тобто 88% жителів найбільш населеної країни світу. За даними офіційного сайту State Grid [13], компанія також

Топ-10 найбільших компаній світу за версією Fortune Global 2021

ТНК	Сфера діяльності	Країна	Дохід (в млрд. доларів)
Walmart	Роздрібна торгівля	США	559,151
State Grid	Електроенергетика	КНР	386,617
Amazon	Електронна комерція	США	386,064
China National Petroleum	Нафтогазовий сектор	КНР	283,957
Sinopec Groupe	Нафтохімічна промисловість	КНР	283,727
Apple	Комп'ютерна промисловість	США	274,515
CVS Health	Сектор охорони здоров'я і фармацевтики	США	268,706
UnitedHealth Group	Сектор охорони здоров'я і страхування	США	257,141
Toyota Motor	Автомобілебудування	Японія	256,721
Volkswagen	Автомобілебудування	Німеччина	253,965

Джерело: розроблено автором на основі даних [11]

володіє та управляє закордонними активами у Філіппінах, Бразилії, Португалії, Австралії, Італії та Греції тощо.

ТНК Amazon [14] є однією з найбільших технологічних компаній, базується в США. Дана компанія надає інтернет-послуги і є лідером у світі у галузі роздрібно торгівлі в інтернеті.

ТНК Sinopec Group – це найбільша державна нафтогазова компанія в Китаї [15]. Основні види діяльності групи Sinopec включають видобуток, зберігання та транспортування нафти, природного газу та вугілля; роздрібну торгівлю нафтопродуктами; проектування, консалтинг, будівництво та монтаж нафтових та нафтохімічних інженерних проектів; НДДКР, виробництво та продаж електричного та механічного обладнання; виробництво та продаж електроенергії. Тобто, можемо побачити, що сфера діяльності даної компанії наймовірно різноманітна.

ТНК China National Petroleum – це державна компанія, є другим за величиною виробником нафти в Китаї, і третя найбільша в світі нафтова компанія. За даними офіційного сайту China National Petroleum [16], компанія здійснює нафтогазові операції в понад 30 країнах світу, має п'ять регіонів нафтогазового співробітництва, чотири транскордонні стратегічні канали постачання нафти та газу та три міжнародні вузли експлуатації нафти та газу.

Технологічна компанія Apple [17] була створена в 1976 році. Apple займається розробленням та виробництвом мобільних телефонів, медіа-пристроїв, персональних комп'ютерів та портативних цифрових музичних плеєрів а також програмного забезпечення.

ТНК Toyota Motor – це велика японська корпорація, що є одним з найбільших автовиробників світу. Була створена в 1937 році як венчурний бізнес. За даними офіційного сайту компанії [18], завдяки дизайнерським та науково-дослідним центрам в Японії, США, Європі, Китаї та Азії, а також численним заводам в Японії, Північній і Південній Америці, Європі, Африці та Азіатсько-Тихоокеанському регіоні Toyota оперативно реагує на постійно мінливі потреби світових ринків і буде транспортні засоби індивідуально для кожного ринку.

ТНК Volkswagen – це німецька корпорація, що є провідним світовим виробником автомобілів. Крім того, Volkswagen Group пропонує широкий спектр фінансових послуг, включаючи фінансування дилерів та клієнтів, лізинг, банківську та страхову діяльність. За даними офіційного сайту компанії [19], Volkswagen Group має 122 виробничі заводи в Північній (5) та Південній Америці (9), Африці (4), Європі (71) та Азії (33).

Загалом в рейтингу і безпосередньо в першій десятці домінують компанії із США і Китаю, як у 2021 р, так і в попередні роки.

Отже, найбільші ТНК у світі за рівнем доходу представлені в таких галузях, як паливно-енергетична галузь, більшість з них перебувають у державній власності, а також в автомобілебудівній галузі. Варто зазначити, що ТНК, яка вже багато років займає першу позицію в рейтингу, спеціалізується на роздрібній торгівлі. Ефективна бізнес-стратегія цієї корпорації робить її конкурентоспроможною, забезпечує їй лідируючу позицію серед інших компаній у даній сфері. Стратегія зарубіжної експансії ТНК забезпечує стрімкий розвиток, доступ до ресурсів та вихід на нові ринки, а інвестиції в НДДКР дозволяє постійно модернізувати виробництво, робити його більш рентабельним, оперативно реагувати на зміни ринку та вивчати потреби споживачів.

Діяльність ТНК має глобальний характер. Ці компанії працюють майже у всіх країнах світу через систему філій та дочірніх підприємств. При цьому, найбільші ТНК за своєю потужністю випереджають деякі окремі країни. Відповідно, вони впливають як на країни розташування своїх потужностей, так і на розвиток світової економічної системи в цілому.

Найточніший опис конкурентоспроможності ТНК дав Гілберт Абрахам Фруа [20], який вважав, що ці компанії мають мислити глобально, але діяти локально. На міжнародному конкурентному ринку акцент робиться на цінності, яка визначається конкурентоспроможністю людського ресурсу, беручи до уваги той факт, що людські ресурси не вичерпуються, і з часом їх цінність не зменшується, а навпаки, їх цінність зростає за умови належного управління та розвитку. При цьому, брак ресурсів, недостатні технологічні можливості та нездатність адаптуватися за допомогою інновацій можуть призвести до того, що компанії, які вважаються внутрішньо конкурентоспроможними, втрачать здатність відповідати міжнародним вимогам конкуренції.

Стратегії розвитку ТНК визначаються ними залежно від сфери діяльності. Тим не менше, ми живемо в епоху інновацій, в якій ТНК виступають найбільшими інвесторами й носями новітніх технологій. Більшість великих ТНК, незалежно від сфери своєї діяльності,кладають великий обсяг інвестицій в інноваційну сферу, новітні розробки та ноу-хау. ТНК розвинених країн розглядають ринки країн, що розвиваються, як джерело економічного зростання й висококваліфікованої робочої сили, в силу чого корпорації дуже часто розташовують свої дослідницькі центри саме в цих країнах. Інвестиції в інновації – є основною тенденцією інвестиційної діяльності ТНК, що в подальшому дасть змогу цим компаніям залишатися конкурентоспроможними.



Конкурентоспроможність ТНК – це складне поняття, яке можна визначити як здатність компанії протистояти конкуренції інших ТНК на глобальному ринку. На конкурентоспроможність компанії значною мірою впливає здатність розуміти та адаптуватися до навколишнього середовища. Щоб визнати компанію конкурентоспроможною, необхідно провести ретельний аналіз як компанії, так і її бізнес-середовища.

ТНК розглядається як конкурентоспроможна за умов, коли вона може адаптувати свою виробництво, менеджмент та маркетинг до місцевого середовища, висуваючи на перший план свої конкурентні переваги.

Таким чином, конкурентоспроможність ТНК передбачає ефективну інвестиційну стратегію розвитку компанії; продуктивність і налагодженість роботи всіх суб'єктів, що входять до її структури; оптимізацію витрат і високу якість продукту; вміння адаптуватися і швидко реагувати на зміни ринку; мобільність; сучасні методи управління і маркетингу.

**Висновки.** Конкуренція як на національному, так і на міжнародному рівнях є основною функціонування ринкової системи господарювання. За її умов компанії за допомогою оптимізації виробничих ресурсів покращують наявні товари і послуги та створюють нові, прагнучи до максимальної реалізації свого економічного потенціалу.

На сучасному етапі найбільшими міжнародними компаніями корпоративного бізнесу є ТНК. ТНК – це могутні корпорації, які у своїй діяльності виходять за межі національних кордонів, можуть функціонувати в одній або більше галузях економіки і мають великий вплив на процес розвитку міжнародних економічних відносин. Ці компанії у своїй діяльності ефективно поєднують централізоване управління з певним ступенем самостійності, яким наділені вхідні в неї структури. ТНК інтегрують своє виробництво, капітал в рамках глобальних і ефективних бізнес-стратегій.

Конкурентоспроможна ТНК являє собою ефективну систему, яка вміє швидко реагувати на потреби ринку. Конкурентоспроможність – це загальний показник, який показує рівень стабільності та стійкості компанії до викликів внутрішнього та зовнішнього середовища, викликів, які стають все більш гострими через прояву феномену глобалізації та розширення діяльності багатьох компаній за межами своєї країни.

В умовах жорсткої конкуренції необхідно використовувати будь-які додаткові конкурентні переваги, які дозволяють підвищити конкурентоспроможність компанії. Транснаціональна конкурентоспроможність досягається ТНК за допомогою складних стратегій управління, шляхом злиття та стратегічних альянсів та сприяння прямим іноземним інвестиціям.

#### Список використаних джерел:

1. Мочерний С.В., Устенко О.А., Чоботар С.І. Основи підприємницької діяльності: Посібник. Київ : ВЦ «Академія», 2003. 280 с.
2. Базилевич В.Д. Економічна теорія. Політекономія. Практикум : навчальний посібник / за ред. В.Д. Базилевич. Київ : Знання, 2010. 494 с.
3. Филлок Г.М. Конкуренція і монополія в епоху глобалізації : монографія / Г.М. Филлок. Житомир : ЖДУ ім. І. Франка, 2011. 404 с.
4. Швед В.В. С.Л. Яблочников Конкурентоспроможність підприємства та особливості їх визначення в сучасних умовах. *Вісник Дніпропетровського університету*. 2013. Випуск 7/1. С. 92–97.
5. Пуцентейло П. Конкуренція як економічна категорія. *Економіка АПК*. 2013. № 4. С. 122–126.
6. Кравчук Г.В. Концептуалізація базових понять конкуренції та конкурентоспроможності страхових компаній. *Вісник Української академії банківської справи*. 2011. № 1. (30) С. 97–101. URL: [https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/download/123456789/62213/5/Kravchuk\\_insurance\\_company.pdf](https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/download/123456789/62213/5/Kravchuk_insurance_company.pdf) (дата звернення: 10.09.2021).
7. Азоев Г.Л. Конкуренція: аналіз, стратегія і практика. Москва : Центр економіки і маркетингу, 1996. 208 с.
8. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія / за заг. ред. О.Г. Янкового. Одеса: Атлант, 2013. 470. URL: [http://oneu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/01/monografiya\\_ep\\_2013.pdf](http://oneu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/01/monografiya_ep_2013.pdf). (дата звернення: 15.09.2021).
9. United Nations Conference on Trade and Development. *UNCTAD* : веб-сайт. URL: <https://unctad.org/en/Pages/Home.aspx> (дата звернення: 20.09.2021).
10. Мовсесян А.Г., Огнівцев С.Б. Мировая экономика : учебник. Москва: Финансы и статистика, 2001. 656 с.
11. Global 500 2021. *Fortune* : веб-сайт. URL: <https://fortune.com/global500> (дата звернення: 07.09.2021).
12. About Us. *Walmart* : веб-сайт. URL: <https://corporate.walmart.com/our-story> (дата звернення: 23.09.2021).
13. About Us. *State Grid* : веб-сайт. URL: [http://www.sgcc.com.cn/html/sgcc\\_main\\_en/index.shtml](http://www.sgcc.com.cn/html/sgcc_main_en/index.shtml) (дата звернення: 06.09.2021).
14. Who We Are. *Amazon* : веб-сайт. URL: <https://www.aboutamazon.com/about-us>. (дата звернення: 22.09.2021).
15. About us. *Sinopec Group* : веб-сайт. URL: <http://www.sinopecgroup.com/group/en/companypofile> (дата звернення: 22.09.2021).
16. About CNPC. *China National Petroleum* : веб-сайт. URL: <http://www.cnpc.com.cn/en/index.shtml> (дата звернення: 19.09.2021).
17. Ethics and Compliance. *Apple* : веб-сайт. URL: <https://www.apple.com/compliance> (дата звернення: 14.09.2021).
18. Overview Company Information. *Toyota Motor* : веб-сайт. URL: [https://global.toyota/en/company/?padid=ag478\\_from\\_header](https://global.toyota/en/company/?padid=ag478_from_header) (дата звернення: 20.09.2021).
19. Group. *Volkswagen* : веб-сайт. URL: <https://www.volkswagenag.com/en/group.html> (дата звернення: 20.09.2021).
20. Approaching competitiveness at the level of multinational companies. *Annals of the University of Petroșani*. 2011. № 11(4). С. 223–232. URL: <https://www.upet.ro/annals/economics/pdf/2011/part4/Nita-Dura.pdf> (дата звернення: 19.09.2021).

#### References:

1. Mocherniy S.V., Ustenko O.A., Chobotar S.I. (2003) *Osnovy pidpryjemnyckoji dijalnosti: Posibnyk* [Fundamentals of Entrepreneurship: A Guide]. Kyiv: Akademiya. (in Ukrainian)
2. Bazylevych V.D. (2010) *Ekonomichna teoriya. Politekonomija. Praktykum: navchalnyj posibnyk* [Economic theory. Political economy. Workshop: textbook]. Kyiv: Znannja. (in Ukrainian)
3. Fyljuk Gh.M. (2011) *Konkurencija i monopolija v epokhu globalizaciji: monoghrafija* [Competition and monopoly in the era of globalization: a monograph]. Zhytomyr: Ivan Franko Zhytomyr State University. (in Ukrainian)
4. Shved V.V. (2013) *Konkurentospromozhnistj pidpryjemstva ta osoblyvosti jikh vyznachennja v suchasnykh umovakh* [Competitiveness of the enterprise and features of their definition in modern conditions]. *Bulletin of Dnipropetrovsk University*, vol. 7/1, pp. 92–92.

5. Pucentejlo P. (2013) Konkurencija jak ekonomichna kategorija [Competition as an economic category]. *Ekonomika APK* [Economics of agro-industrial complex], pp. 122–126.
6. Kravchuk Gh. V. (2011) Konceptualizacija bazovykh ponjatj konkurenciji ta konkurentospromozhnosti strakhovykh kompanij [Conceptualization of basic concepts of competition and competitiveness of insurance companies]. *Visnyk Ukrajinsjkoji akademiji bankivsjkoji spravy* [Bulletin of the Ukrainian Academy of Banking] (electronic journal). Available at: [https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/62213/5/Kravchuk\\_insurance\\_company.pdf](https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/62213/5/Kravchuk_insurance_company.pdf) (accessed 10 September 2021).
7. Azoev Gh.L. (1996) *Konkurencyja: analiz, strateghyja y praktyka* [Competition: Analysis, Strategy and Practice]. Moscow: Center for Economics and Marketing (in Russian)
8. Jankovyj O.Gh. (2013) Konkurentospromozhnistj pidprijemstva: ocinka rivnja ta naprjamy pidvyshhennja [Competitiveness of the enterprise: assessment of the level and directions of improvement]. *Odesjkyj nacionaljnyj ekonomichnyj universytet* [Odessa National Economic University]. Available at: [http://oneu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/01/monografiya\\_ep\\_2013.pdf](http://oneu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/01/monografiya_ep_2013.pdf) (accessed 15 September 2021).
9. United Nations Conference on Trade and Development. *UNCTAD (electronic journal)*. Available at: <https://unctad.org/en/Pages/Home.aspx> (accessed 20 September 2021).
10. Movsesjan A.Gh., Oghnyvcev S.B. (2001) *Myrovaja ekonomyka: uchebnyk* [World economy: textbook]. Moscow: Finance and statistics (in Russian)
11. Global 500 2021. *Fortune* (electronic journal). Available at: <https://fortune.com/global500> (accessed 7 September 2021).
12. About Us. *Walmart* (electronic journal). Available at: <https://corporate.walmart.com/our-story> (accessed 23 September 2021).
13. About Us. *State Grid* (electronic journal). Available at: [http://www.sgcc.com.cn/html/sgcc\\_main\\_en/index.shtml](http://www.sgcc.com.cn/html/sgcc_main_en/index.shtml) (accessed 6 September 2021).
14. Who We Are. *Amazon* (electronic journal). Available at: <https://www.aboutamazon.com/about-us> (accessed 22 September 2021).
15. About us. *Sinopec Group* (electronic journal). Available at: <http://www.sinopecgroup.com/group/en/companyprofile> (accessed 22 September 2021).
16. About CNPC. *China National Petroleum* (electronic journal). Available at: <http://www.cnpc.com.cn/en/index.shtml> (accessed 19 September 2021).
17. Ethics and Compliance. *Apple* (electronic journal). Available at: <https://www.apple.com/compliance> (accessed 14 September 2021).
18. Overview Company Information. *Toyota Motor* (electronic journal). Available at: [https://global.toyota/en/company/?padid=ag478\\_from\\_header](https://global.toyota/en/company/?padid=ag478_from_header) (accessed 20 September 2021).
19. Group. *Volkswagen* (electronic journal). Available at: <https://www.volkswagenag.com/en/group.html> (accessed 20 September 2021).
20. Approaching competitiveness at the level of multinational companies. *Annals of the University of Petroșani*. 2011. № 11(4). P. 223–232. Available at: <https://www.upet.ro/annals/economics/pdf/2011/part4/Nita-Dura.pdf> (accessed 19 September 2021).

## КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ МЕЖДУНАРОДНЫХ КОМПАНИЙ

**Аннотация.** В статье исследуются вопросы конкуренции и конкурентоспособности международных компаний. Определено, что в условиях глобализации и транснационализации мировой экономики появляется все больше мощных международных компаний, в частности транснациональных корпораций, осуществляющих значительное влияние на ход развития мировой экономической системы. Проанализированы особенности деятельности одних из крупнейших транснациональных компаний мира. Этим мощным группировкам отводится особая роль в экономике каждой страны и мира в целом. Значительная часть привлеченных инвестиций и экспортно-импортных операций многих стран зависит в основном от деятельности крупных международных компаний. Они развиваются невероятно быстрыми темпами, увеличивая объемы инвестиций в свои производственные мощности, диверсифицируя сферу деятельности, и охватывают все больше стран. Конкуренция, которая лежит в основе всей системы рыночного хозяйства, играет важную роль в деятельности этих компаний. В связи с усилением международной конкуренции, каждая компания осуществляет комплекс мер, направленных на преодоление негативных последствий конкуренции и достижения необходимого уровня конкурентоспособности на международном рынке.

**Ключевые слова:** конкуренция, конкурентоспособность, международная компания, транснациональная корпорация, международный бизнес.

## COMPETITION AND COMPETITIVENESS OF INTERNATIONAL COMPANIES

**Summary.** This article examines the issues of competition and competitiveness of international companies. Competition, both nationally and internationally, is a fundamental principle of a market economy. In a competitive environment, by optimizing production resources, companies improve existing goods and services and create new ones, helping to maximize the realization of their economic potential. Competitiveness is a general indicator that shows the level of stability of the company to the challenges of internal and external environment. It was determined that in the context of globalization and transnationalization of the world economy, there are more and more powerful international companies, including multinational corporations, which have a significant impact on the development of the world economy. We analyzed the activities and characteristics of some of the largest multinational companies in the world. This powerful group plays a special role in the economy of each country and the world as a whole. A significant part of the attracted investments and export-import operations of many countries depends mainly on the activities of large international companies. These companies in their activities effectively combine centralized management with a certain degree of independence of their subsidiaries. They grow incredibly fast, increasing investment in their production capacity, diversifying the scope of activities, and covering more and more countries. These companies integrate their production, capital within global and effective business strategies. Competition bolsters the productivity and international competitiveness of the business sector and promotes dynamic markets and economic growth. The competitiveness of an international company means an effective foreign direct investment strategy, productivity and organization of work of all subjects which are a part of its structure, cost optimization and high product quality, ability to adapt and react quickly to market changes, mobility, modern methods of management and marketing. Due to the intensification of international competition, each company implements a set of measures aimed at overcoming the negative effects of competition and achieving the required level of competitiveness in the international market.

**Key words:** competition, competitiveness, international company, multinational corporation, international business.