

### **Список використаних інформаційних джерел**

1. Дані про офіційний канал Agulife [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/user/AgushaRussia/about>. – Назва з екрана.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг. – Москва : Вильямс, 1998. – 1056 с.
3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер. – Москва : Вильямс, 2006. – 464 с.
4. Котлер Ф. Маркетинг XXI век / Ф. Котлер. – Санкт-Петербург : Нева, 2015. – 398 с.
5. Ламбен Ж.-Ж. Стратегічний маркетинг. Європейська перспектива / Ж.Ж. Ламбен. – Санкт-Петербург : Наука, 1996.
6. Чернатони Л. Брендинг. Как создать мощный бренд / Л. Чернатони, М. МакДональд. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 271 с.
7. Best Global Brands 2013 Report [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://interbrand.com/wp-content/uploads/2015/08/Interbrand-Best-Global-Brands-2013.pdf>. – Назва з екрана.
8. Best Global Brands 2015. Report [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://interbrand.com/wp-content/uploads/2016/02/Best-Global-Brands-2015-report.pdf>. – Назва з екрана.
9. Best Global Brands 2017 Ranking [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://interbrand.com/best-brands/best-globa/brands-/2017/ranking>. – Назва з екрана.
10. Best Global Brands 2018 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://www.interbrand.com/wp-content/uploads/2018/10/Interbrand\\_Best\\_Global\\_Brands\\_2018.pdf](https://www.interbrand.com/wp-content/uploads/2018/10/Interbrand_Best_Global_Brands_2018.pdf). – Назва з екрана.
11. Keller K. L. Strategic brand management. – NY., 2011.

### **ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КОМПАНІЇ «ADIDAS AG» В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

***В. І. Блоха, студентка 6 курсу спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини освітня програма «Міжнародні економічні відносини» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти***  
***І. А. Артеменко, к. е. н., доцент – науковий керівник***

**Анотація.** У статті розглянуто основні фактори міжнародної конкурентоспроможності компаній, а також здійснено аналіз міжнародної конкурентоспроможності компанії «ADIDAS AG» в умовах економічної глобалізації.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, світовий ринок, глобалізація, ринок спортивних товарів, міжнародна конкуренція.

## PECULIARITIES OF INTERNATIONAL COMPETITIVENESS OF «ADIDAS AG» IN THE ECONOMIC GLOBALIZATION CONDITIONS

**Abstract.** The article considers the main factors of international competitiveness, as well as the analysis of the international competitiveness of «ADIDAS AG» is carried out in the context of economic globalization.

**Keywords:** competitiveness, world market, globalization, sports goods market, international competition.

**Постановка проблеми.** Реальністю сьогодення стала глобалізація, котра охоплює всі підприємства незалежно від рівня їх розвитку. Національна економіка не може розвиватися, здобувати високий конкурентний статус, базуючись тільки на власній матеріально-технічній базі, в замкнутому циклі. Світовий розвиток передбачає відкритість національних кордонів для вільного переміщення факторів виробництва, робочої сили, інформації, технології. Забезпечення конкурентоспроможності об'єктивно є основним завданням розвитку стратегій будь-якого підприємства. Сучасні світові процеси вимагають від підприємства здатності швидко адаптуватися до глобальної конкуренції, що стає найважливішою умовою його успішного і сталого розвитку, тому основним пріоритетом компанії «Adidas AG» має бути швидка реакція на зміни ринку та забезпечення власної конкурентоспроможності та розвитку в умовах економічної глобалізації.

**Аналіз основних досліджень і публікацій.** Значний вклад у дослідження проблем міжнародної конкуренції внесли такі зарубіжні вчені, як М. Портер, Н. Ячестова, А. Кузнецов, К. Конрад, Ч. Гілл, Дж. Майер, а також вітчизняні – М. Кліменко, Н. Горбаль, А. Румянцев, О. Піддубний, І. Должанський, Т. Загорна.

**Метою статті** є аналіз конкурентоспроможності компанії «Adidas AG» в умовах економічної глобалізації.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Міжнародна конкурентоспроможність є невід'ємною властивістю світового ринку й однією з найважливіших характеристик інтернаціоналізації господарського життя та зростаючого впливу світового ринку на національні ринки [2]. Розвиток науково-технічного прогресу має великий вплив на зростання сучасної міжнародної конкурентоспроможності, адже цьому сприяють наступні фактори [3]:

- перехід країн до ринкових методів господарювання, до стратегії відкритості, до поглиблення орієнтації на світовий ринок і зростання ролі науково-технічного прогресу;
- продуктивність праці, адже чим вона вища, тим вище конкурентоспроможність продукції, галузі та країни в цілому.

Необхідно виділити дві основні сторони міжнародної конкурентоспроможності – конкуренція продуктів і конкуренція компаній. Конкурентоспроможність компанії на міжнародному ринку передбачає можливість використання нею тих активів, які можуть стати конкурентними перевагами. Забезпечення конкурентоспроможності компанії в умовах глобалізації в 21 столітті набуло особливої значимості, оскільки глобалізація є визначальною рисою розвитку світової економіки, яка все більше посилює залежність економік країн від зовнішнього ринку.

Основними конкурентами на ринку виробництва спортивних товарів на теперішній час є три найвпливовіші компанії спортивної індустрії – «Adidas AG», «Nike», «Puma» та менш впливова – «Reebok». «Adidas AG» – світовий лідер у виробництві спортивних товарів. Компанія володіє власним інститутом з розробки нових технологій, що дозволяє продукції «Adidas AG» бути унікальною, крім того використовує і технології інших виробників. Основна діяльність фірми «Adidas AG» – це діяльність з виробництва товарів спортивної і близько спортивної орієнтації, забезпечення потреб споживача в них, розвиток каналів збуту товарів для задоволення цих потреб, з метою отримання прибутку [4]. Основними конкурентами компанії на сучасному ринку спортивних товарів є «Nike» та «Puma». Бренд «Adidas» давно вже є синонімом комфортного та зручного спортивного одягу, а також різних аксесуарів. Компанія випускає практичний одяг, застосовуючи найсучасніші інновації та різні методики виробництва. «Adidas AG» це не тільки великі міжнародні корпорації, але також і сотні тисяч компаній середнього і малого бізнесу, що забезпечують мільйони робочих місць і вносять вагомий вклад у ВВП своїх держав. Серед факторів, що пояснюють високу міжнародну конкурентоспроможність на ринку спортивної індустрії і дозволяють вважати компанію однією з ключових в Європі, можна виділити наступні [5]:

- популяризація спортивного способу життя;
- велика кількість потенційних покупців;
- новітні моделі товарів;
- залучення відомих людей, для реклами продукції.

Аналізуючи конкурентоспроможність компанії «Adidas AG» за SWOT-аналізом бачимо, що компанія має більше сильних сторін, ніж слабких, як і можливостей більше ніж загроз у своїй діяльності, що свідчить про її достатню конкурентоспроможність та лідируючі позиції на ринку спортивних товарів. За моделлю Портера [1], очевидно, що компанія «Adidas AG» має задовільні фактори впливу, (наприклад, якість, нові технології і т.д), що доводить її вдалу бізнес-стратегію на ринку спортивних товарів. Компанії «Adidas AG» при продажу існуючого товару на ринках використовує стратегію розвитку товару, тобто

поліпшення та модернізація існуючих товарів та цінову стратегію, яка передбачає, що на початковому етапі життєвого циклу продукту встановлюються високі ціни, а потім новий продукт виводиться в сегменти ринку, які характеризуються найменшою еластичністю попиту за цінами.

**Висновки.** На сьогоднішній день компанія «Adidas AG» посідає 3 місце за вартістю бренда за версією журналу Forbes 2019 року. На протязі вже більше 110 років компанія «Adidas AG» є символом успіху в світі спорту та намагається утримувати свої конкурентні позиції на ринку спортивних товарів. Швидкі темпи розвитку цього сегменту та поява нових конкурентів, спонукають компанію «Adidas AG» використовувати нові стратегії та методи в своїй діяльності. Аби бути конкурентоспроможною, компанії доцільно було б впровадити такі рекомендації: просування інтернет-магазинів; моніторинг конкурентів; зниження цін на товари.

#### *Список використаних інформаційних джерел*

1. Портер М. Ю. Конкурентна перевага / Ю. М. Портер. – 2005. – С. 343–344.
2. Кліменко І. М. Генезис сутності та трактування поняття конкурентоспроможності підприємства : Економічний вісник / І. М. Кліменко. – 2016. – С. 143–150.
3. Білоусько Т. Ю. Вибір матричних методів в обґрунтуванні стратегії розвитку підприємства [Електронний ресурс] / Т. Ю. Білоусько. – Режим доступу: [http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe). – Назва з екрана.
4. Історія компанії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://gau.ua/uk/dosvid/istoriya-kompanii-adidas>. – Назва з екрана.
5. Офіційна сторінка компанії Adidas [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.adidas.ru>. – Назва з екрана.

### **ОСОБЕННОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ «SANOFI SA»**

*А. Гогчян, студент 6 курса специальности 292 Международные экономические отношения образовательная программа «Международные экономические отношения» по второму (магистерскому) уровню высшего образования*

*Н. Г. Базавлук, доцент кафедры международной экономики и международных экономических отношений – научный руководитель*

**Аннотация.** В статье определены современные особенности инвестиционной деятельности компании «Sanofi SA». Проанализированы основные направления деятельности корпорации.