

## ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОЮ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

*Нікітіна А.В., к.е.н., доцент, доцент кафедри міжнародної економіки та менеджменту ЗЕД*

*Харківський національний економічний університет ім. Семена Кузнеця*

*Недяк А.Р., магістрант 2-го року навчання*

*Харківський національний економічний університет ім. Семена Кузнеця*

Конкурентоспроможність підприємства є однією з найважливіших категорій ринкової економіки і характеризує можливість та ефективність адаптації підприємства до умов конкурентного середовища. У зв'язку з цим обґрунтування підходів до її дослідження з метою наступної розробки системи заходів для зміцнення позиції та досягнення конкурентних переваг підприємства є актуальним.

Питанням підвищення конкурентоспроможності на різних рівнях присвячено чимало ґрунтовних наукових праць в українській і світовій економічній науці. Вагомий внесок в розробку цього напрямку науки здійснили такі відомі українські науковці, як Л. Антонюк, О. Білорус, В. Гальчинський, В. Геєць, В. Дергачова, О. Кузьмін, Ю. Пахомов та інші. У зарубіжній науковій літературі дана проблематика висвітлювалась в працях І. Ансоффа, Дж. К. Грейсона, Ю. Іванова й інших.

Конкурентоспроможність в цьому контексті стає головним показником виміру здатності підприємства задовольняти потреби покупців, отримувати прибуток та ефективно функціонувати у майбутньому. За допомогою конкурентоспроможності підприємство забезпечує власну економічну безпеку, виживає у складному і швидко мінливому середовищі, та має передумови до ефективного функціонування у майбутньому.

Конкурентоспроможність – це комплексна характеристика здатності суб'єкта господарювання ефективно конкурувати на ринку за умови зростання конкурентного потенціалу [1]. Ключовими особливостями конкурентоспроможності підприємства як економічної категорії є: порівняльний характер (відносна оцінка); короткострокові та довгострокові складові; залежність від конкурентоспроможності товару; залежність від ефективності функціонування підприємства [2].

Можливість підприємства конкурувати на певному ринку безпосередньо залежить від конкурентоспроможності продукції і сукупності економічних методів діяльності фірми. Таким чином, необхідність оцінки конкурентоспроможності підприємства обумовлена тим, що виробник може самостійно оцінити свою реальну й потенційну здатність проектувати, виготовляти, реалізовувати, економічно й матеріально забезпечувати, обслуговувати виготовлену продукцію.

Під управління конкурентоспроможністю міжнародною конкурентоспроможністю варто розуміти процес планування, забезпечення,

підтримання необхідного рівня та підвищення конкурентоспроможності за допомогою зконцентрованого впливу на чинники та умови як зовнішнього так і внутрішнього середовища, що формують конкурентоспроможність.

Метою управління міжнародною конкурентоспроможністю суб'єкта господарювання є процес формування та реалізації системи управлінських рішень, які направлені на підвищення конкурентних переваг підприємства і результатів діяльності в умовах міжнародного ринку. Пріоритетність зміни чинників конкурентоспроможності продукції залежить від рівня соціально-економічного розвитку суспільства, характеристик ринків збуту продукції, світових циклів розвитку, вимог потенційних споживачів та можливостей виробників [3].

Механізм управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства базується на таких положеннях:

- системна природа й факторне різноманіття конкурентоспроможності підприємства обумовлюють концептуальну важливість синтезу її управлінських моделей із багаторівневим ієрархічним механізмом продукування рішень;
- в умовах глобальної конкуренції об'єктивно необхідним є комплексне узгодження інтересів і цілей та інтегрування потенціалів державного і корпоративного рівнів управління конкурентоспроможністю підприємства;
- керуюча система управління конкурентоспроможністю підприємства є єдиним розпізнавально-адаптивним комплексом із послідовним зниженням невизначеності у продукуванні рішень, зростанням інформаційної потужності та глибини адаптації;
- дієвість системи управління конкурентоспроможністю підприємства забезпечує нарощування різноманітності її координатора та формування модуля вибору зі спеціалізованою базою даних (прецедентів);
- оперативне корегування процесу управління конкурентоспроможністю підприємства забезпечується множиною зворотних зв'язків, що охоплюють усі рівні управління.

На сучасному етапі розвитку світогосподарських процесів чіткою є тенденція прогресуючої інституціоналізації конкурентоспроможності підприємства із формуванням різних її інституційних моделей і конфігурацій, що істотно модифікує якісний зміст об'єкта управління та механізм зміни його станів і обумовлює потребу синтезу системи управління конкурентоспроможністю підприємства з інтегрованим використанням потенціалів державного та корпоративного рівнів управління.

### **Література:**

1. Гринько Т. В. Механізм формування конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на міжнародних ринках. Кривий Ріг: Видавничий дім, 2005. 324 с.
2. Білорус О., Мацейко Ю. Конкурентоспроможність у сучасному глобальному світі. *Економічний часопис XXI*. 2002 (№ 9). С. 12–21.

## **ПЛАНУВАННЯ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА**

*Нікітіна А.В., к.е.н., доцент, доцент кафедри міжнародної економіки та менеджменту ЗЕД,  
Харківський національний економічний університет ім. Семена Кузнеця  
Черненко В.А., магістрант 2-го року навчання  
Харківський національний економічний університет ім. Семена Кузнеця*

За умов глобалізаційних та інтеграційних процесів, які відбуваються в українській та світовій економіці та намагання України посилити свою позицію як конкурентоздатного суб'єкта світових економічних відносин, постає нагальна потреба в удосконаленні механізму зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств. Саме тому держава повинна більше уваги приділяти стимулюванню виходу суб'єктів господарських відносин на зовнішні ринки та в той же час приймати заходи щодо захисту вітчизняного товаровиробника на внутрішньому ринку. У цих заходах має простежуватися зведений підхід, перш за все, з економічної точки зору щодо сприяння зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

Зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД), тобто міжнародний обмін товарами й послугами, належить до числа найбільш давніх форм міжнародних відносин [1]. До неї також належать рух капіталу, міжнародна міграція робочої сили, міжнародні валютні відносини.

Управління зовнішньоекономічної діяльності пов'язано із застосуванням загальних ідей і концепцій менеджменту у всіх формах зовнішньоекономічної діяльності (експорті й імпорту товарів і послуг, лізингових операціях, прямому інвестуванні тощо). Сутність менеджменту зовнішньоекономічної діяльності полягає в комплексному дослідженні та моделюванні міжнародного середовища у поєднанні з налагодженою взаємодією всіх підрозділів і посадових осіб організації або установи в інтересах продуктивного досягнення визначених зовнішньоекономічних стратегій [2].

Планування являється важливою частиною менеджменту ЗЕД, основною її функцією. Підприємство, яке не вміє планувати чи не вважає потрібним це робити, навряд чи може досягнути серйозних успіхів в своєму розвитку. Звичайно, планування – не панацея від усіх бід, проте уважний підхід до цього важливого етапу роботи створює основу для успішної діяльності підприємства як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку.

Процес планування може бути виражений такими етапами, які зображена на рис. 1.

Планування ЗЕД являється об'єктивно необхідним для будь-якого підприємства-суб'єкта ЗЕД. Це визначається насамперед:

– прагненням підприємств, функціонуючих в умовах глобалізації ринку, одержати додатковий прибуток за рахунок більш повного використання переваг міжнародної праці, міжнародної економічної інтеграції; передбачити