

УДК 658.821

## СТРАТЕГІЧНА СПРЯМОВАНІСТЬ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОЮ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

Уткіна Ю. М., к.е.н, доцент (УкрДАЗТ)

У статті розглянуто питання підвищення стратегічної спрямованості управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства з урахуванням специфічних умов їх зовнішньоекономічної діяльності.

**Ключові слова:** стратегія, стратегічний розвиток, міжнародна конкурентоспроможність, конкурентні переваги, зовнішній ринок

**Постановка проблеми та її зв'язок з науковими чи практичними завданнями.** Процеси глобалізації суттєво посилюють роль критерію міжнародної конкурентоспроможності підприємств у їх боротьбі на світових ринках. На ґрунті цих процесів у зарубіжних країнах здійснюються широкомасштабне впровадження висококreatивних моделей управління міжнародною конкурентоспроможністю фірм і корпорацій, виокремлення його у самостійний контур системи менеджменту та перетворення в одне з найбільш пріоритетних завдань державної економічної політики.

У площині цих зовнішніх реалій проблема підвищення міжнародної конкурентоспроможності промислових підприємств України набуває нового змісту і вимагає нового аналітичного інструментарію її осмислення та розв'язання. Наслідком трансформаційних процесів в економіці України стало послаблення організаційних основ управління міжнародною конкурентоспроможністю вітчизняних підприємств, що посилює загрозу їх витіснення зарубіжними конкурентами як на внутрішньому ринку України, так і на закордонних ринках. У зв'язку з цим особливої актуальності набувають питання системної організації та посилення стратегічної спрямованості управління міжнародною конкурентоспроможністю вітчизняних підприємств.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Вагомий внесок у дослідження проблеми розвитку управління конкурентоспроможністю підприємств на внутрішньому та зовнішньому ринках, у тому числі міжнародною конкурентоспроможністю українських підприємств, висвітлено у роботах таких вчених як: Дикань В. Л. [2], Жук М. В., Бауліна Т. В. [3], Балабанові Л. В., Холод В. В. [4], Піддубна Л. І. [6], Рубін Ю. Б. [7], Сіваченко І. Ю. [10], Фатхутдинов Р. А. [11]. Окремі питання стратегічного управління розглянуто у працях Соболева Ю. В., Дикань В. Л., Дейнеки О. Г. та Позднякової Л. О [8], Федулової Л. І. [9].

**Виділення невирішених частин загальної проблеми.** Незважаючи на наявність певного наукового доробку, дискусійними залишаються

питання дослідження підвищення стратегічної спрямованості управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства з урахуванням специфічних умов їх зовнішньоекономічної діяльності.

**Метою статті** є дослідження напрямків підвищення міжнародної конкурентоспроможності промислових підприємств України з огляду на проблеми та перспективи їх міжнародного розвитку.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Міжнародна конкурентоспроможність підприємства – це його здатність створювати та реалізовувати продукцію, цінові й нецінові якості якої більш привабливі, ніж в аналогічній продукції конкурентів на зовнішньому ринку.

Реалії сьогодення свідчать про те, що існує проблема щодо створення та забезпечення подальшого зростання рівня міжнародної конкурентоспроможності підприємств при виході на зарубіжні ринки. Вона пов'язана, в першу чергу, з відсутністю необхідних знань та навиків щодо створення ефективної системи формування стратегії управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства.

Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства означає застосування певного комплексу заходів, спрямованих на протистояння різноманітним зовнішнім факторам впливу та подолання негативних наслідків конкуренції з метою досягнення бажаного рівня конкурентоспроможності на міжнародному ринку. Основною його метою є забезпечення сталого функціонування підприємства за будь-яких економічних, політичних, соціальних умов на зовнішньому ринку.

При розробці стратегії забезпечення конкурентоспроможності на зовнішньому ринку підприємства проходять наступні етапи управління.

1 Моніторинг конкурентного середовища міжнародного ринку. Даний етап передбачає дослідження основних факторів зовнішнього ринку для визначення можливостей і загроз підприємства, ступеня інтенсивності конкуренції на зовнішньому ринку, рівня «вхідного бар'єру».

2 Оцінка конкурентоспроможності підприємства, його продукції та основних конкурентів на зовнішньому ринку, що полягає у визначенні основних ключових факторів успіху підприємства, конкурентних переваг, які можуть забезпечити йому успішне функціонування та довгострокове випередження конкурентів на зовнішньому ринку.

3 Реалізація стратегії управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства полягає у прийнятті рішення, якими засобами підприємство буде досягати поставлених цілей.

4 Оцінка і контроль реалізації визначеної стратегії управління конкурентоспроможністю підприємства на зовнішньому ринку.

Кожен з перелічених етапів управління конкурентоспроможністю підприємства на зовнішніх ринках передбачає виконання певної низки завдань, ефективність виконання яких залежить від ряду факторів, до яких зокрема належать існування та перспектива появи підприємств, що будуть мати певні «know-how» у сфері управління, безпосередній вплив постачальників та споживачів продукції на потужність конкуренції тощо. Виходячи з цього, слід зазначити той факт, що в процесі здійснення процесу управління перед підприємствами зазвичай постає цілий ряд ускладнень.

Серед сучасних проблем управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств можна виділити наступні:

- нестійка економічна ситуація в державі, недосконала політика уряду щодо підтримки міжнародної конкурентоспроможності підприємств;

- недостатність інформаційного забезпечення при організації управління конкурентоспроможністю, слабкий кадровий потенціал, слабе впровадження у виробництво результатів науково-технічних досліджень у порівнянні з конкурентами на зарубіжних ринках;

- відсутність конкурентної стратегії, орієнтованої на певні цільові групи споживачів, розробленої з урахуванням конкурентних переваг та існуючих можливостей підприємства.

Очевидно, що питання щодо виходу українських підприємств на зарубіжні ринки у сучасних умовах постає досить гостро. Водночас на даному етапі світового розвитку існують значні можливості для цього, у наявності є все, що потрібно для стабільної та ефективної зовнішньоекономічної діяльності підприємства, яка можлива тільки за умови створення дієвого механізму стратегічного управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства.

**Висновки даного дослідження і перспективи подальших робіт у цьому напрямку.** Для вирішення проблем щодо стратегічного управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства варто рахуватися з основними факторами, які тим чи іншим чином впливають на

діяльність підприємства на міжнародних теренах. А саме слід оперативно розв'язувати основні проблеми, що пов'язані з виробництвом продукції та її оновленням, працювати над підвищенням якості продукції; постійно здійснювати моніторинг ринку; вести ретельну координацію усіх сфер діяльності, а також реалізувати стратегії підприємства, які б дозволяли успішно функціонувати та конкурувати на зовнішніх ринках.

### СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1 Воронов А. А. Факторы и методы измерения конкурентоспособности машиностроительных отраслей и регионов в современных условиях хозяйствования [Текст] / А. А. Воронов, О. Н. Валькович // Машиностроитель. – 2004. – №4. – С. 18–22.

2 Дикань В. Л. Реформирование экономики Украины и конкурентоустойчивость предприятий: монография [Текст] / В. Л. Дикань. – Харьков: Основа, 1997. – 345 с.

3 Жук М. В. Міжнародні стратегії економічного розвитку: навчальний посібник [Текст] / М. В. Жук, Т. В. Бауліна. – К.: Видавництво ПАЛИВОДА А. В., 2006. – 348 с.

4 Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: стратегічний підхід: монографія [Текст] / Л. В. Балабанова, В. В. Холод. – Донецьк: ДонДУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2006. – 294 с.

5 Печериця Ю. В. Визначення напрямів стратегічного розвитку підприємств [Електронний ресурс] / Ю. В. Печериця. – Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2010\\_1/Pecherytsa\\_110.htm](http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2010_1/Pecherytsa_110.htm)

6 Піддубна Л. І. Конкурентоспроможність економічних систем: теорія, механізм регулювання та управління: монографія [Текст] / Л. І. Піддубна. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2007. – 368 с.

7 Рубин Ю. Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции: учебник [Текст] / Ю. Б. Рубин. – [6-е изд., перераб. и доп.]. – М.: Маркет ДС, 2007. – 608 с.

8 Стратегия предприятия и стратегический менеджмент: учебное пособие [Текст] / Ю. В. Соболев, В. Л. Дикань, А. Г. Дейнека, Л. А. Позднякова. – Харьков: ООО «Олант», 2002. – 416 с.

9 Сучасні концепції менеджменту: навчальний посібник [Текст] / за ред. д.е.н., проф. Л. І. Федулової. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 536 с.

10 Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства (організації): навчальний посібник [Текст] / за ред. І. Ю. Сіваченка. – К.: ЦНЛ, 2003. – 186 с.

11 Фатхутдинов Р. А. Стратегическая

конкурентоспособность: учебник [Текст] / Р. А. Фатхутдинов. – М.: Экономика, 2005. – 504 с.

**Аннотация.** В статье рассмотрен вопрос повышения стратегической направленности управления международной конкурентоспособностью предприятия с учетом специфических условий их внешнеэкономической деятельности.

**Ключевые слова:** стратегия, стратегическое развитие международная конкурентоспособность, конкурентные преимущества, внешний рынок.

**Summary.** In the article the question of increase of strategic orientation of management of enterprise an international competitiveness is considered taking into account specific terms them foreign economic activity.

**Keywords:** strategy, strategic development, international competitiveness, competitive edges, foreign market.

*Рецензент к.е.н., доцент УкрДАЗТ Полякова О.М.  
Експерт редакційної колегії к.е.н., доцент УкрДАЗТ Якименко Н.В.*

УДК 65.012.45

## ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ

*Чала О.В., к.е.н., доцент (УкрДАЗТ)*

*В статті розглядається сутність поняття «інформаційний простір». Запропоновано визначення інформаційного простору як структурованої сукупності інформаційних об'єктів та способів їх організації. Охарактеризовано п'ять рівнів структурованості інформаційного простору підприємства та його об'єктів і підсистем. Наведено критерії значущості інформації в інформаційному просторі підприємства.*

**Ключові слова:** інформація, інформаційний простір, структуризація інформаційного простору.

**Актуальність проблеми.** В останні роки у світі проходить перехід від “індустріального суспільства” до “суспільства інформаційного”. Такий перехід пов'язаний кардинальною зміною способів виробництва, тобто розвиток інформаційного простору суспільства вирішальним чином впливає на економіку.

Цілями інформатизації як у світі, так і в Україні є задоволення інформаційних потреб суспільства, підвищення ефективності суспільного виробництва. Інформаційний простір є основою соціально-економічного, політичного і культурного розвитку нашої країни. Інформаційний простір повинен забезпечити побудову інформаційного суспільства в країні і входження її у світовий інформаційний простір.

Проведення підприємствами успішної

діяльності в сучасних ринкових умовах потребує прийняття ефективних управлінських рішень, зокрема з цінової політики, організації процесів виробництва та надання послуг. Таким рішенням завжди властива невизначеність внаслідок наявності неповної інформації про поточний і майбутній стан ринку та існуючих на підприємстві матеріальних, фінансових, інформаційних процесів. Вказана невизначеність може бути двох видів: суб'єктивна та об'єктивна [1]. Перша залежить від неповноти знання про майбутнє, а друга – від невизначеності майбутніх подій (наявності альтернативних варіантів подій) на підприємстві. Альтернативою невизначеності є інформація. Релевантна інформація дозволяє зменшити існуючу невизначеність. Носіями релевантної інформації є підприємства,