

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ

Гордєєва В.В.

Науковий керівник – Кондратенко Н.О., д-р екон. наук, професор

Міжнародна конкурентоспроможність підприємства відображає можливість ефективної виробничо-господарської діяльності в умовах глобального конкурентного ринку. Це забезпечується всім комплексом наявних у підприємства ресурсів. Виробництво та реалізація конкурентоспроможних товарів та послуг є узагальнюючим показником життєздатності підприємства, його вміння ефективно використовувати свій фінансовий, виробничий, науково-технологічний та трудовий потенціал. Інакше кажучи, показник конкурентоспроможності відображає підсумки роботи практично всіх підрозділів підприємства, а також його реакцію на зміну зовнішніх та внутрішніх факторів впливу [1].

Метою роботи є узагальнення теоретичних аспектів міжнародної конкурентоспроможності організації.

Питання міжнародної конкурентоспроможності є досить актуальним для тих підприємств та організацій, сфера комерційної та виробничої діяльності яких розповсюджується на зарубіжні країни. При цьому, ключову роль у забезпеченні конкурентоспроможності продукції та послуг відіграє зовнішньоекономічна діяльність підприємства (ЗЕД).

Виробничо-інвестиційна модель ЗЕД, ключовими елементами якої виступають міжнародне інвестиційне співробітництво, міжнародне виробничо-технічне співробітництво, міжнародне науково-технічне співробітництво та міжнародні валютно-фінансові та кредитні відносини, в цілому сприяє формуванню конкурентних переваг, а традиційні угоди купівлі-продажу виступають своєрідним інструментом реалізації переваг у довгостроковій перспективі.

У сучасних умовах нестабільного зовнішнього середовища необхідно використовувати більш потужний інструмент, який би мав змогу не тільки перевести підприємство на новий ефективніший рівень управління, але й враховував основні цілі, які стоять перед ним. Однією із ключових умов успішного функціонування підприємства є необхідність використання ефективного механізму управління міжнародною конкурентоспроможністю, що забезпечить розробку та реалізацію концепції його розвитку в умовах глобалізації та зростаючої конкуренції та сприяє створенню конкурентних переваг у теперішньому та майбутньому бізнес-середовищі.

Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства представляє собою процес здійснення сукупності систематизованих та взаємно узгоджених дій щодо визначення довгострокових цілей та напрямів діяльності підприємства. Це своєрідна форма визначення економічних можливостей та проблем підприємства у досягненні пріоритетних довгострокових цілей, які ґрунтуються на обраній стратегії поведінки та розвитку.

Процес управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства можна представити у вигляді чотирьох взаємопов'язаних блоків:

1) визначення основних пріоритетів - постановка цілей підприємства у сфері досягнення відповідного рівня конкурентоспроможності;

2) визначення завдань – аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування підприємства;

3) розробка стратегії – формування альтернативних пакетів стратегій досягнення очікуваного рівня конкурентоспроможності підприємства;

4) реалізація стратегії – вибір оптимального пакету стратегій та розробка стратегічного плану досягнення конкурентоспроможності підприємства.

Таким чином, на основі вищенаведеного можна зробити висновок, що для досягнення бажаного рівня конкурентоспроможності необхідним є формування та реалізація конкурентної стратегії організації.

1. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств [Текст]: навчальний посібник / Мін-во освіти і науки України, Одеський держ. економ. ун-т ; ред. Ю. Г. Козак. – 2-е вид., перероб. і доп. – К. : ЦНЛ, 2006. – 792 с. – ISBN 966-96545-1-3.

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ КУЛЬТУРОЮ ОРГАНІЗАЦІЇ

Сатуновська О.О.

Науковий керівник – Кондратенко Н.О., д-р екон. наук, професор

У теорії розвитку менеджменту на стику різних наукових течій і напрямів, застосовуються різноманітні підходи до проблеми розвитку та формування корпоративної культури.

Метою роботи є визначення напрямів підвищення ефективності управління корпоративною культурою організації.

За цих умов, доцільно узагальнити, три основні положення щодо управління корпоративною культурою організації: