

питання формування ефективної маркетингової стратегії є одним з ключових стратегічних завдань компаній.

Специфіка міжнародного маркетингу виявляється внаслідок впливу зовнішнього міжнародного середовища на суб'єкт господарювання. Найбільш впливовими чинниками якого є політичні, економічні, соціально– культурні, правові, географічні та історичні.

Щоб досягти успіху в міжнародній діяльності підприємство має чіткіше дотримуватись концепції маркетингу, зокрема зосередити увагу на виборі та дослідженні зовнішнього ринку, проведенні вдалої сегментації та правильного позиціонування, виборі оптимального способу присутності на закордонному ринку, створенні відповідного продукту та розробці адекватного міжнародного маркетингового комплексу.

Міжнародний маркетинг дає підприємству багато переваг, полегшуючи вибір та зосередження уваги на перспективних напрямках розвитку міжнародної активності; сприяючи формуванню позитивного іміджу серед споживачів і партнерів.

Шевченко М.М., к.е.н, доцент, Харків, НТУ «ХПІ»
Ларіна К.С., магістрант, Харків, НТУ «ХПІ»

ПОНЯТТЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Міжнародна конкурентоспроможність підприємства передбачає пошук ефективних шляхів утримання конкурентних позицій підприємства на внутрішньому та зовнішньому ринках. Правильне визначення поняття конкурентоспроможності підприємства є ключем до оцінки рівня конкурентоспроможності й розробки механізму її забезпечення.

Дослідженню теоретичних аспектів конкурентоспроможності присвячені роботи вітчизняних та закордонних вчених: М. Портера, Ж-Ж. Ламбена, В.Г.

Шинкаренка, І.З. Должанського, Л.І. Піддубної, В.С. Пономаренко та інших. Конкурентоспроможність підприємства визначається та досліджується порівняно з реальними конкурентами, які виготовляють аналогічну продукцію чи товари-замінники, функціонують на цьому самому ринку, або порівняння відбувається із ідеальним підприємством (як правило, за умови набуття досліджуваним підприємством монопольного становища на ринку).

Дослідження праць провідних вчених дозволяє дійти висновку, що конкурентоспроможність є відносним поняттям. Вона є результатом ефективної господарської діяльності підприємства за умов конкурентного ринку і розглядається як комплексна порівняльна характеристика підприємства, що відображає сукупність переваг над конкурентами, гармонійність розвитку підприємства.

Міжнародна конкурентоспроможність - це здатність підприємства ефективно функціонувати на зовнішньому ринку, а також можливість досягнення ефективної фінансово-господарської, зовнішньоекономічної діяльності і лідируючих позицій в умовах конкурентного середовища.

Шепелев Є.С., магістр НТУ «ХП», Харків
Носирєв О.О., доцент НТУ «ХП», Харків
Угрімова І.В., доцент НТУ «ХП», Харків

ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ФОНДОВИМ ПОРТФЕЛЕМ ПІДПРИЄМСТВА

Процес прийняття інвестиційних рішень є ключовою проблемою розвитку економіки, оскільки саме вони визначають напрямки і ефективність економічного розвитку на тривалу перспективу.

Управління інвестиційним портфелем спрямоване на забезпечення інтересів власників з точки зору ризику і прибутковості. Вплив мінливого ринкового середовища робить необхідним поточне корегування структури