

постійно оновлюються та удосконалюються, а це потребує постійного удосконалення продукції та її якості, удосконалення самого підприємства. Те підприємство, яке своєчасно буде реагувати на запит споживача та відповідно удосконалюватись, забезпечить собі конкурентні переваги, а отже, сбут своєї продукції та економічне зростання.

Отже, інтегрована система управління підприємством – це система, яка спрямована на задоволення очікувань зацікавлених сторін організації, як виробника так і споживача. При цьому необхідно відмітити, що все це має відношення як до зовнішнього так і внутрішнього споживача. На вирішення цих питань необхідно спрямувати наступні заходи:

- впровадження високоавтоматизованої інформаційно-технологічної системи управління;
- організація постійного моніторингу ринку споживачів та стану управляючої системи;
- формування позитивного іміджу підприємства;
- розробка програми сумісної роботи виробника та споживача;
- підвищення ефективності роботи маркетингової служби.

**Література:** 1. Береза А. М. Основи створення інформаційних систем: навч. посіб. / А. М. Береза. – 2 вид., перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2001. – 214 с. 2. ДСТУ 2226-93 Автоматизовані системи. Терміни та визначення. – К.: УкрНДІССІ, 1994. – 92 с.

**ГОРБУНОВ М. П.**, к.е.н., доцент, НТУ «ХП», м. Харків

**ГРИГОРЕНКО О.О.**, студент, НТУ «ХП», м. Харків

## **СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА**

Зовнішньоекономічна діяльність являє собою таку форму господарювання, яка виходить за межі національних кордонів і пов'язана з залученням до багатоступінчатого циклу економічних відносин.

Важливим напрямом розвитку ЗЕД України є її ефективна інтеграція до світового економічного простору. Від успіху ЗЕД України залежить її дальший економічний і соціальний розвиток як підсистеми світової економіки. Нині у світовому господарстві торговельний обмін переріс у науково-технологічне та інвестиційне співробітництво.

Дослідженням методології управління зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання, їх принципів та структури займається чимало вчених теоретиків та практиків. Розробка ідей стратегічного планування знайшла своє відображення в працях таких західних дослідників, як Р. Акофф, І. Ансофф, Би. Карлофф, У. Кинг, Ф. Котлер, М. Портер, А. Томпсон, Д. Стрікланд і ін. У вітчизняній економічній літературі з'явилися дослідження таких авторів, як Герасимчука В.Г., Дроздова Г.М., Козака Ю.Г., Кириченка О.А., Дахна І.І., Щербака В.Г. та ін. На підставі досліджень склалася нова модель таких зв'язків

– виробничо-інвестиційна. За цих умов суб'єктові ЗЕД слід орієнтуватися не на постачальницько-збутову і посередницько-збутову взаємодію з зарубіжними партнерами, а на виробничо-інвестиційну модель, де в полі зору перебуває співробітництво по всіх ланках виробничо-технологічного процесу з винесенням частини з них за національні межі. Сьогодні прорив на світові ринки забезпечується, як правило, не просто продуктом, а міжгалузевим комплексом, який складається з певних відтворювальних і технологічних систем. Саме тому головна мета державної зовнішньоекономічної політики полягає в створенні умов для формування довгострокових конкурентних переваг у вітчизняних товаровиробників. В цьому сенсі можна виділити наступні вихідні положення ефективного управління ЗЕД підприємства:

- 1) вона ґрунтується на високому рівні продуктивності праці;
- 2) в окремих галузях на світовому ринку конкурують не країни, а фірми;
- 3) національна конкурентна перевага має відносний характер;
- 4) динамічне оновлення орієнтованих на ЗЕД галузей веде до сталих конкурентних переваг, а не до короткострокового виграшу на рівні зниження витрат;
- 5) конкурентні переваги в галузях промисловості створюються протягом довго строкового періоду;
- 6) країни домагаються цих переваг завдяки своїм розбіжностям, а не схожості.

Щодо сучасних напрямів розвитку ЗЕД експортна орієнтація економіки та лібералізація зовнішньоекономічних зв'язків вимагає визначення існуючих і потенційних конкурентних переваг українських товаровиробників, а також чинників, які їх формують, і механізму реалізації цих переваг. Україна має такі природні конкурентні переваги, як достатня чисельність робочої сили, вигідне географічне розташування, багаті природні ресурси, але ці переваги є скоріше потенційними, ніж дійсними, вони мають кон'юнктурний характер по обмеженій групі виробів. При визначенні експортноорієнтованих виробництв необхідно керуватися, передовсім, потребами світового ринку, активно ці потреби формуючи. Для забезпечення успішності своєї ЗЕД її українським суб'єктам треба створювати нові ніші на світовому ринку та заповнювати їх своєю продукцією.

**ГОРБУНОВ М. П.**, к.е.н., доцент, НТУ «ХП», м. Харків  
**ЄРЬОМЕНКО Ю. О.**, студентка НТУ «ХП», м. Харків

## **УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА**

Конкурентоспроможність продукції підприємства є однією з найважливіших категорій ринкової економіки і характеризує можливість та ефективність адаптації підприємства до умов конкурентного середовища. У