

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця (Україна)
Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку НАН України (Україна)

Інститут проф. Жана-Урбана Сандаля (Норвегія)

Університет ім. Фрідріха-Олександра Ерланген-Нюрнберг (Німеччина)

Казахський університет економіки, фінансів та міжнародної торгівлі
(Республіка Казахстан)

Варшавський технологічний університет «Варшавська політехніка» (Польща)

Балтійська міжнародна академія (Латвійська Республіка)

Національний технічний університет «Київський політехнічний інститут
імені Ігоря Сікорського» (Україна)

Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України (Україна)

Міжнародний університет фінансів (Україна)

МАТЕРІАЛИ
МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ
«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ІННОВАЦІЇ:
ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ»

присвячена видатному вченому-економісту О. Г. Ліберману

25 листопада 2022 року
м. Харків, Україна

ББК 65.050

К 64

Рекомендовано на засіданні вченої ради Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (протокол № 8 від 01.12.2022 р.), вченої ради Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України (протокол № 13 від 18.11.2022 р.)

Рецензенти: **Кизим Микола Олександрович** – доктор економічних наук, професор, член-кореспондент НАН України, проректор Харківського національного університету міського господарства ім. О. М. Бекетова (Харків, Україна);

Криворучко Оксана Миколаївна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту Харківського національного автомобільно-дорожнього університету (Харків, Україна);

Назарова Галина Валентинівна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри управління персоналом та соціальних наук Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (Харків, Україна)

Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики : матеріали XVII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 25 листопада 2022 р. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2022. 122 с. (+ додаток). Укр. мова, англ. мова

ISBN 978-617-7801-37-4

Наведено результати наукових досліджень учасників, проведених у рамках сімнадцятої Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки і практики», присвяченої видатному вченому-економісту О. Г. Ліберману. Розглянуто питання теоретичних і прикладних засад формування та активізації інноваційних процесів на всіх економічних рівнях відносин в Україні, управління розвитком діяльності підприємств в умовах міжнародної конкуренції, проблем розвитку національної інноваційної системи та інноваційної діяльності підприємств. Видання складається зі збірки тез доповідей учасників конференції.

Видання може бути корисним для використання у подальших наукових дослідженнях, для формування практичних рекомендацій та управлінських рішень з підвищення конкурентоспроможності й інноваційного розвитку економіки. Рекомендовано фахівцям різних галузей економіки, державним службовцям, представникам бізнесу, науковим, освітнім і громадським організаціям, науковцям, аспірантам і студентам економічних спеціальностей.

ББК 65.050

ISBN 978-617-7801-37-4

© Колектив авторів, 2022

© ФОП Лібуркіна Л. М., 2022

Матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Конкурентоспроможність ...»

<i>Дзеніс О. О., Романадзе І. Д.</i> Формування стратегії управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства	756
<i>Дзеніс О. О., Стакас А. В.</i> Міжнародна маркетингова діяльність підприємства в умовах цифрової трансформації	761
<i>Дибач І. Л.</i> Чинники міжнародної конкурентоспроможності ІТ-підприємств	764
<i>Dobryn S.</i> Modern trends in digitalization of international activities of enterprises	768
<i>Доброскок Ю. Б., Кушнірова В. Р.</i> Розвиток фармацевтичної та медичної галузі України в умовах цифрових трансформацій.....	772
<i>Козуб В. О., Козуб С. О.</i> Вплив інноваційної діяльності на забезпечення конкурентоспроможності компаній на глобальних ринках	777
<i>Котлярів Є. І.</i> Напрями відновлення і розвитку систем теплопостачання і теплоспоживання у поствоєнний період.....	782
<i>Малюкіна А. О.</i> Теоретичні основи інтернаціоналізації підприємств	787
<i>Проскурніна Н. В., Панченко А. Р.</i> Формування комплексу міжнародних маркетингових комунікацій підприємства	791
<i>Піддубна Л. І.</i> Особливості синтезу механізму управління конкурентоспроможністю підприємства	796
<i>Проскурніна Н. В., Нестеренко Д. В.</i> Практичні аспекти використання маркетингу у соціальних мережах в умовах цифровізації економіки.....	801

Формування стратегії управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства

Дзеніс Олексій Олександрович,

кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародної економіки та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, ХНЕУ ім. С. Кузнеця (м. Харків, Україна), e-mail: oleksiy.dzenis@hneu.net;

Романадзе Ілля Давидович,

магістрант 2 року навчання, факультет міжнародної економіки і підприємництва, ХНЕУ ім. С. Кузнеця (м. Харків, Україна), e-mail: ilya.romanadze0743@gmail.com

Сучасні умови функціонування вітчизняних підприємств, які є учасниками зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД), являють собою результат активної демонополізації і лібералізації у сфері торговельних зв'язків країни на міжнародній арені і вимагають самостійного вирішення широкого кола проблем, серед яких значне місце займає проблема стратегічного управління їх діяльністю.

У сучасних економічних умовах для організацій, котрі займаються зовнішньоекономічною діяльністю, дуже важливим є наявність продуманої, обґрунтованої стратегії розвитку своєї діяльності в майбутньому. У сучасних умовах лише керований, коригований розвиток може набути стійкого характеру.

Метою створення стратегії управління ЗЕД є безперервне вдосконалення системи управління на підприємстві. Стратегія управління ЗЕД підприємства покликана вирішити такі завдання:

- розподілу коштів і максимізація позитивного ефекту;
- створення нових можливостей для подальшого розвитку;
- підвищення загальної ефективності управління та спрощення управлінського обліку на підприємстві [2].

Секція 2. Інноваційна діяльність: макро- мезо- та мікрорівні

Така стратегія повинна відповідати ряду обов'язкових вимог для успішного функціонування підприємства на зовнішніх ринках:

- достовірне й належне поєднання тактичних і стратегічних можливостей планування діяльності підприємства на ринках іноземних держав;
- володіння ефективними важелями впливу на процес розвитку ЗЕД підприємства;
- врахування максимальної кількості можливих факторів, що визначають процес розвитку ЗЕД підприємства;
- врахування та оцінювання максимальної кількості можливих ризиків у ЗЕД підприємства.

Також стратегія сталого розвитку ЗЕД повинна мати можливість для активного самонавчання і саморозвитку в процесі функціонування підприємства. Ефективна стратегія управління розвитком ЗЕД повинна формуватися індивідуально, окремо для кожного підприємства.

Для найбільшої ефективності створюваної стратегії управління розвитком варто виділити дві її підсистеми: внутрішня підсистема управління: система показників, на котрі підприємство може безпосередньо впливати і від яких значною мірою залежить функціонування цього підприємства; зовнішня підсистема управління: система показників, на котрі підприємство в процесі своєї діяльності не може вплинути, але які мають значний вплив на функціонування самого підприємства.

Формування вибірки таких показників і визначення найбільш значущих з них є важливим і відповідальним кроком при створенні нової системи управління. Виділення значущих показників з кожної підсистеми дозволяє зробити управління найбільш ефективним. Для забезпечення стійкості позитивних змін стратегія управління розвитком повинна володіти ефективним механізмом реагування на зміни умов діяльності [4].

Стратегія управління ЗЕД підприємства включає в себе такі складові:

сфера діяльності: потрібно визначити місію, цілі компанії;

корпоративні завдання: потрібно визначити ключові зацікавлені групи організації, а також критерії оцінки їх діяльності; створення стратегічних бізнес-одиниць всередині підприємства; розподіл ресурсів між підрозділами, ринками, головними видами діяльності й оптимальне застосування всіх ресурсів; виявлення конкурентних переваг компанії та їх розвиток.

Для вибору певної стратегії ЗЕД організація може застосувати одну з наявних альтернативних стратегій:

1. Інноваційна стратегія, котра пов'язана із залученням споживачів за допомогою нових продуктів, в яких містяться результати інноваційної діяльності, порівняно з уже існуючими товарами.
2. Стратегія диверсифікації – підприємство використовує існуючі зв'язки і свій досвід для розширення номенклатури продукції, які, своєю чергою, можуть і не мати зв'язку з колишньою сферою діяльності компанії.
3. Стратегія інтернаціоналізації, котра пов'язана з постійним і планомірним вивченням зарубіжних ринків. Цю стратегію доцільно використовувати, коли присутні такі фактори на ринку: посилення конкуренції, прагнення організації до цілковитого завантаження виробничих потужностей, необхідність зменшення ризику і посилення фінансових переваг.
4. Стратегія глобалізації – визначення загальних характеристик ринків і цільових груп різноманітних держав, що не залежать від їх особливостей. Компанія прагне до оптимізації загальних результатів, але при цьому дозволяє відхилення.
5. Стратегія кооперації – пошук компанією взаємовигідного співробітництва, щоб максимально використовувати потенціал

Секція 2. Інноваційна діяльність: макро- мезо- та мікрорівні

ринку, а також для зміцнення позицій компанії на ринку. Можливе створення стратегічних альянсів.

6. Технологічні стратегії. Технології є одним з найважливіших факторів конкуренції. Організація повинна систематично і свідомо виявляти напрямки технічного потенціалу компанії виходячи з потреб ринку [1].

Для досягнення стратегічного бачення діяльності на зовнішньому ринку в умовах інноваційного розвитку економіки менеджерам необхідно:

- своєчасно приймати управлінські рішення на основі функцій менеджменту;
- ситуаційно реагувати на зовнішні впливи та адаптуватися в умовах складного, мінливого та некерованого міжнародного середовища;
- враховувати всілякі ризики, котрі можуть виникнути при веденні міжнародного бізнесу;
- дотримуватися при розробці зовнішньоекономічної стратегії комплексності різних процесів (процесу осмислення, формального процесу, аналітичного процесу, процесу передбачення, ментального процесу, що розвивається, переговорного процесу, колективного процесу, реактивного процесу, процесу трансформації), розглядаючи їх у сукупності.

Завдяки створенню стратегії управління, тобто конкретної моделі дій, організації можуть функціонувати більш якісно в умовах мінливого зовнішнього середовища, підлаштовуватися під ці зміни, бути більш гнучкими і отримувати найбільшу віддачу від своєї діяльності. Так, підприємство, орієнтоване на здійснення діяльності на зовнішньому ринку, забезпечить собі гідне конкурентне становище в довгостроковій перспективі [3].

Таким чином, можна сказати, що управління розвитком зовнішньоекономічної діяльності підприємства вимагає формування комп-

