

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

**КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Пояснювальна записка

до дипломної роботи

МАГІСТР

(освітньо-кваліфікаційний рівень)

на тему: «Аналіз та оцінка міжнародної конкурентоспроможності
підприємства»

Виконав: студент 2 року навчання,
групи 8.06.07.13.03,
спеціальності 8.03050301 «Міжнародна
економіка»

Захарченко Олександр Євгенійович

Керівник: к.е.н., доц. Серпухов М.Ю.

Рецензент: к.е.н., проф. Ушакова Н.Г.

Харків – 2015 рік

У даний час підприємства здійснюють свою діяльність в умовах жорсткої конкуренції, пов'язаної з посиленням глобалізації світового економічного простору. Нестабільність економічної кон'юнктури, підвищення вимог споживачів до виробленої продукції в значній мірі ускладнюють процес визначення стратегічних перспектив. Сьогодні для світової економіки характерне формування та впровадження нових стратегій глобального бізнесу. Дотримуючись нової парадигми глобальної економіки на міжнародному ринку змушені підвищувати рівень своєї міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

Теоретичною та методичною основою роботи послужили праці вітчизняних і зарубіжних учених у галузі товарного обігу, конкуренції, економіки підприємства та міжнародної економіки. Вагомий внесок у теорію досліджуваних проблем внесли: Піддубний І.О., Г.А. Азоев, А.І. Акімова, Л.А. Брагін, Р. Блекуелл, Дж. Грейсон, В.Я. Горфінкель, Б. Голд, Т.П. Данько, Р. Каплан, Т. Кінно, Ф. Котлер, І.М. Ліфиць, Т.І. Миколаєва, В. Паретто, М. Портер, К.А. Раицкий, О.М. Романова, А. Дж. Стікленд, Д. Стоун, Р.А. Фатхутдінов, К. Хітчінг.

Передовий закордонний досвід свідчить, що якість, безперечно, є найбільш вагомою складовою конкурентоспроможності, але разом з тим, можливості реалізації продукції, визначаються значним числом параметрів і умов, більшість з яких розповсюджується не тільки на товар, але і на підприємство, фірму і навіть країну. Всі ці параметри та умови формують міжнародну конкурентоспроможність підприємств.

Конкуренція – це суперництво між учасниками ринкового господарства за найвигідніші умови виробництва, продажу і купівлі товарів та послуг, за привласнення найбільших прибутків. Такий вид економічних відносин існує тоді, коли виробники товарів виступають як самостійні, ні від кого незалежні суб'єкти, їхня залежність пов'язана тільки з кон'юктурою ринку, бажанням виграти у конкурентів позиції у виробництві та реалізації своєї продукції. В ринкових відносинах конкуренцію – природно і об'єктивно існуюче явище –

можна розглядати як закон товарного господарства, дія якого для товаровиробників є зовнішньою примусовою силою до підвищення продуктивності праці на своїх підприємствах, розширення масштабів виробництва.

Умовою виникнення конкуренції є відповідність між попитом і пропозицією. Якщо, припустимо, попит перевищує пропозицію, то у покупця не має свободи вибору, оскільки через дефіцит уся продукція реалізується. Там, де є дефіцит, там немає вільної конкуренції.

Умовою виникнення конкуренції слід вважати наявність ринку засобів виробництва. У конкурентній боротьбі велике значення має встановлення високої норми прибутку, яка по суті є орієнтиром у виборі господарської діяльності. Однак вибір діяльності показує тільки можливість виробництва. Для того щоб ця можливість перетворилась на дійсність, потрібно, маючи грошовий капітал, перетворити його на засоби виробництва.

На світовому ринку працює близько десяти компаній-виробників вищевказаного типу обладнання. Основні з них: «Rotoflow» США, що входить до групи «General Electric»; «Mafi-Trench» США і «Energas» Німеччина, що входять до групи компаній «Atlas Copco»; ПАТ «Турбогаз», Україна; «Cryostar», Франція . Компанії «Турбохолод», ВАТ «Кріокор-Енергія», ТОВ «ТурбоДЕН», РФ позиціонують себе як розробники і виробники ТДА, проте мають не дуже розвинену конструкторську базу і досвід впровадження обладнання.

Підприємство ПАТ «Турбогаз» здійснює впровадження свої товарів на ринок СНД та країн Європейського союзу через мереже дилерів та агентів. За виконання встановленого обсягу продажів на рік, ПАТ «Турбогаз» підписує з компаніями-партнерами договори на ексклюзивне представництво інтересів компанії у їх регіоні.