

АСПЕКТИ СТРАТЕГІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ

Доценко К.В., гр. МО-19

Науковий керівник – ст. викл. К.Ю. Величко

Харківський державний університет харчування та торгівлі

Спроможність підприємства досягнути успіху у конкурентній боротьбі сьогодні залежить від розробки та реалізації дієвої коопераційно-інтеграційної стратегії, яка передбачає постійний трансферт інноваційного знання та розвиток інтеграційного потенціалу. У будь-якому випадку інтеграція проявляється в розширенні виробничо-технологічних зв'язків, створенні сприятливих умов для спільного використання ресурсів та може пояснюватися наявністю цілої системи стимулів. Авдашева С.Б. та Розанова Н.М. наголошують на різноманітності стимулів до інтеграції, яка може бути обумовлена як особливостями ринкового попиту та характеристиками товарного асортименту, так і особливостями технології виробництва. Обираючи форму реалізації інтеграційного процесу обов'язково слід накладати критерій ефективності, розподілений на інтегровану структуру бізнесу (ІСБ) в цілому та окремих її учасників. Так, на думку Г.М. Аванесова, можна передбачити, що діяльність підприємства, інтегрованого до певної ІСБ, може вважатися ефективною лише в тому випадку, якщо, крім забезпечення власних цілей, вона в той же час сприяє досягненню цілей хоча б декількох з решти учасників ІСБ. Інакше ефективність спільної діяльності буде знижуватися під впливом ймовірності внутрішньосистемних конфліктів. Ми погоджуємося з твердженням А.Я. Бутиркіна, що у тому випадку, якщо інтеграція не призводить до значного зменшення витрат ІСБ або отримання додаткової конкурентної переваги, тоді вона не є стратегічно виправданою та немає сенсу вкладати у неї кошти.

Проте використання умови мінімізації питомих витрат як критерію ефективності не гарантує виживання ІСБ, якщо існуючі правила прийняття рішень і забезпечення контролю за їх дотриманням не дозволяють забезпечити мінімізацію таких витрат на рівні, необхідному для виживання. Отже, інтеграцію слід застосовувати таким чином, щоб, з одного боку, повністю реалізувати її стратегічний потенціал, а з іншого – досягнути максимальних, збалансованих економічних і технологічних результатів, бо завдання інтеграції – це упорядкування пріоритетів і пошук розумного компромісу між досить різноманітними вимогами.

МОНІТОРИНГ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Дядюра А.В., гр. МЕ-27м

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. О.В. Кот

Харківський державний університет харчування та торгівлі

Планування господарської діяльності підприємства на міжнародному ринку повинна розпочинатись з аналізу, а потім моніторингу, факторів зовнішнього середовища, які, на жаль, часто перебувають поза увагою й постійного контролю керівництва підприємства, але мають значний вплив на їх подальший розвиток. Основне призначення моніторингу зовнішнього середовища полягає у визначенні можливостей і загроз, на шляху розвитку підприємства, а також його стратегічних альтернатив. Завдання моніторингу полягає у пошуку реальних можливостей, для забезпечення конкурентних переваг підприємства. Макросередовище міжнародного бізнесу утворюють загальні фактори, які не стосуються прямо короткотермінової діяльності підприємства, але можуть вплинути на стратегічний план його розвитку. Завданням аналізу зовнішнього середовища міжнародного бізнесу:

– виявлення й оцінка факторів, які становлять загрозу або сприяють розвитку підприємства на міжнародному рівні;

– вивчення змін, які впливають на міжнародну діяльність підприємств, і визначення їх тенденцій.

Моніторинг макросередовища міжнародного бізнесу доцільно проводити у наступній послідовності:

- 1) визначення об'єкта аналізу;
- 2) визначення мети аналізу;
- 3) складення плану проведення аналізу;
- 4) розробка графіків збирання й обробки інформації;
- 5) обробка даних, їх систематизація;
- 6) аналіз зібраної інформації;
- 7) розробка висновків і рекомендацій.

Фактори, які за оцінками зарубіжних спеціалістів є найважливішим з точки зору впливу на міжнародний бізнес, є економічні (скорочення доходів споживачів), правові, політичні (послаблення дисципліни платежів і поставок, зниження стабільності у суспільстві, створення в органах державної влади угруповань), соціальні (зниження рівня освіти, проблеми освоєння нових технологій), технологічні (скорочення термінів амортизації, НТП в соціальній сфері). Крім того, у систему факторів зовнішнього середовища міжнародного бізнесу обов'язково додаються і ті, котрі характеризують комплексну взаємодію різних світових ринків щодо розвитку виробництва і просування послуги у світовому масштабі.