

зростання технологічного імпорту до України – про загрозу посилення технологічної залежності української економіки.

#### **Література**

1. Товарна структура зовнішньої торгівлі у січні-липні 2022 року. URL: [https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2022/zd/tsztt/arh\\_tsztt2022\\_u.html](https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2022/zd/tsztt/arh_tsztt2022_u.html).
2. Товарна структура зовнішньої торгівлі у січні-липні 2023 року. URL: [https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2023/zd/tsztt/arh\\_tsztt2023\\_u.html](https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2023/zd/tsztt/arh_tsztt2023_u.html).
3. Ус І., Гавриленко Н. Вплив війни на зовнішню торгівлю України (за підсумками першого півріччя 2022 р.). URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/mizhnarodni-vidnosyny/vplyv-viyny-na-zovnishnyu-torhivlyu-ukrayiny-za-pidsumkamy>.

**Ачкасова С. А.**

**к.е.н., доцент**

**м. Харків, Україна**

**Селівоненко О. І.**

**здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти  
Харківський національний економічний університет  
імені Семена Кузнеця  
м. Харків, Україна**

## **УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ ВИБОРУ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ДЛЯ СТВОРЕННЯ КОНКУРЕНТНОЇ ПЕРЕВАГИ МІЖНАРОДНОЇ КОМПАНІЇ**

Міжнародні компанії ведуть бізнес на глобальному рівні, конкуруючи в різних країнах і регіонах. Сучасний міжнародний бізнес перетинає національні кордони, і міжнародні компанії стають учасниками на ринках різних країн. Отже, управління конкурентоспроможністю є важливим фактором в умовах міжнародної конкуренції. Наявність будь якого ринку (вітчизняного чи міжнародного) свідчить про наявність конкуренції серед учасників цього ринку. Отже, для міжнародних компаній є важливим забезпечення конкурентоспроможності на вітчизняних та міжнародних ринках.

Управління конкурентоспроможністю міжнародної компанії» доречно представити та охарактеризувати як сукупність безперервних дій керівництва міжнародної компанії, спрямованих на діяльність, що передбачають взаємоузгоджене поєднання окремих елементів системи управління з метою забезпечення реалізації конкурентних переваг за будь-якої зміни зовнішнього та внутрішнього середовища, визначає її спроможність вести конкурентну

боротьбу на внутрішньому та міжнародних ринках, відображає досягнуті конкурентні переваги і враховує результати конкурентних стратегій.

Для найбільш раціонального вибору ефективної конкурентної стратегії слід скористатися методом аналізу ієрархій Т. Сааті. Він полягає у декомпозиції проблеми на більш прості складові та поетапному встановленні пріоритетів оцінюваних компонентів із застосуванням попарних порівнянь [1].

Розрахунок глобального пріоритету щодо удосконалення методики вибору конкурентної стратегії для створення конкурентної переваги міжнародної компанії наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Розрахунок глобального пріоритету щодо удосконалення методики вибору конкурентної стратегії для створення конкурентної переваги міжнародної компанії

| Глобальні пріоритети   | Скорочення витрат | Ефективне управління, що включає в себе швидке прийняття оперативних управлінських рішень і реагування на зміни на ринку | Покращення рівня обслуговування клієнтів | Глобальні пріоритети | Ранг |
|------------------------|-------------------|--|--|----------------------|------|
|                        | 0,27              | 0,61   | 0,12                                     |                      |      |
| Фокусування            | 0,59              | 0,62   | 0,60                                     | 0,61                 | 1    |
| Диференціації          | 0,30              | 0,28   | 0,32                                     | 0,29                 | 2    |
| Лідерство за витратами | 0,10              | 0,10   | 0,08                                     | 0,10                 | 3    |

Як видно з табл. 1, із використанням методу аналізу ієрархій Т. Сааті, визначено що пріоритетною конкурентною стратегією є фокусування (пріоритетність становить 0,615). Вибір конкретного стратегічного напрямку повинен враховувати особливості галузі, конкурентні умови та стратегічні цілі міжнародної компанії. Вибір конкурентної стратегії для створення конкурентної переваги міжнародної компанії проведений на основі таких сприятливих факторів: скорочення витрат; ефективне управління, що включає в себе швидке прийняття оперативних управлінських рішень і реагування на зміни на ринку; покращення рівня обслуговування клієнтів. Запропоновано такі конкурентні стратегії (за конкурентними стратегіями М. Портера [2, 3]): фокусування; диференціація; лідерство за витратами. Цілями

управління конкурентоспроможністю міжнародної компанії є: збільшення частки на ринку; забезпечення та підвищення прибутковості діяльності. Відображено розрахунок глобального пріоритету в контексті трьох ключових стратегій: фокусування, диференціації та лідерства за витратами. Кожна стратегія має свій ваговий коефіцієнт, який вказує на її значущість в рамках управління конкурентоспроможністю міжнародної компанії.

#### **Література**

1. Лямец В. І., Тевяшев А. Д. Системний аналіз: Вводний курс. – Х. : ХНУРЕ, 2014. 448 с.
2. Портер М. Стратегія конкуренції. Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів. Київ : Основи, 1998. 390 с.
3. Porter M. Competitive strategy : techniques for analyzing industries and competitors. New York : Free Press, 1980. 396 p.

#### **References**

1. Lyamets V. I., Tevyashev A. D. System analysis: Introductory course. – Kh.: Khnure, 2014. 448 p.
2. Porter M. Strategy of competition. Methods of analysis of industries and activities of competitors. Kyiv: Osnovy, 1998. 390 p.
3. Porter M. Competitive strategy : techniques for analyzing industries and competitors. New York : Free Press, 1980. 396 p.

**Бабанська С.С.**

**здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти**

**Решитько Т.В.**

**к. е. н., доцент**

**Центральноукраїнський національний технічний університет**

**м. Кропивницький, Україна**

## **ВПЛИВ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ НА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК КРАЇНИ**

Сутність міжнародної торгівлі полягає у здійсненні товарообміну між країнами, в результаті якого кожна країна експортує надлишки виробленої продукції та імпортує товари, які не має можливості виготовляти в середині країни або виробництво яких є відносно дорожчим. Коли країни торгують одна з одною, обидві сторони обов'язково отримують вигоду, оскільки кожна країна збільшує свою корисність і розширює асортимент товарів, доступних для її громадян на внутрішньому ринку за рахунок імпортних надходжень. Більше того, країни, що розвиваються, як правило, отримують вигоду від поширення технологій, яке супроводжує обмін товарами та послугами. Цю точку зору підтримують економісти, які розглядають торгівлю як «гру з