

**Електронний додаток до матеріалів
Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції**

**«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ІННОВАЦІЇ:
ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ»**

присвячена видатному вченому-економісту О. Г. Ліберману

Тези доповідей

14 листопада 2019 року
м. Харків, Україна

Харків
2019

УДК 339.944

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БАЗИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОЮ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Піддубний Іван Олександрович, професор
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця,
e-mail: dekmeo@hneu.edu.ua

Ширяєва Юлія Юрївна, магістрант 2 року навчання
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця

Активне використання інформаційного ресурсу у формуванні конкурентних переваг є однією з головних особливостей сучасної міжнародної конкуренції. Це зумовлюється тим, що інформаційний ресурс є самостійним фактором, дія якого породжує особливий «інформаційний код» конкурентоспроможності. Невипадково, що Всесвітнім економічним форумом у Давосі окремо публікується Звіт про інформаційно-технологічний розвиток країн як складової загальної методології розрахунку глобального індексу конкурентоспроможності [1].

Перспективи прориву українських підприємств до світового рівня конкурентоспроможності значною мірою визначаються швидкістю подолання «інформаційного бар'єра» й розбудовою систем управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств, які мають спиратися на повне й адекватне відображення інформаційного образу середовища їх функціонування. Якими мають бути методологія і методи формування інформаційної бази системи управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства – найактуальніше питання, чіткої і однозначної відповіді на яке дотепер в економічній літературі не існує.

Аналіз літературних джерел свідчить про те, що підходи до вирішення цих питань спрямовані переважно на формування «достатнього» обсягу інформації про конкурентів. Головна проблема їх використання пов'язана не тільки з технологічною склад-

ністю злому систем захисту інформації підприємств-конкурентів і з великою вартістю процесу формування «достатнього обсягу» зовнішньої інформації. Вона полягає, насамперед, у вузькості інформаційного поля системи управління, коли прийняття управлінських рішень ставиться у велику залежність від обсягу інформації про те, як діють конкуренти. Звуження завдання до такого рівня суттєво обмежує інформаційний потенціал системи управління, а за умови дефіциту або недостатньої якості інформації про конкурентів її інформаційна база взагалі стає недієздатною та неефективною.

Конче потрібними є такі підходи і методи, які забезпечують прив'язку структури інформаційної бази до структури цілей системи управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства. Кожен елемент інформаційної бази має створювати свій портрет зовнішнього середовища, а їх сукупність – забезпечувати досягнення рівня інформаційної креативності, коли системі управління стають притаманні властивості моделювання власних інформаційних взаємодій із середовищем для вибору найбільш адекватної поведінки [2, с. 73].

Для реалізації цих вимог доцільним є використання методу структуризації інформаційної бази, який ґрунтується на систематизації та виокремленні зовнішньої інформації за її функціональним призначенням у чотири блоки:

- 1) регулятивно-правова;
- 2) нормативно-довідкова;
- 3) науково-аналітична;
- 4) методико-практична інформація.

Перший блок зовнішньої інформації формує інформаційну модель «Підприємство – Зовнішній ринок» і містить інформацію щодо правил, принципів та угод, технічних норм і стандартів, які регулюють міжнародний обмін товарами, послугами в конкретних сегментах світового ринку, наслідки порушення правил і угод для країни та їх підприємств.

У *другому блоці* накопичується інформація, що відображає модель «Підприємство – Зовнішньоторговельний режим України» і містить інформацію з правових, валютно-фінансових, економічних, організаційних питань регулювання експорту та імпорту України, включаючи повне відображення Митного кодексу України;

Третій блок відображає модель «Підприємство – Наука» і містить довідкову та науково-аналітичну інформацію щодо стану та тенденцій розвитку релевантних зовнішніх ринків, об'єктом інтересів яких є підприємства-експортери України. Інформація цього блоку має науково-аналітичний характер і адресується вищому управлінському персоналу підприємств під час прийняття стратегічних рішень.

У *четвертому блоці* накопичується інформація зі світового та вітчизняного досвіду управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств і містить алгоритми і моделі вирішення конкретних управлінських ситуацій. Інформація цього блоку багато в чому формує модель «Організація, що самонавчається». Її користувачами можуть бути як вищий управлінський персонал, так і лінійні менеджери підприємств.

Висока питома вага зовнішньоекономічних операцій у ВВП України ставить на порядок денний питання створення в країні спеціалізованого науково-дослідницького центру – Інституту кон'юнктурних досліджень – аналогічного парадержавним структурам, які в зарубіжних країнах здійснюють інформаційно-аналітичну підтримку міжнародної економічної діяльності фірм і корпорацій.

Аналіз науково-методичного інструментарію, що використовується цими структурами для комплексної (рейтингової) оцінки стану та тенденцій розвитку світових ринків, дозволяє виявити принципові завдання розробки державної системи інформаційної підтримки зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств, які пов'язані з:

- гармонізацією статистичної бази даних і переліку показників оцінки стану світових товарних ринків;
- уніфікацією статистичних видань, які мають спиратися на єдині методичну базу, критерії та показники оцінки і забезпечувати порівняльний аналіз станів зовнішніх ринків;
- типологізацією зовнішніх ринків залежно від мети дослідження стану та визначення причинно-наслідкових і проблемно-змістовних дій щодо формування стратегій зовнішньоекономічної діяльності підприємств;
- формуванням електронної бази даних щодо розвитку світових ринків і програмно-технологічного інструментарію використання інформаційних ресурсів, адресованого широкому колу фахівців – від вищого управлінського персоналу до лінійних менеджерів підприємств.

Література

1. The Global Information Technology Report, 2016–2017 // World Economic Forum. Geneva, Switzerland. 2018. 362 p.
2. Старіш О. Г. Системологія : підручник. Київ : Центр навч. літ., 2005. 232 с.

