

Національні культури різних країн є основою побудови системи їх базових цінностей, допомагають краще пізнати культури інших країн та сформувати міжкультурні комунікації [2].

Саме ділова культура, у взаємозв'язку із національною культурою, зумовлює стилі спілкування, традиції та символіку, цінності та установки, мову та організацію комунікаційних процесів у підприємствах сфери туризму тощо.

Для більш кращої взаємодії менеджерів туристичних підприємств, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність на міжнародному ринку туристичних послуг, а також взаємодіють із зарубіжними туристами пропонується для впровадження у практичну діяльність наступне: дослідження можливих вербальних та невербальних бар'єрів при крос-культурному спілкуванні, які можуть зумовлювати проблеми у спілкуванні; використання культурно-синергетичного підходу до проведення переговорів, коли культурні відмінності використовуються як ресурс та забезпечують досягнення поставлених цілей усіх учасників; проведення семінарів із міжкультурних комунікацій, що створять можливості попереджувати майбутні непорозуміння, конфлікти; адаптація організаційної культури підприємств сфери туризму до управління багатонаціональними та багатокультурними колективами, виявлення розходжень, упередження можливих проблем тощо.

Зазначені вище пропозиції, із попередження та подолання проблем крос-культурного менеджменту у діяльності підприємств сфери туризму та їх практичне впровадження, забезпечить кращий імідж України у світі, підвищать попит на туристичні послуги, зменшить ризики міжкультурних проблем та конфліктів, а також більш краще позиціонуватимуть нашу країну на міжнародному ринку туристичних послуг.

Література:

1. Гестеланд Р.Д. Кросс-культурное поведение в бизнесе / Р.Д. Гестеланд. – М.: Изд-во Баланс-Клуб, 2003. – 273 с.
2. Ричард Льюис. Столкновение культур. Путеводитель для всех, кто делает бизнес за границей / Льюис Ричард. – Изд-во: «Манн, Иванов и Фербер». – 2013. – 640 с.

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНИХ ОСНОВ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ПОГЛИБЛЕННЯ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

*Нікітіна А.В., к.е.н., доцент,
Осінов В.Д., Шкуратенко В.В.
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Сьогодні експортний потенціал підприємства є однією з найважливіших характеристикою економічної потужності суб'єкта підприємницької діяльності будь-якої країни, в тому числі й України.

Підтвердженням цієї тези є те, що функціональна роль експортного потенціалу полягає у реалізації цільових настанов зовнішньоекономічної діяльності організації, які формуються за принципом забезпечення порівняльних переваг продуктів і послуг для потреб зовнішніх ринків.

При чому, за допомогою різноманітних показників, зокрема: обсяг експорту, якість експортованої продукції, собівартість виробництва і реалізації експортної продукції, рівень диверсифікації експорту тощо – стає можливим визначення рівня задоволення цих потреб окремим підприємством, а отже, й рівня експортного потенціалу суб'єкта підприємницької діяльності.

Науковий доробок у дослідження поняття «експортний потенціал підприємства» є суттєвим та багатогранним, хоча й потребує досить критичного аналізу. Так, в економічній енциклопедії наводиться дефініція «експортний потенціал» є такою: здатність єдиного народногосподарського комплексу країни виготовляти максимальну кількість конкурентоспроможних товарів на світовий ринок, надавати якнайбільше якісних послуг і виконувати необхідну кількість робіт на замовлення іноземних країн і компаній [1, с. 13].

Проведений аналіз теоретико-методичного базису експортного потенціалу підприємства дав змогу виокремити основні сутнісні ознаки останнього, які продемонстровано у табл. 1.

Таблиця 1 – Сутнісні ознаки поняття «експортний потенціал підприємства»

Види ознак	Номінальна	Можливість	Перелік ідентифікованих ознак
	Структурна	Складова економічного потенціалу підприємства	
	Ресурсна	Сукупність ресурсів	
	Компаративна	Забезпечення інноваційності продукції, що експортується, або її порівняльних переваг	
	Функціональна	Функція задоволення потреб споживачів на іноземних ринках	

На основі критичного аналізу наукової літератури [1, 2] було виділено дефініцію експортного потенціалу підприємства з позиції альтернативних науково-методичних підходів зображено на рис. 1.

Підводимо підсумок, наголосимо, що проведені дослідження дозволили виокремити сутнісні ознаки поняття «експортний потенціал підприємства» на засадах аналізу структурного, каузального, функціонального і порівняльного означень у межах компаративного, ресурсного, системно-структурного і функціонального підходу та запропонувати удосконалення теоретико-методичних основ експортного потенціалу підприємства в умовах поглиблення євроінтеграційних процесів.

Література:

1. Економічна енциклопедія: у трьох томах. / Відповід. ред. С.В. Мочерний. – К/: Видавничий центр «Академія», 2002. – Т. 3. – 952 с.
2. Управління експортним потенціалом України: монографія / За заг. ред. А.А. Мазаракі. – К.: КНТЕУ, 2007. – 210 с.



Рис. 1. Удосконалення теоретико-методичних основ експортного потенціалу підприємства з позиції альтернативних науково-методичних підходів

ІДЕНТИФІКАЦІЯ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

*Нікітіна А.В., к.е.н., доцент,
Осінов В.Д., Шкуратенко В.В.
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

В умовах посилення глобалізаційних процесів суб'єкти господарювання, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність, звертають особливу увагу до чинників, що постійно позитивним або негативним чином впливають на підприємства, тому важливим є ідентифікації факторів впливу на експортний потенціал останнього.