

КОРПОРАТИВНИЙ ФОРСАЙТ ЯК ПЕРЕДУМОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Данько Т.В., Ширяєва Н.В.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м.Харків*

Останніми роками в світі спостерігається значне зростання наукового інтересу до проблематики корпоративного форсайту [1–3]. В цілому, цей інтерес є закономірним наслідком широкої уваги вчених до проблем аналізу майбутнього розвитку бізнес середовища компаній, які є важливим питанням літератури зі стратегічного менеджменту щонайменше з 1960-х років [4]. Зокрема, SWOT-аналіз, який є загальноприйнятим інструментом стратегічного менеджменту, базується на визначенні можливостей та загроз, що є нічим іншим як відображенням уявлення менеджерів компаній про майбутні події та тренди в її бізнес середовищі.

Поступово, помітне зростання швидкості, непередбачуваності, складності та неоднозначності змін зовнішнього середовища компаній стало причиною посилення цілеспрямованої уваги різних ланок менеджменту до питань вивчення майбутнього в контексті відповідних аспектів бізнесу. Це в свою чергу призвело до появи та впровадження низки нових релевантних практик та інструментів забезпечення проактивності та вчасного реагування компаній на зміни в зовнішньому середовищі, які в подальшому були віднесені до категорії корпоративного форсайту [5, 6]. Разом з цим з огляду на перелічені міркування почало стверджуватися переконання, що в сучасних умовах саме корпоративний форсайт стає важливою передумовою забезпечення довгострокової конкурентоспроможності міжнародного бізнесу [7–9]. В той же час природа та механізм цієї залежності залишаються на даний момент мало вивченими та потребують різнобічного дослідження та теоретичного обґрунтування.

Література:

1. Rohrbeck R. Corporate foresight: an emerging field with a rich tradition / R. Rohrbeck, C. Battistella, E. Huizingh // *Technological Forecasting and Social Change*. – 2015. – Vol.101. – P.9.
2. Мединська Е. С. Онтологія корпоративного форсайту / Е. С. Мединська // 2015.
3. Данько Т. В. Питання форсайту щодо розвитку високотехнологічних машинобудівних підприємств харкова / Т. В. Данько, Н. В. Ширяєва // *Ефективна економіка*. – 2015. – No. 10.
4. Vecchiato R. Foresight in corporate organisations / R. Vecchiato, C. Roveda // *Technology Analysis & Strategic Management*. – 2010. – Vol. 22, No. 1. – P. 99–112.
5. Buckley P. J. Problems and developments in the core theory of international business / P. J. Buckley // *Journal of international business studies*. – 1990. – Vol. 21, No. 4. – P. 657–665.
6. Hayward P. Facilitating foresight: where the foresight function is placed in organisations / P. Hayward // *foresight*. – 2004. – Vol. 6, No. 1. – P. 19–30.
7. Hamel G. *Competing for the future* / G. Hamel, C. K. Prahalad. – Harvard Business Press, 1996.
8. Anderson J. Technology foresight for competitive advantage / J. Anderson // *Long Range Planning*. – 1997. – Vol. 30, No. 5. – P. 665–677.
9. Данько Т. В. Еволюція наукових засад міжнародного бізнесу / Т. В. Данько // *Проблеми економіки*. – 2019. – No. 3 (41). – P. 109–115.