

Секція 1

Теоретико-методологічні проблеми управління зовнішньоекономічною діяльністю в Україні

Алексеева Т. І. Теоретико-методологічні проблеми управління якістю.....	3
Броницький О. М. Господарська культура як чинник сприяння розвитку зовнішньоекономічної діяльності.....	4
Гуменюк А. М. Інноваційний характер зовнішньоекономічної діяльності регіону в сучасних умовах.....	5
Olena Gurova. Some aspects of trade liberalization and globalization in eastern-european countries. Ukrainian case.....	7
Дергачова В. В. Потенціал конкурентоспроможності ресурсної бази промислового підприємства (на прикладі металургійної галузі).....	10
Дюжева Н. В. Нетарифные ограничения во взаимной торговле развитых и развивающихся стран.....	11
Лебедев І. В. Наднаціональне регулювання міжнародного бізнесу в умовах глобалізації.....	14
Липов В. В. Харківські витоки теорії цивілізацій. "Про сутність цивілізації та значення її елементів" А. Метлинського (1839 р.).....	15
Маляревський Ю. Д., Маляревська О. Г. Проблеми тарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності.....	17
Полякова Я. А., Бардадым О. И. Стратегические направления развития экспортного потенциала глобально конкурентоспособных отраслей промышленности Украины.....	18
Реутов В. Є. Удосконалення державного регулювання діяльності підприємств з іноземними інвестиціями в контексті формування ефективної структури зовнішньої торгівлі України.....	19
Романченко О. М. Проблеми розвитку зовнішньоекономічної діяльності українських підприємств: маркетинговий аспект.....	21
Скибина О. О. Этапы развития внешнеэкономической деятельности.....	22
Черкасов В. І. Культура як рушійна сила процесу самоудосконалення системи інтерактивного управління.....	23

Довідка про авторів

- Алексєєва Т. І.** — канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
- Броницький О. М.** — викладач ХНЕУ
- Гуменюк А. М.** — канд. екон. наук, доцент Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ
- Olena Gurova** — аспірант Руанського університету
- Дергачова В. В.** — канд. екон. наук, доцент Донецького державного університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського
- Дюжева Н. В.** — канд. екон. наук, преподаватель Российского университета дружбы народов
- Лебедєв І. В.** — канд. іст. наук, доцент Одеського державного економічного університету
- Липов В. В.** — канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
- Малярєвський Ю. Д.** — канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
- Малярєвська О. Г.** — начальник відділу контролю митної вартості Харківської митниці
- Полякова Я. О.** — канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
- Бардадим О. І.** — студент ХНЕУ
- Реутов В. Є.** — канд. екон. наук, професор Кримського економічного інституту ХНЕУ ім. В. Гетьмана
- Романченко О. М.** — аспірант ХНЕУ
- Скибіна О. О.** — асистент Донецького державного університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського
- Черкасов В. І.** — канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
- Шнирков О. О.** — здобувач Інституту міжнародних відносин Київського національного університету ім. Т. Шевченка
- Юрченко В. В.** — аспірант ХНЕУ
- Серпухов М. Ю.** — аспірант ХНЕУ
- Астахова І. Е.** — канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
- Васюренко В. О.** — магістр ХНЕУ
- Кудирко Л. П.** — канд. екон. наук, доцент Київського національного торговельно-економічного університету
- Олейніков Ю. О.** — канд. екон. наук, доцент Київського національного торговельно-економічного університету
- Ніколаєва А. Ю.** — викладач Харківського гуманітарного університету "Народна українська академія"
- Піддубна Л. І.** — канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
- Семікоп Ю. О.** — аспірант ХНЕУ
- Решетняк О. І.** — канд. екон. наук, доцент Харківського гуманітарного університету "Народна українська академія"

Секція 2

Стратегічні засади розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств

УДК 658.016

Полякова Я. А.

СИСТЕМНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ПРОЦЕССА ВЫБОРА СТРАТЕГИЧЕСКИХ АЛЬТЕРНАТИВ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В СФЕРЕ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА

Взаимодействие участников международного бизнеса на основе модели открытой экономики ускоряет процесс формирования транснациональных организационных структур, усиливает взаимозависимость развития национальных экономических систем, способствует активизации интеграционных процессов, что является предпосылками к формулированию нового унифицированного методического инструментария в сфере стратегического управления международной деятельностью предприятия.

Проблемам стратегического управления международной деятельностью предприятий посвящено множество научных работ и практических рекомендаций как отечественных, так и зарубежных экономистов. Теоретические разработки современной экономической мысли направлены на систематизацию направлений, форм и способов осуществления международного бизнеса. И. Гринько рассматривал виды организации коммерческих взаимоотношений между субъектами международного бизнеса [1]. А. Зуб и С. Пивоваров систематизировали основные организационно-правовые формы международного стратегического развития предприятия [2; 3]. Р. Гриффин и М. Пастей исследовали стратегические аспекты адаптации способов осуществления бизнеса в различных географических зонах [4]. Рекомендации практической направленности рассматривают особенности налогового и таможенного регулирования международной деятельности предприятий на территории различных государств, а также разработку механизма их взаимного влияния на основе принципов синергии [1].

На взгляд автора данной статьи, актуальной проблемой развития современного международного бизнеса является моделирование процесса выбора международной стратегии предприятия с целью обеспечения его устойчивого долгосрочного развития в условиях нестабильного воздействия внешнего окружения. Целью данной работы является формирование системной модели выбора стратегических альтернатив развития предприятия в сфере международного бизнеса.

Возрастающие процессы глобализации международного бизнеса и одновременно растущая потребность унификации условий его организации в различных географических зонах приводят к существенным проблемам в сфере развития и адаптации системы стратегического управления международной деятельностью предприятий. Систематизация международных стратегических альтернатив развития предприятия и их адаптация к новым условиям ведения бизнеса, используемые экономистами в настоящее время, не могут более обеспечивать положительный рост предприятия в динамичной международной среде. В современных условиях необходимо использовать новый системный подход к принятию управленческих стратегических решений в сфере международного бизнеса, который включает в себя рассмотрение трех подсистем:

- генерической (комплексное позиционирование предприятия на международном рынке);
- конкурентной (формирование ключевых факторов успеха предприятия с целью эффективного участия в международной системе распределения благ);
- функциональной (адаптация стратегических элементов текущего и оперативного управления предприятием на международном рынке с целью обеспечения прогнозируемой генерической позиции).

При этом взаимодействие генерической и конкурентной подсистем осуществляется на основе отношений "целое — часть", конкурентная и функциональная подсистемы связаны отношениями причинно-следственной связи.

Первый этап моделирования выбора международной стратегической альтернативы предприятия целесообразно начать с формирования международной генерической позиции предприятия. Реализацию данного этапа предлагается осуществлять на основе трехфакторной модели — куба выбора генерической стратегической позиции предприятия в сфере международного бизнеса (рис. 1).

В соответствии с данной моделью международная генерическая позиция предприятия формируется в системе трех координат, которые отражают стратегические альтернативы его развития по следующим принципам:

- ось x — в зависимости от источников обеспечения экономического роста;
- ось y — в зависимости от степени адаптации модели ведения бизнеса;
- ось z — в зависимости от степени диверсификации его деятельности.

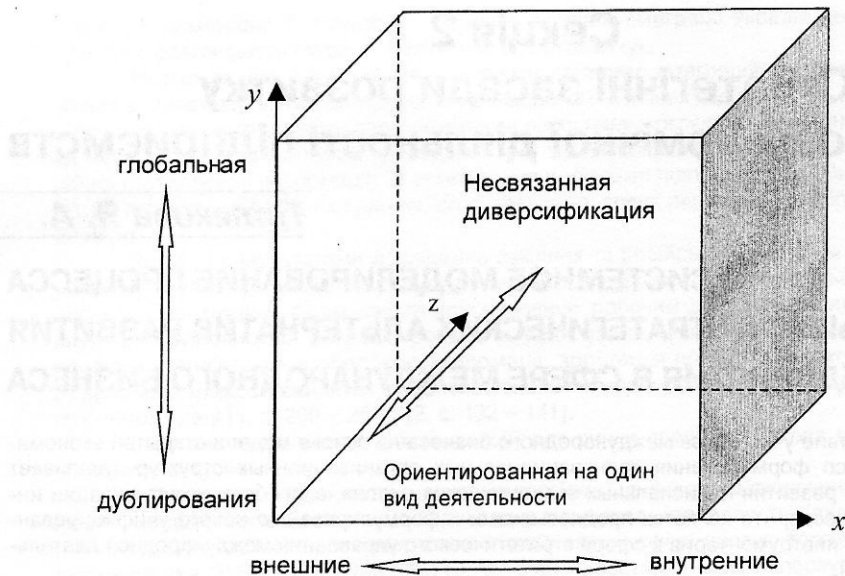


Рис. 1. Куб выбора генерической позиции предприятия в сфере международного бизнеса

На взгляд автора, комплексное сочетание именно этих стратегических альтернатив предопределяет генерическую позицию предприятия в сфере международного бизнеса.

Международные стратегические альтернативы по каждому направлению расположены в трехмерной модели по степени возрастания размеров собственного капитала субъекта международного бизнеса и соответственно глубины его вовлеченности в сферу международного бизнеса, что предопределяет системность их использования для каждого участника международного бизнеса.

При этом стратегии международного развития предприятия в зависимости от источников обеспечения экономического роста включают в себя:

внутренние стратегии, реализация которых обеспечивается за счет собственных ресурсов предприятия, — прямой экспорт, внутрикорпоративная торговля; создание собственных предприятий за рубежом, приобретение иностранных субъектов хозяйственной деятельности;

внешние стратегии (реализация данных стратегий связана с развитием кооперационных связей и привлечением иностранного капитала) — непрямого экспорт, лицензирование, франчайзинг, контрактное производство, заключение управленческих контрактов, строительство и оснащение объектов под ключ, создание международных стратегических альянсов, организация совместных предприятий.

По степени адаптации модели ведения бизнеса различают: стратегию дублирования, которая не предусматривает различий между организацией стратегического управления на национальном и международном рынках; мультилокальную, предполагающую гибкую адаптацию системы стратегического управления предприятием в каждой географической зоне; глобальную, рассматривающую рынок как единое экономическое пространство, и транснациональную, эффективно сочетающую в себе элементы первых двух стратегических подходов.

Стратегии международного развития предприятия по принципу диверсификации его деятельности предполагают поэтапное развитие диверсификационной политики предприятия на международном рынке, которая предопределяет использование стратегии, ориентированной на один вид деятельности (используется на начальном этапе развития международной деятельности предприятия), поэтапного развития стратегии связанной диверсификации и использования стратегии несвязанной диверсификации в случае значительной интенсивности вовлечения предприятия в сферу международного бизнеса.

Таким образом, генерическая позиция предприятия на международном рынке представляет собой вектор положительной направленности, который способствует максимизации материальных или символических ресурсов предприятия в зависимости от способа комбинации вышеуказанных стратегий:

$$MC_{\text{генерическая}} = \{C_x, C_y, C_z\} \rightarrow \max$$

где $MC_{\text{генерическая}}$ — международная генерическая позиция предприятия;

C_x — международная стратегия выбора источников финансирования экономического роста предприятия;

C_y — международная стратегия адаптации модели ведения бизнеса предприятия;

C_z — международная стратегия диверсификации деятельности предприятия.

Второй этап моделирования заключается в осуществлении выбора конкурентных стратегий деятельности предприятия на международном рынке. На данном этапе моделирования определяются стратегии развития конкурентных преимуществ и направленности атакующих или оборонительных действий предприятия.

При этом следует отметить, что выбор и реализация международных конкурентных стратегий непосредственно связаны с маркетинговой позицией предприятия на рынке. Лидеры международного рынка используют стратегию глобальной дифференциации или лидерства по издержкам, а претенденты на лидерство, последователи и нишеры — стратегию фокусированной дифференциации или лидерства по издержкам. В разрезе атакующих действий лидерам международного рынка целесообразно использовать стратегии привлечения новых пользователей, изыскания новых способов использования продукта и увеличения интенсивности его использования. Претендентам на лидерство следует сосредоточить внимание на стратегиях фронтального наступления, фланговой атаки, попытки окружения, обходном маневре и партизанской войне. Атакующие стратегии последователей заключаются в подражании, имитаторстве и приспособлении к продукции лидера. И, наконец, конкурентные атакующие стратегии нишеров международного рынка заключаются в специализации деятельности на основе принципов, адекватных тенденциям воздействия внешней ситуации.

Оборонительные стратегии идентичны для всех участников международного рынка и предполагают использование стратегий позиционной обороны, защиты флангов, упреждающих оборонительных действий, контратаки или мобильной обороны.

Заключительным этапом системного моделирования процесса выбора международного стратегического направления развития предприятия является разработка функциональных стратегий, связанных с формированием системы внутренних резервов. Данная подсистема находится в подчинительной взаимосвязи с первыми двумя подсистемами и состоит из следующих элементов: финансы, производство, маркетинг. Поэтому разрабатываемые на данном этапе стратегические решения формируют международные стратегии развития финансовой деятельности предприятия (стратегии обеспечения необходимого уровня платежеспособности, рентабельности, ликвидности, рыночной устойчивости и деловой активности), стратегии международной маркетинговой деятельности (международное ценообразование, формирование каналов распределения, адаптации продукции и локализации системы реализации продукции на международном рынке), международные производственные стратегии (организации производственного и технологического процессов, распределения производственных фондов).

Таким образом, по контурам куба на первом этапе моделирования происходит формирование генерической стратегической позиции, которая является отправной точкой развития предприятия на международном рынке, внутреннее содержание модели определяется на основе координат данной точки (x; y; z) и представляет собой систему взаимосвязанных стратегических альтернатив текущего и оперативного характера, обеспечивающих достижения прогнозируемого состояния.

Механизм формирования международных стратегических альтернатив предприятия на втором и третьем этапе моделирования представлен на рис. 2.

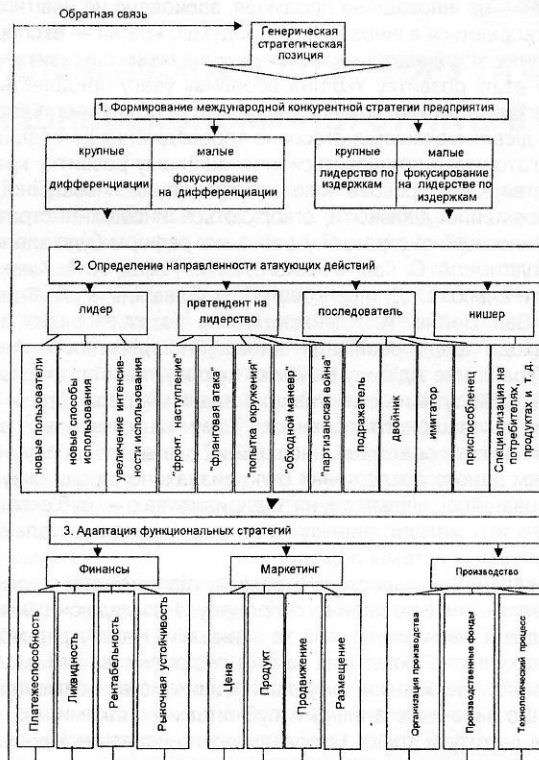


Рис. 2. Механизм формирования конкурентных и функциональных стратегий предприятия на международном рынке

Таким образом, автором впервые предложено моделирование процесса выбора международной стратегии предприятия на основе системного подхода с учетом функциональной и причинно-следственной взаимосвязи определяющих элементов, что позволяет сбалансировать процессы стратегического и тактического управления предприятием в сфере международного бизнеса, повысить гибкость адаптационных механизмов и обеспечить достижение долгосрочного позитивного роста предприятия в условиях динамично развивающегося международного рынка.

Література: 1. Внешнеторговые сделки / Сост. И. С. Гринько. – Сумы: Фирма "Реал", 1994. – 464 с. 2. Зуб А. Т. Стратегический менеджмент: теория и практика. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 416 с. 3. Международный менеджмент / Под. ред. С. Э. Пивоварова. – СПб.: Питер, 2001. – 576 с. 4. Гриффин Р. Международный бизнес / Р. Гриффин, М. Пастей. – СПб.: Питер, 2006. – 1088 с. 5. Селищев А. С. Макроэкономика. – СПб.: Питер. – 2005. – 464 с.

Алексеева Т. І.

УДК 658.589

Серпухов М. Ю.

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ – СУБ'ЄКТАХ ЗЕД

На сучасному етапі світового розвитку, якому притаманні риси інтернаціоналізації та глобалізації економічного життя, особливу увагу приділяють зростанню експортної діяльності держави та розвитку експортно-орієнтованих підприємств як її складової частини. Зріст експортної складової зовнішньоторговельного балансу є стратегічним питанням для державної політики. Рівень експорту відображає місце держави у світовому розподілі праці та визначає рівень її економічного розвитку. Різні країни в різних обсягах беруть участь у міжнародному поділі праці, що й відображає їх рівень розвитку. Об'єм експорту держави має індивідуальну структуру залежно від організаційно-економічного рівня розвитку країни та її спеціалізації й інтеграції у світове господарство. В слабкорозвинених та країнах, що розвиваються, основа експорту припадає на сировинні ресурси. Експортна продукція розвинених країн — це інноваційна продукція, заснована на новітніх технологіях. Оскільки більше доданої вартості створюється в інноваційній продукції, країни — експортери цієї продукції, — мають вищий розмір прибутку, що й відображається на рівні їхнього розвитку.

Тому на сучасному етапі розвитку України особливу увагу приділяється інноваційному розвитку економіки, а саме активізації інноваційної діяльності, особливо на підприємствах — суб'єктах ЗЕД, шляхом формування дієвих механізмів стосовно впровадження інноваційної діяльності.

Останнім часом багато уваги приділяється інноваційному розвитку країни, приймаються закони та постанови [1], які створюють правове поле для здійснення інноваційної діяльності, формуються різні моделі аналізу інноваційної діяльності, створюються інноваційні стратегії та ін. Свій погляд на розвиток і формування інноваційної стратегії українських реформ було запропоновано в бібліографії вчених економістів та політиків: А. С. Гальчинського, В. М. Гейця, А. К. Кінаха та В. П. Семиноженка [2], слід також відзначити внесок С. Д. Ільєнкової, П. Н. Заваліна, Р. А. Фатхутдінова, В. С. Пономаренка, Х. Фрімена, Я. Ван Дейна, А. Кляйнкнехта та багатьох інших вчених-економістів, які запропонували власні підходи щодо реалізації інноваційної діяльності. Але рівень інноваційної активності підприємств в Україні має від'ємну динаміку щороку, такий стан справ не сприяє розвитку економіки та країни в цілому. Відсутність ефективних механізмів реалізації інноваційної діяльності є основною перешкодою для інноваційного розвитку. Тому на сучасному етапі розвитку країни необхідно створити дієві механізми реалізації інноваційної діяльності на підприємствах України.

Основним завданням даного дослідження було визначено: проаналізувати та виявити особливості впровадження інноваційної діяльності на підприємствах — суб'єктах ЗЕД. При вирішенні завдання було використано такі методи: аналізу та синтезу, фундаментальні положення загальної економічної теорії та комплексні і системні підходи.

Впровадження інноваційної діяльності на окремому підприємстві є комплексним процесом, у якому взаємодіють різні елементи інноваційного процесу. Розглядаючи інноваційну діяльність як систему, можна виділити два її рівня: внутрішній та зовнішній. На внутрішньому рівні підприємство може бути представлене сукупністю складових частин підприємства, які взаємодіють між собою в рамках технологічного процесу. На зовнішньому рівні підприємство розглядається як складова частина економіки держави, що взаємодіє з іншими суб'єктами — такими, як постачальники, споживачі, державні та суспільні інститути тощо. Впровадження інноваційної діяльності на підприємстві

© Алексеева Т. І., Серпухов М. Ю., 2006