

УДК 338.433

Гальцова О.Л.

доктор економічних наук, професор  
завідувач кафедри економічної теорії, національної та прикладної економіки  
Класичного приватного університету

## ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ У КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Запропоновано визначення категорії «організаційно-економічний механізм формування зовнішньоекономічної стратегії підприємства» як концентрації взаємозв'язаних організаційних, економічних і менеджерських рішень, що забезпечують реалізацію стратегічних цілей розвитку компанії на зовнішньому ринку.

**Ключові слова:** зовнішньоекономічна стратегія, зовнішньоекономічні зв'язки, євроінтеграція, конкурентоспроможність, світове господарство, кон'юнктура.

### Гальцова О.Л. ФОРМИРОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА СТРАТЕГИЧЕСКОГО РОЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВ В КОНТЕКСТЕ ЕВРОИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ

Предложено определение категории «организационно-экономический механизм формирования внешнеэкономической стратегии предприятия» как концентрации взаимосвязанных организационных, экономических и менеджерских решений, которые обеспечивают реализацию стратегических целей развития компании на внешнем рынке.

**Ключевые слова:** внешнеэкономическая стратегия, внешнеэкономические связи, евроинтеграция, конкурентоспособность, мировое хозяйство, конъюнктура.

### Haltsova O.L. FORMATION OF ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISM OF STRATEGIC DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISES IN THE PROCESS OF EUROPEAN INTEGRATION

The author defines the category of "organizational and economic mechanism of formation of foreign economic strategy of the enterprise" as the concentration of interrelated organizational, economic and managerial decisions to ensure the implementation of the strategic objectives of the company in the foreign market.

**Keywords:** foreign economic strategy, foreign economic relations, European integration, competitiveness, global economy, conjuncture.

**Постановка проблеми.** Необхідною умовою забезпечення конкурентоспроможності та відповідного визнання України у всіх сферах політичного і соціально-економічного життя світового співтовариства є формування адекватної ситуації механізму формування ефективної стратегії виходу вітчизняних підприємств на зовнішній ринок та його організаційно-економічної складової.

Проблеми формування і функціонування механізму стратегії виходу вітчизняних промислових підприємств на зовнішній ринок як основи всієї системи управління здійсненням зовнішньоекономічної діяльності підприємств, а також управління організацією зовнішньоекономічної діяльності держави загалом є сьогодні досить актуальною у вітчизняній управлінській та економічній науці і практиці. Це визначається тим, що зовнішньоекономічна діяльність стає одним з основних чинників, стимулюючих розвиток вільної ринкової економіки і демократичних інститутів українського суспільства. Розвиток економіки в сучасних умовах неможливо без удосконалення зовнішньоекономічних зв'язків. З урахуванням сучасного стану промисловості та змісту нового етапу перетворень головна мета промислової політики визначається саме як підвищення ефективності та конкурентоспроможності української промисловості на внутрішньому та зовнішньому ринках і перехід на цій основі до стадії підйому.

Все це підкреслює виняткову важливість вивчення проблем, пов'язаних зі становленням і розвитком механізму розробки зовнішньоекономічної стратегії промислового підприємства України (його організаційно-економічної складової), впливом системи організаційно-управлінських відносин на формування нової підприємницької середовища функціонування компанії за кордоном.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження проблем формування стратегії розвитку підприємницької діяльності у зовнішньоекономічній сфері перебуває в полі зору наукових досліджень таких вчених, як: А. Сміта, Д. Рікардо, Е. Хекшера, Б. Оліна, П. Самуельсона, В. Леонтьєва, Дж. Мілля та ін. Вивченню закономірностей інтернаціоналізації присвячені праці В. Андрианова, О. Богомолова, М. Кастельса, Дж. Сакса, Е. Уорнера, Й. Шумпетера та ін. Проблеми геоконкуренції та їх вияв на макро- і мікрорівні досліджені в роботах П. Друкера, В. Іноземцева, С. Кузубова, М. Портера, А. Юданова та ін. Теоретичні та практичні аспекти управління зовнішньоекономічними зв'язками підприємств знайшли відображення в працях В. Вокова, М. Моїсєвої, С. Пивоварова, В. Попова, Ю. Савинова та ін.

В українській економічній літературі та літературі з управління опубліковані роботи зі стратегічного управління зовнішньоекономічною діяльністю. Вони мають переважно навчальний характер або прикладне призначення. У статтях періодичних друкованих виданнях, висвітлюються, як правило, окремі актуальні питання, в основному експортної діяльності. Проте в них недостатньо розроблені організаційно-економічні та організаційно-управлінські аспекти побудови комплексної методології вивчення умов і чинників ефективної діяльності вітчизняних підприємств за кордоном. Саме тому подібні дослідження не втрачають актуальності і залишаються пріоритетними в обґрунтуванні напрямів подальшого розвитку країни, окремих територій і галузей економіки.

**Мета статті.** Уточнення поняття, змісту та структури організаційно-економічного механізму формування стратегії виходу промислового підприємства на зовнішній ринок у сучасних умовах.

**Виклад основного матеріалу.** Важливою рисою сучасного світового господарства є діяльність його суб'єктів в умовах жорсткої конкуренції, обумовленої насамперед безперервною боротьбою за ринки збуту. Тому для будь-якої фірми, яка бажає включитися в міжнародні економічні відносини, першочерговим завданням стає забезпечення успішного виходу на зовнішній ринок, як правило, вже заповнений пропонованими товарами та послугами. В умовах ринкової конкуренції обґрунтування стратегії розвитку підприємства – одна з найважливіших функцій стратегічного планування і управління його господарською діяльністю. У зв'язку з цим для підприємства стає необхідним звернення до сучасних методів міждержавного та міжфірмової взаємодії, міжнародного маркетингу і міжнародного менеджменту.

Найбільш ефективною стратегією інтеграції України у світову економіку є поєднання структурної перебудови економіки з її орієнтацією на активне збільшення експорту. Функції і можливості зовнішньоекономічної діяльності розширюються. На сучасному етапі зовнішньоекономічна діяльність промислового підприємства визначається як виробничо-фінансовий комплекс економічних відносин, пов'язаних з розширенням ринків збуту виробленої продукції, технологічним переозброєнням виробництва та підвищенням фінансової стійкості підприємств за рахунок освоєння зарубіжних ринків. Зовнішньоекономічна діяльність є одним з найбільш важливих та пріоритетних напрямів у сучасному економічному розвитку будь-якої держави, зокрема й України. Слід зазначити, що за останні роки в нашій країні відбулися серйозні зміни в цій сфері.

Україна дуже давно вступила у міжнародні економічні відносини. Однак залежно від пануючої в країні соціально-політичної та економічної системи, роль різних суб'єктів суспільства в участі й управлінні зовнішньоекономічною діяльністю змінювалася. Сьогодні в Україні значення відкритості та інтеграції у світове господарство нескінченно зростає. Більше того, ці процеси стають одним з факторів, що визначають успіх сучасних реформ. Будь-які учасники підприємницької діяльності, незалежно від їх організаційно-правової форми, зокрема й громадяни-підприємці, беручи участь у формуванні ринкових відносин, повинні мати вільний вихід на зовнішній ринок. Тільки в такому разі вдається забезпечити входження країни в міжнародні економічні процеси.

Організаційно-економічний механізм зовнішньоекономічного розвитку промислового підприємства розглядається як концентрація взаємопов'язаних організаційних, економічних та менеджерських рішень, які забезпечують реалізацію стратегічних цілей розвитку компанії на зовнішньому ринку.

Цілі зовнішньоекономічного розвитку підприємства та завдання, спрямовані на їх реалізацію, визначаються, виходячи з підходів промислової компанії щодо ведення бізнесу, економічної політики держави, державної промислової політики, науково-технічної, технологічної і соціальної політики країни, а також

основних зовнішньоекономічних характеристик іноземних ринків.

Методологія формування стратегії виходу промислового підприємства на зовнішній ринок може бути сформована на основі таких концептуальних положень:

- по-перше, стратегія зовнішньоекономічного розвитку промислової компанії пов'язана зі стратегією зростання, яка може ґрунтуватися на внутрішніх (власні інвестиції на розширення виробництва) або зовнішніх джерелах. Внутрішнє зростання здійснюється зазвичай у формі створення нових або зміни існуючих товарів, виведення продукту на нові ринки. Зовнішнє зростання здебільшого відбувається у формі диверсифікації, коли компанія поглинає подібні товарні лінії або шляхом надання можливості виходу на нові іноземні сфери бізнесу;

- по-друге, стратегія виходу промислового підприємства на зовнішній ринок має ринкову орієнтацію – маркетингові дослідження щодо нового продукту визначають мету і завдання зовнішньоекономічного розвитку та реалізують стратегію сегментації ринку;

- по-третє, стратегія просування продукту на зовнішній ринок – це стратегія глибоких досліджень і розробок у галузі міжнародного маркетингу.

При розробці стратегії зовнішньоекономічного розвитку промислового підприємства необхідно враховувати стратегію виробництва продукції для зарубіжного ринку на основі визначення ефективності вкладення інвестицій у виробничий процес. Стратегія виробництва розробляється з урахуванням найбільш ефективного інвестування проектів (стратегія виходу на зовнішній ринок), реалізація яких забезпечить випуск нової продукції.

Стратегія якості та конкурентоспроможності є визначальною при реалізації стратегії на зарубіжних ринках, розробці і виробництві нової і модернізації (адаптації) наявної конкурентної продукції. Вона забезпечує відповідність траєкторії зовнішньоекономічного розвитку промислової компанії тенденції сталого економічного зростання, яке характеризується динамікою економічних показників: збільшення прибутку, рентабельності, скорочення терміну окупності інвестицій.

Дослідження свідчать про структурну зв'язку стратегії міжнародного розвитку промислового підприємства зі стратегією глобального бізнесу. Вибір

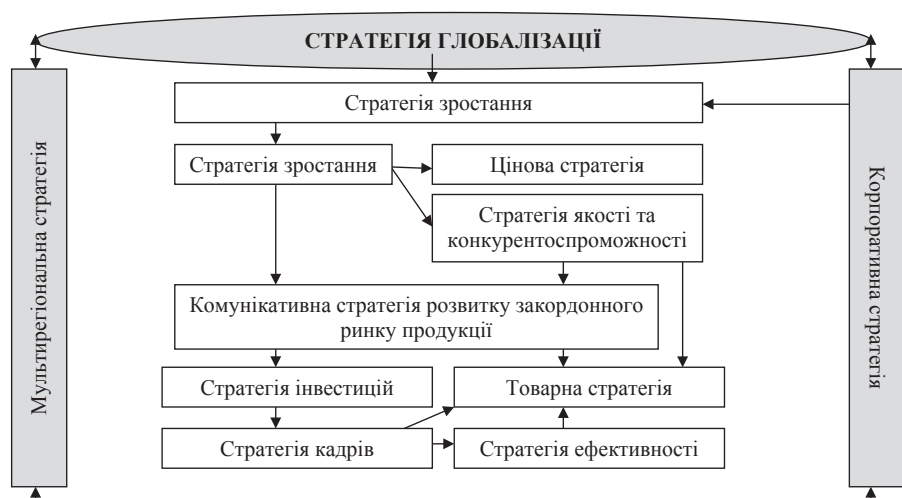


Рис. 1. Стратегічні складові організаційно-економічного механізму зовнішньоекономічного розвитку промислового підприємства

компанією стратегії глобалізації свідчить, що вона має здійснювати стандартизацію конструкцій, виконувати дизайн своїх товарів і розробляти рекламні стратегії всіх своїх підприємств незалежно від країн перебування. Цей підхід ґрунтується на припущенні існування єдиного глобального ринку стосовно продукції, яка випускається.

Одночасно зі стратегією глобалізації необхідно враховувати і мультирегіональну стратегію, яка передбачає адаптацію компанії до умов конкуренції в кожній країні окремо. Формування стратегії виходу промислового підприємства на зовнішній ринок, яка враховувала б і стратегію глобалізації, і мультирегіональну стратегію, слід здійснювати на основі транснаціональної стратегії.

Отже, організаційно-економічний механізм зовнішньоекономічного розвитку промислового підприємства складається з кількох стратегічних частин (рис. 1).

Кожна з виділених стратегій має свої форми і методи управління, які забезпечують досягнення обраної мети. Технології управління, до яких відносяться процедурні, організаційні, інформаційні, технічні аспекти реалізації стратегій, є предметом міжнародного маркетингу у зв'язку з використанням нововведень у дослідженні ринку, розробкою нового продукту, техніко-технологічним оснащенням виробництва і невід'ємною частиною стратегічного менеджменту великої компанії та корпоративного управління.

У сучасних умовах організаційно-економічний механізм зовнішньоекономічного розвитку реалізує стратегію виходу промислового підприємства на зовнішній ринок шляхом розроблення і виконання проектів, головна особливість яких полягає в тому, що до них входять роботи, пов'язані з реалізацією дослідницької фази життєвого циклу товарів, націлених на зарубіжний ринок.

Як свідчить дослідження, принципи визначення життєвого циклу товару суттєво залежать від структури промислової компанії. Саме великі компанії можуть собі дозволити формування організаційно-економічного механізму на основі стратегії зовнішньоекономічного розвитку, яка розроблена з урахуванням глобальних процесів світової економіки та інноваційної політики, що проводиться державою. Саме для промислових підприємств актуальним є зниження ризику міжнародної діяльності. Тому для них при розробці організаційно-економічного механізму стратегії виходу на зовнішній ринок досить гостро стоїть питання оцінки на основі єдиних методологічних і методичних підходів як конкурентного рівня виробництва і реалізації продукції, так і зовнішнього середовища функціонування компанії.

**Висновки.** У сучасних умовах активного розвитку ринкових відносин у нашій країні використання сучасних організаційно-економічних механізмів підприємницького взаємодії, особливо при виході на інтернаціональні ринки стає все більш актуальним. Знання теоретичних основ зовнішньоекономічної діяльності і розуміння використовуваної термінології – це ключові фактори успіху в її практичному застосуванні.

Сучасний механізм зовнішньоекономічної діяльності не вимагає від виробника просто створити для зовнішнього ринку досить хороший товар і призна-

чити за нього відповідну ціну – компанії повинні ще й освоювати і активно застосовувати весь стратегічний комунікаційний комплекс взаємодії на зовнішньому ринку. Водночас значення і роль саме міжнародної діяльності необхідно розглядати не тільки з позиції загальноринкових уявлень, але і більшою мірою з позиції інтернаціоналізації національних економік.

При збереженні провідної ролі концентрації капіталу і виробництва в світовій економіці зростає значення інтегрованих на зарубіжний ринок компаній, які створюються в промисловому комплексі України й орієнтовані на випуск продукції для іноземного споживача. Забезпечення їх конкурентоспроможності на світовому ринку вимагає обов'язкового врахування світового досвіду їх створення і функціонування. Досягнення зазначеної мети, є складовою корпоративного менеджменту, найбільшою мірою забезпечується відповідним організаційно-економічним механізмом інноваційного розвитку орієнтованої на зовнішній ринок компанії.

Створення в Україні промислових компаній і адаптація їх до вільних ринкових відносин вимагає впровадження у корпоративний менеджмент організаційно-економічного механізму, адекватного економіці інноваційного типу.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Валуев Ю.Б. Предпосылки управления внешнеэкономической деятельностью промышленного предприятия / Ю.Б. Валуев // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 5. – С. 120–129.
2. Вольвач І.Ю. Методичні підходи до оцінки потенціалу зовнішньоекономічної діяльності підприємства / І.Ю. Вольвач, Т.В. Якимчук // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2010. – № 4. – Т. 3. – С. 195–198.
3. Денисов В.Т. Воздействие факторов внешней и внутренней среды промышленного предприятия на механизм управления внешнеэкономической деятельностью / В.Т. Денисов, С.Ю. Чанышева // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2010. – № 4. – Т. 3. – С. 185–189.
4. Дубинець Ю. Теоретичні аспекти ризику зовнішньоекономічної діяльності підприємства / Ю. Дубинець // Вісник Тернопільської академії народного господарства. – 2005. – № 2. – С. 245–251.
5. Дурицька Г. Формування стратегії ефективного розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств / Г. Дурицька // Регіональна економіка. – 2006. – № 4. – С. 250–254.
6. Каткова Т.І. Організаційні основи застосування маркетингових стратегій виходу на міжнародні ринки промислових підприємств / Т.І. Каткова // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2007. – № 5. – Т. 2. – С. 92–97.
7. Панченко Є. Нова міжнародна поведінкова парадигма та її значення для підвищення ефективності ризик-менеджменту в Україні / Є. Панченко // Економіка України. – 2010. – № 7. – С. 22–36.
8. Полянська А.С. Маркетингові засади управління зовнішньоекономічною діяльністю вітчизняних підприємств / А. С. Полянська // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2008. – № 5. – Т. 3. – С. 97–101.
9. Потоцький Д.М., Шестопапов М.В. Місце та роль зовнішньоекономічних зв'язків у економіці та інвестиційному співробітництві сучасної України // Право і життя. – 2003. – № 4. – С. 10–18.
10. Савчук А.В. Методологія формування організаційно-економічного механізму інноваційного розвитку підприємства // Економіка промисловості. – 2003. – № 2(20). – С. 134–146.
11. Харчук Т.В. Шляхи виходу підприємств на зовнішні ринки / Т.В. Харчук // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 8. – С. 12–16.