

**ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ЗВ'ЯЗКІВ ПІДПРИЄМСТВ РЕГІОНІВ**

З моменту проголошення незалежності стратегічною метою України стала економічна інтеграція в європейські структури і поглиблення трансатлантичної співпраці. Невід'ємною частиною урядової програми регіонів України є співпраця з міжнародними економічними і фінансовими організаціями. Проте, незважаючи на активні кроки, Україна поки що знаходиться поза міжнародними потоками, практично не включена в міжнародні валютні відносини. Глибока соціально-економічна криза, яку пережила Україна, залишає інтеграційні питання відкритими. Проблеми дослідження рівня національної конкурентоспроможності знаходять своє відображення в багатьох наукових публікаціях. Це пов'язано з підвищенням ролі інноваційності економіки, стратегією держави щодо виходу на належний рівень на світовому ринку.

Фундаментальні дослідження, присвячені вивченню цих питань, знайшли своє відображення в працях вчених – І. Багрової [2], В. Гейця [3], Н. Гражевської [4], В. Дергачової [5], А. Поручника [6], Л. Федулової [7], О. Швиданенка [8] та інших.

За таких умов швидко і раціонально реформувати виробничий комплекс України українською складно. Наступний розвиток України передбачає, в першу чергу, оцінку можливості використання пріоритетного міжнародного досвіду на користь національної економіки. Така системна оцінка є однією з умов включення України у світові інтеграційні зв'язки, зокрема в Європейський Союз.

Воднораз світова торгівля і кооперація стала важливими чинниками прискорення національного розвитку. «Сучасні процеси глобалізації, – говориться в Посланні Президента, – вимагають від України як можна ширшого залучення її в міжнародну торговельну систему» [1, с. 10]. Характер участі України в сучасних процесах розвитку світового господарства в умовах глобалізації залежатиме від зміцнення, розвитку і диверсифікації експортного потенціалу. Відповідно до цього наступного етапу дослідження стане виявлення внутрішніх і зовнішніх конкурентних переваг національної економіки, яка дозволить визначити реальні перспективи розвитку експортного потенціалу України.

Для визначення конкурентних переваг національної економіки України і її перспектив наближення до європейської і міжнародної співдружності необхідно проаналізувати макроекономічні показники і реальні потенціали розвитку регіонів. Це дозволить досить чітко обкреслити проблеми, які гальмують не лише наближення регіонів України до ЄС, але і розвиток її експортного потенціалу. Міра «віддаленості» України від бажаних або орієнтованих показників, які закріпилися у світі, виявлення масштабності і глибини необхідних перетворень дадуть можливість вказати на інструменти державної політики, які дозволили б країні не залишитися на узбіччі європейського процесу.

Сучасним інструментом управління підприємств в умовах мінливого і невизначеного зовнішнього середовища, являється побудова і удосконалення системи управління підприємством шляхом переорієнтації теоретичних досліджень на стратегічні пріоритети діяльності і впровадження інноваційних методів. Формування стратегії здолає проблему співіснування і забезпечить безперервність розвитку підприємств регіонів в мінливому середовищі, надасть вибір оптимальних рішень з наявних альтернатив, визначить технологію управління ситуаціями. Розробка стратегії властива самому процесу керівництва і управління. Вона включає у себе не набір планів, а сукупність принципів і методів управління, впроваджених в систему управління діяльністю і тим самим створюють гнучкість і здатність адаптуватися до мінливих умов [3, с. 135].

У вітчизняних підприємств багато в чому відсутні умови для орієнтації ситуативних стратегій, які включають як обов'язковий компонент стратегію: «глобально мислити», «передбачати», «створювати», яка сприяє використанню передових технологій; конкурентоспроможності і ефективності виробництва, послуг; оптимізації прибутку і оподаткування; досягнення переваги в області управління над головними конкурентами і розвитку технологічних процесів.

Необхідність комерціалізації результатів наукових досліджень і їх реалізації, обумовлює актуальність застосування ситуаційного підходу, який надасть можливість приймати якісно нові управлінські рішення і мати вплив на досягнення цілей регіону або підприємств.

Одна з перешкод – недостатня ясність ситуаційного підходу. Він моделює процес управління як набір ситуативних змінних, конкретній комбінації, яким відповідає конкретний набір

наїефективніших управлінських прийомів. Цей підхід істотно посунув вперед управлінську науку в плані підвищення її інструментальності, тобто безпосереднього додатка науки до реальних ситуацій і умов на рівні розробки конкретних прийомів, адекватних ситуацій і цілям організації.

Підприємства, як і товар, мають свій життєвий цикл, в якому є різні стадії зародження підприємства, їх зростання, зрілість й занепад. Якщо розглянути стадії життєвого циклу підприємства, то можна виявити пряму залежність ситуаційного підходу і основних завдань при розробці стратегії.

У контексті ситуаційного підходу визначимо основні типові завдання підприємств в конкретній ситуації.

Ситуація «народження підприємства» – основний пріоритет – пошук і зайняття вільної ринкової «ніші». Це готовність ризикувати, брати на себе зобов'язання перед постачальниками, споживачами, партнерами і тому подібне. Це вищі вимоги відносно власного внутрішнього середовища і до себе, зокрема, які пояснюються інноваційними підходами.

Ситуація знаходження підприємства в періоді «зростання». Головна мета – отримання короткострокового прибутку і прискорення зростання, у тому числі – розробка механізму стимулювання, мотивації персоналу, підвищення міри агресивності конкурентної стратегії підприємства, побудова системи комунікацій. У конкурентному середовищі з'являється необхідність детальніших (математичних) розрахунків, при цьому інтуїтивна оцінка може бути недостатньою. Ситуація вимагає заохочення до роботи вузькоспеціалізованих фахівців.

Ситуаційний підхід на етапі «зрілості» підприємства пов'язаний з найбільш продуктивним використанням прибутку. Досвід знаходження підприємства на постійних позиціях, вимагають в управлінні забезпечення стабільності, омолодження персоналу, тому що старіння природне, як фізичне, так і моральне, – світогляд, освіта тощо.

У наступній ситуації – ситуації «занепаду» проблемою є – боротьба за виживання, може бути межа банкрутства. Ситуація є не безнадійною, якщо є бажання, сили, і можливість «відродження» підприємства. Це програма управління, пов'язана з перебудовою внутрішнього середовища, впровадженням інновацій, диверсифікацією діяльності, здібності управляти.

Виходячи з моделі життєвого циклу підприємства усі галузі можна розділити на три групи: інноваційні, або що розвиваються, зрілі і галузі, які переживають спад. При розробці стратегії перед підприємством встають такі проблеми: визначити, в якій конкретній ситуації знаходиться підприємство в даний момент; встановити, чи можна щось почати, щоб уповільнити спад або прискорити підйом.

На сьогодні, зростаючі, інноваційні підприємства стикаються з двома головними проблемами:

- як зробити нововведення рентабельним та швидше окупити витрати на нього;
- як уберегтися від послідовників, яких не витрачаючи таких великих засобів на розробку новинок, просто копіюють товари або послуги після їх появи на ринку.

На заході, наприклад, вважається, що протягом року може бути організоване виробництво будь-якого виробу, якщо воно не захищене патентами або не має ноу-хау. Що стосується торговельних підприємств, то вони взагалі не мають таких засобів захисту і найчастіше справа упирається тільки, у фінансові ресурси, необхідні для асортиментної концепції і копіювання нових послуг. Для забезпечення рентабельності новинки, варто контролювати ринок і прагнути завоювати значну його частину, яка дозволить швидко окупити витрати на новинку.

Підприємство – лідер на певному товарному ринку займають домінуючу позицію, що визнають і його конкуренти. Тому ці підприємства повинні використовувати декілька стратегій: атакувати лідера, імітувати його продукцію або уникати з ним зіткнень

Таким чином, для інноваційних підприємств ефективна є наступальна стратегія та оборонна стратегія [3, с. 45]. Оскільки лідер зазвичай вносить найбільший вклад до розвитку базового ринку, то для нього перспективною стратегією є розширення глобального попиту, який спрямований на пошук нових споживачів товару, розширення сфери застосування або частоти використання товару (стратегія інтенсивного зростання) [4, с. 154]. Ця стратегія перспективна в ситуаціях початкових стадіях життєвого циклу підприємства за наявності великого потенціалу зростання.

Оборонна стратегія, спрямована на захист свого ринку і протидію найбільш небезпечним конкурентам, часто застосовується фірмою-новатором для захисту від конкурентів-імітаторів. При цьому використовуються різні шляхи і засоби контролю і захисту ринку, що дозволяють уникнути імітації товарів і втрати конкурентних переваг:

- патенти, ноу-хау, монополіне положення у виробництві яких-небудь компонентів виробу;

- інновації і технологічний розвиток з метою ослабити позиції конкурентів;
- використання переваг досвідченою кривою, додаткові ресурси;
- консолідація ринку за допомогою проведення інтенсивної політики збуту в з'єднанні з товарною політикою, спрямованою на охоплення різних сегментів ринку;
- конфронтація з конкурентами в неціновій та ціновій конкурентній боротьбі.

Слідє, проте, відмітити, що фірма-лідер може скористатися і іншими видами стратегій: стратегією скорочення своєї частки ринку, стратегією виходу на нові ринки тощо.

Аналіз підприємницької діяльності свідчить, що завоювати лідируючі позиції найчастіше легше, ніж утримати їх. Претенденти на лідерство можуть вдатися до прямої атаки на лідера (найчастіше це стратегія невеликих підприємств) або спробувати знайти і зайняти особливу нішу на ринку, не вступаючи з лідером в пряму конкуренцію. У зв'язку з цим існує «атака через ціну», тобто пропозиція того ж товару, але за істотно нижчою ціною. Втрати лідера у разі прийняття зниженої в ціні залежатимуть від його частки ринку: чим більше частка ринку, тим більше втрати.

Для налагодження ефективного механізму функціонування в регіоні відносно зменшення ризику втрат рекомендується дотримуватися таких принципів:

- інновації повинні ґрунтуватися на стратегічному плануванні; підприємства повинні мати патенти, ноу-хау або інші переваги в області технології, які забезпечують міцні позиції на ринку;
- потрібний постійний обмін інформацією із споживачами і експертами для своєчасного виявлення нових потреб і передбачення нових технологій;
- важливо правильно оцінити час вірогідної появи нового товару або послуги і час завоювання ринку цим продуктом;
- інновації, поява яких пов'язана з потребами ринку, найчастіше мають більший успіх, ніж інновації, які з'явилися в результаті науково-технічних досліджень, тому що в останньому випадку нерідко відсутнє детальне дослідження ринку.

Слід зазначити, що ділення доходу від нововведення між компаніями-лідерами і їх послідовниками залежить від двох чинників: захищеності позицій лідера; правильно обраній ціновій стратегії.

Дослідження показали, що найбільше підприємства-лідери використовують цінову стратегію «зняття вершків», при якій спочатку на новинку встановлюють високі ціни, поступово знижуючи їх у міру насичення ринку. Така стратегія дозволяє окупити витрати на НДДКР, охопити різні сегменти ринку або категорії покупців, добитися високого престижу якості товару, оскільки психологічно високі ціни у покупців часто асоціюються з товаром високої якості. Протилежною стратегією ціноутворення, які також можуть використовувати інноваційні підприємства, є стратегія низьких цін для завоювання ринку, або «цін прориву».

Відповідно до цього, слід зазначити, що розробка стратегії інноваційного підприємства найбільш складна, тому що підприємства не можуть скористатися екстраполяцією останніх тенденцій. Тому, на нашу думку, з метою вдосконалення розробки стратегії інноваційного підприємства, доцільною являється потреба в прогнозуванні майбутнього розвитку підприємства. Для цього треба використовувати процеси діагностики ситуації, в основі яких, – є факторний аналіз, анкетування, методи сценаріїв, експертних оцінок, метод Дельфи. Це дозволить виявити наявність проблемних ситуацій різних функціональних напрямів і запропонує шляхи їх рішення.

Література

1. Украина: продвижение в XXI век. Стратегия экономического и социального развития на 2010-2014 года. Послание Президента Украины в Верховную Раду Украины // Правительственный курьер. – 2010. – №34. – С. 10.
2. Багрова І.В. Складові та фактори конкурентоспроможності / І.В. Багрова, О.Г. Нефедова // Вісник економічної науки України. – 2007. – №1. – С. 11.
3. Геец В.М. Проблемность структурных трансформаций экономики стран с развивающимися рынками / В.М. Геец // Економіка та прогнозування. – 2009. – № 1. – С. 54-69.
4. Гражевская Н. Обеспечение конкурентоспособности национальной экономики в глобальном постиндустриальном измерении / Н. Гражевская // Економіка України. – 2008. – № 9. – С. 54-63.
5. Дергачова В.В. Міжнародна конкурентоспроможність національної економіки в контексті забезпечення економічного зростання: монографія / В.В. Дергачова. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2006. – 392 с.
4. Brown A. Organizational Culture, London: Pitman.
5. Питерс Т. В поисках эффективного управления / Т. Питерс, Р. Уотермен; пер. с англ. – М.: Прогресс, 1986. – 256 с.

6.Поручник А.М. Регіональна інноваційна система як основа підвищення міжнародного конкурентного статусу національних регіонів / А.М. Поручник, І.В. Брикова // Міжнародна економічна політика. – 2006. – Вип. 5. – С. 134-173.

7.Федулова Л.І. Україна в міжнародних рейтингових оцінках: чинник інноваційно-технологічного розвитку / Л.І. Федулова // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 5. – С. 39-53.

8.Швиданенко О.А. Глобальна конкурентоспроможність:теоретичні і прикладні аспекти: монографія / О.А. Швиданенко – К.: КНЕУ, 2007. – 307 с.

658.114.3

*Сирош Н.В., к.э.н., доцент,
Садретдинов О.Р., студент,
ТНУ имени В.И. Вернадского*

ВОЗРАСТАНИЕ РОЛИ АКЦИОНЕРНЫХ ОБЩЕСТВ И АКЦИОНЕРНОГО КАПИТАЛА В ЭКОНОМИКЕ УКРАИНЫ

В условиях глобализации экономических процессов, быстрой эволюции финансовых и экономических систем, а также постоянного роста международной конкуренции на рынке капиталов актуальным и важным направлением является исследование роли акционерных обществ и акционерного капитала в экономике Украины. С переходом Украины к рыночным отношениям постепенно стал формироваться корпоративный сектор экономики, что было связано с развитием предпринимательства и акционированием больших и средних государственных предприятий. В настоящее время корпоративный сектор стал ведущим сектором в экономике Украины, от которого во многом зависит состояние финансового рынка, инвестиционного климата, а также уровня экономического развития государства в целом. Несмотря на многочисленные исследования деятельности акционерных обществ и роли акционерного капитала в экономике Украины, многие проблемы остаются дискуссионными. К ним можно отнести:

- совершенствование законодательства по вопросам деятельности акционерных обществ;
- повышение эффективности корпоративного управления акционерными обществами;
- увеличение роли акционерного капитала на финансовом рынке Украины;
- организация защиты прав мелких акционеров;
- улучшение качества раскрытия информации для акционеров и инвесторов и другие.

Основные направления деятельности акционерных обществ, а также различные аспекты формирования, обращения и концентрации акционерного капитала нашли свое отражение в трудах известных украинских и зарубежных ученых-экономистов. К наиболее известным зарубежным специалистам можно отнести: Джоанна Р. Шелтона, О. Тоффлера, Дж. Робертса, Г. Дональдсона, С. Майерса, Фр. Модильяни, М. Миллера, Я. Функа, В. Микальченко, В. Хвалей.

Среди отечественных ученых и специалистов следует отметить Амелина А.И., Мозгового О.Н., Бурмаку Н.А., Окуневу А.И., Спасибо-Фатееву И.В., Леонову Д.А., Горбатенко В.В. и других.

Целью данной статьи является детальное исследование роли акционерных обществ и акционерного капитала в экономике Украины, результатом которого должна стать разработка рекомендаций для практической реализации повышения эффективности деятельности акционерных обществ и увеличения значения акционерного капитала для экономики Украины.

Акционерные компании являются основным звеном фондового рынка Украины, который является важной составной частью финансовой системы Украины. Их роль и значение для экономики Украины постоянно повышается. Социально-экономические отношения на рынке ценных бумаг не могут эффективно развиваться без акционерных обществ и выпускаемых ими акций, которые являются обязательным элементом акционерного капитала и основным видом ценных бумаг на фондовом рынке Украины.

В соответствии с данными Единого государственного реестра предприятий и организаций Украины, акционерные общества являются одной из наиболее распространенных в Украине организационно-правовых форм хозяйствования. По официальным данным на 1 января 2012 г. в Украине насчитывалось 26568 акционерных общества, в том числе в Автономной Республике Крым зарегистрировано 957 акционерных обществ (табл. 1) [1, с. 14].