

УДК 005.21:005.336:005.591.6

Іванієнко К. В.

Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ЕКСПОРТНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНИХ ЗМІН ЕКОНОМІКИ

Розглядається проблема формування стратегії управління експортним потенціалом підприємства, адаптованої до можливих змін у внутрішньому середовищі фірми, і факторів зовнішнього середовища для забезпечення прогнозованості результатів його формування та реалізації. Управління експортним потенціалом при цьому розглядається як вибір значень параметрів, що визначають ступінь присутності підприємства на різних ринках і знаходження обсягів випуску й продажів різних типів продукції з урахуванням обмежень, пов'язаних з вибором ринкової стратегії ефективності, максимально ефективного використання ресурсів і вимогою забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства. Наводяться вимоги до формування стратегії управління експортним потенціалом підприємств в умовах інноваційних змін економіки.

Ключові слова: стратегія, експортний потенціал, ефективність діяльності, інноваційні зміни, пріоритети, управління, чинники, керовані параметри, фінансово-економічна безпека, ресурсозбереження.

Постановка проблеми. Інструментом перспективного управління ефективністю діяльності підприємства і його фінансово-економічною безпекою в умовах виникаючих змін макроекономічних показників, системи державного регулювання ринкових процесів, кон'юнктури ринку виступає стратегія управління ефективністю діяльності підприємства як більш загальна стратегія, частиною якої виступає стратегія управління експортним потенціалом підприємств [1, с. 435]. Стратегічне управління ефективністю діяльності підприємств – це комплексна система постановки і реалізації стратегічних цілей підприємства, заснована на прогнозуванні зовнішнього і внутрішнього економічного середовища його функціонування та виробленні способів адаптації діяльності підприємства до їх змін. Реалізація ефективної стратегії управління діяльністю підприємства, що враховує внутрішні можливості підприємства, вітчизняного та зарубіжних ринків, експортної діяльності, дозволяє забезпечити його економічне зростання і розвиток на довгострокову перспективу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемі формування стратегії управління експортним потенціалом підприємств України присвячені роботи таких вітчизняних науковців, як Пономаренко В.С., Князь С.В., Піддубна Л.І., Ілляшенко С.М., Кизим М.О., Кривецький І.Ю., Федулова Ю.В., Чукурна О.П., Чупир О.М. та ін. Проте існує потреба у подальшому дослідженні проблеми формування стратегії управління експортним потенціалом підприємств в умовах високої інтенсивності змін факторів внутрішнього і зовнішнього середовищ, інноваційних змін економіки.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Багато аспектів цієї проблеми вимагають подальших досліджень. Перш за все необхідним є вивчення можливостей формування стратегії управління експортним потенціалом, адаптованої до можливих змін всередині фірми і факторів зовнішнього середовища для забезпечення прогнозованості результатів його формування та реалізації в умовах інноваційних змін економіки.

Метою статті є розгляд процесів формування стратегії управління експортним потенціалом підприємств в умовах високої інтенсивності зміни факторів зовнішнього середовища та інноваційних змін економіки.

Виклад основного матеріалу. Розробка ресурсоефективної стратегії управління підприємством

і його експортним потенціалом визначається рядом умов і ключовим з них виступає висока інтенсивність змін факторів зовнішнього середовища. Сучасна динаміка основних макроекономічних показників, темпи науково-технологічного прогресу, часті коливання кон'юнктури ринку не дозволяють ефективно управляти виробничим, експортним потенціалом і ресурсами фірми на основі лише раніше накопиченого досвіду і традиційних методів фінансового і операційного менеджменту. У цих умовах розробка стратегії управління експортним потенціалом, адаптованої до можливих змін фірми і факторів зовнішнього середовища, забезпечує прогнозований характер результатів його формування, реалізації та розвитку.

Під стратегією управління експортним потенціалом, на думку автора, слід розуміти систему довгострокових цілей експортно-орієнтованої діяльності суб'єкта господарювання, що визначаються загальними завданнями його розвитку, а також вибір найбільш ефективних шляхів їх досягнення. Стратегію управління експортним потенціалом можна представити як генеральний напрямок (програму, план) експортно-орієнтованої діяльності підприємства, дотримання якого в довгостроковій перспективі повинно привести до досягнення поставлених цілей і отримання очікуваного економічного ефекту. Стратегія визначає пріоритетні напрями і форми експортно-орієнтованої діяльності фірми, джерела формування інвестиційних ресурсів і послідовність етапів реалізації довгострокових цілей, що забезпечують досягнення ключових орієнтирів розвитку підприємства.

Управління експортним потенціалом підприємств доцільно розглядати як процес, що реалізується сукупністю послідовних дій управлінського персоналу з визначення цілей для об'єктів управління на зовнішньому ринку і їх фактичного стану на основі реєстрації та обробки відповідної інформації, формування та затвердження економічно обґрунтованих виробничих програм і оперативних завдань, що забезпечують формування, реалізацію і розвиток експортного потенціалу підприємств в цілому. Ключовими етапами даного управління є: оцінка експортного потенціалу, дослідження зарубіжних ринків, визначення місії та цілей підприємства, розробка експортної стратегії, оперативне управління, аналіз і контроль виробничої та зовнішньоекономічної діяльності.

В умовах високої інтенсивності змін факторів зовнішнього середовища управління експортним потенціалом підприємств в першу чергу має бути націлене на формуванні системи пріоритетів у регулюванні розвитку факторів експортного потенціалу підприємств. У процесі управління експортним потенціалом підприємств повинні бути визначені основні фактори, що забезпечують реалізацію критично значущих для становлення нового технологічного укладу проектів, за умови максимально ефективного використання наявних ресурсів [2, с. 9].

В управлінні експортним потенціалом керуваними параметрами є характеристики присутності підприємства на зовнішніх ринках. При цьому результат управління експортним потенціалом підприємств виражається у значеннях рівня його експортного потенціалу та стійкості фінансово-господарської діяльності в системній єдності. У зв'язку з цим управління експортним потенціалом полягає у виборі значень параметрів, що визначають ступінь присутності підприємства на різних ринках і знаходження обсягів випуску і продажів різних типів продукції з урахуванням обмежень, пов'язаних з вибором ринкової стратегії, максимально ефективного використання ресурсів і вимоги забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства [3, с. 48].

Формування стратегії управління експортним потенціалом підприємства в умовах інноваційних змін економіки України має враховувати такі вимоги:

1. Управління експортним потенціалом має будуватися з урахуванням різноманітності його складових потенціалів і включати підсистеми їх управління як складові частини загальної системи управління ефективністю діяльності підприємства. Цим забезпечується синергетичний ефект реалізації стратегічного управління експортним потенціалом підприємств. При цьому, з точки зору автора, експортний потенціал підприємства включає в себе наступні складові потенціали:

- ресурсно-сировинний (сукупний обсяг доступних для використання матеріальних і природних ресурсів);
- виробничий (сукупний результат господарської діяльності);
- кадровий (характеристика працівників підприємства);
- фінансовий (сукупні фінансові можливості, включаючи і можливості фондового ринку);
- інфраструктурний (економіко-географічне положення і якість виробничої інфраструктури, включаючи систему національної логістики);

- інноваційний (рівень розвитку науково-дослідної діяльності та можливості впровадження досягнень науково-технічного прогресу);

- інституційний (ступінь розвитку провідних інститутів ринкової економіки);

2. Управління експортним потенціалом має здійснюватися з урахуванням вимог економічної безпеки підприємства. При цьому необхідно оцінювати можливий стан внутрішніх і зовнішніх умов, зі зміною яких змінюється і роль експортної діяльності в забезпеченні ефективності діяльності підприємства і його економічної безпеки;

3. Управління експортним потенціалом має здійснюватися на основі узгодження стратегії управління експортним потенціалом підприємства та ресурсозбереження. Ресурсозбереження в умовах інноваційних змін економіки, виникнення кризових ситуацій, спаду в багатьох галузях промисловості, посилення конкуренції на внутрішньому і зовнішньому ринках з боку вітчизняних та зарубіжних виробників стає однією з ключових складових ринкової поведінки промислових підприємств поряд зі стратегією розвитку і стратегією підвищення якості продукції, що випускається. Воно багато в чому визначає «запас міцності» у діяльності фірми, оскільки націлене на скорочення виробничих та комерційних витрат і тим самим на підвищення рівня конкурентоспроможності суб'єкта господарювання, його інноваційний розвиток [4, с. 59].

Висновки і пропозиції. Таким чином, в умовах високої інтенсивності зміни факторів внутрішнього і зовнішнього середовища підприємництва, інноваційних змін економіки, можливих обмежень, пов'язаних з вибором ринкової стратегії, забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства та максимально ефективним використанням ресурсів управління експортним потенціалом має передбачати реалізацію наступних складових елементів:

- формування системи пріоритетів у регулюванні розвитку факторів експортного потенціалу підприємства;
- вибір значень параметрів, що визначають ступінь присутності підприємства на різних ринках;
- побудова стратегії управління експортним потенціалом з урахуванням різноманітності його приватних потенціалів;
- забезпечення єдності стратегії управління експортним потенціалом та ресурсозбереження;
- забезпечення ефективності діяльності підприємства і його економічної безпеки.

Перспективним в подальшому розвитку проблеми представляється дослідження проблеми формування стратегії управління експортним потенціалом з урахуванням системи пріоритетів у регулюванні розвитку його факторів.

Список літератури:

1. Левицких О.О. Формирование стратегии управления эффективностью деятельности промышленного предприятия / О.О. Левицких // Фундаментальные исследования. – 2011. – № 8. – Ч. 2. – С. 435–440 [Електронний ресурс]. – Режим доступа: http://www.rae.ru/fs/?section=content&op=show_article&article_id=7798382.
2. Мехович С.А. Выбор стратегии технологического прорыва на современном этапе / С.А. Мехович // Энергосбережение. Энергетика. Энергоаудит. – 2012. – № 12. – С. 4–11 [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://eee.khpi.edu.ua/article/view/21068>.
3. Дубков С.В. Построение стратегии управления экспортным потенциалом / С.В. Дубков // Банковский вестник. – 2013. – № 20. – С. 47–50 [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nbrb.by/bv/arch/601.pdf>.
4. Сотник І.М., Шевцов С.В. Формування ресурсоефективної стратегії підприємства в умовах інноваційних змін економіки / І.М. Сотник, С.В. Шевцов // Механізм регулювання економіки. – 2014. – № 3. – С. 54–62 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mer.fem.sumdu.edu.ua/index.php?cmd=default>.

Иваниенко К. В.

Харьковский национальный экономический университет имени Семёна Кузнеця

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ЭКСПОРТНЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ ЭКОНОМИКИ

Резюме

Рассматривается проблема формирования стратегии управления экспортным потенциалом предприятия, адаптированной к возможным изменениям во внутренней среде фирмы и факторов внешней среды для обеспечения прогнозируемости результатов его формирования и реализации. Управление экспортным потенциалом при этом рассматривается как выбор значений параметров, которые определяют степень присутствия предприятия на разных рынках и нахождение объемов выпуска и продаж разных типов продукции с учетом ограничений, связанных с выбором рыночной стратегии эффективности, максимально эффективным использованием ресурсов и требованием обеспечения финансово-экономической безопасности предприятия. Приводятся требования к формированию стратегии управления экспортным потенциалом предприятий в условиях инновационных изменений экономики.

Ключевые слова: стратегия, экспортный потенциал, эффективность деятельности, инновационные изменения, приоритеты, управление, факторы, управляемые параметры, финансово-экономическая безопасность, ресурсосбережение.

Ivaniienko K. V.

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

FORMATION OF EXPORT POTENTIAL MANAGEMENT STRATEGIES OF ENTERPRISES IN TERMS OF INNOVATION CHANGES OF THE ECONOMY

Summary

The problem of formation of export potential management strategies adapted to possible changes in the company and external factors to ensure the predictability of the results of its formation and implementation. Management of the export potential is regarded as the choice of parameter values (that determine the presence of the company in different markets) and finding the volume of production and sales of various types of products taking into account the limitations associated with the choice of market strategy, the most efficient use of resources and the requirement of a financial and economic security of an enterprise.

The requirements to the formation of export potential management strategies of enterprises in terms of innovation changes in the economy are listed.

Keywords: strategy, export potential, efficiency, innovative changes, priorities, management, factors, controlled parameters, financial and economic security, resource saving.

УДК 659.118:005.346:004.738.5

Ілляшенко С. М.

Сумський державний університет,

Економіко-гуманітарний університет м. Бельсько-Бяла (Польща)

Іванова Т. Є.

Сумський державний університет

ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ В INTERNET

У роботі наведений аналіз основних маркетингових заходів, що використовуються українськими компаніями для просування власного іміджу та продукції в Internet. Розглянуто популярність online-каналів та ефективність їх використання на вітчизняних підприємствах. Наведено перелік основних проблем з просування продукції в Internet, з якими стикаються компанії, та наведено рекомендації щодо їх подолання.

Ключові слова: online-канал, Internet-маркетинг, Internet-просування, методи комунікацій, сайт, маркетингові інструменти.

Постановка проблеми. Актуальність використання Internet у створенні образів вітчизняних підприємств, а також їх продуктів зростає стрімкими темпами. Цьому сприяють два основні чинники: динамічне збільшення користувачів і розвиток інтерактивних можливостей цифрових технологій як каналу передачі інформації. Головним доказом тому є підвищення якості створюваних сайтів-візиток компаній, які зміщують акцент свого функціонування з виконання інформаційних потреб до вирішення репутаційних завдань, спрямованих на підтримку бренду. В Україні використання

Internet-технологій носить неоднозначний характер, тому що можна відстежити як проблеми їх використання, так і виділити перспективні напрями розвитку. Як свідчить практика, більшість українських підприємств використовують лише окремі Internet-технології і інструменти для просування своєї продукції, причому це застосування носить безсистемний характер. А це не дозволяє використати їх переваги, зокрема: можливість практично миттєвого доступу до віддалених цільових аудиторій; вирівнювання шансів на ринковий успіх великих і малих підприємств, оскільки і ті,