

Мельник В. С.

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ  
В УМОВАХ СВІТОВОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ  
ТА ТЕХНОЛОГІЧНОГО РОЗВИТКУ**

XXI сторіччя – це епоха інформаційного впливу, поширення ЗМІ та нових надзвичайних відкриттів, коли ринки збуту розподілені, а кордони за країнами тісно закріплені. Сьогодні на світовій арені представлені численні приклади взаємодії між інтересами та цілями підприємств, завдяки торгівельним, економічним, соціальними, науково-технологічним організаціям, засадам та інститутам, де інтереси всіх учасників будуть почуті. Досягнення кінцевої мети підприємства наразі залежить не тільки від відповідності організації до світових стандартів, а й від рівня та якості економічної стратегії.

Глобалізація – найважливіша умова сьогодення, це, звичайно, складний, багатогранний процес, який поширюється на всі явища суспільного розвитку і пов'язаний з поглибленням інтернаціоналізації світової економіки, зростанням взаємозалежності національних держав, зумовлених прискореним рухом міжнародних переміщень товарів, послуг, капіталу, високих технологій, тощо [1].

Українська економіка не розвивається ізольовано, усі світові процеси, у тому числі, глобалізація та інтеграція, тісно переплітаються з нашим суспільством, тому наразі українські компанії зацікавлені в подоланні кризи, що виникла у взаємовідносинах не тільки з іноземними партнерами у вигляді окремих підприємств, а й з великими транснаціональними корпораціями і навіть цілими державами. Невідповідність до міжнародних вимог, тривала економічна криза, поглиблення бюрократії, технологічна відсталість, законодавча база, що стає підставою для розвитку олігархії та монополізації підприємств настрій, в додаток песимістичний настрій у суспільстві та небажання громадян залишатися в країні через соціальні труднощі – усе це створює прірву між Україною та світовими ринками.

У 2014 році українська держава прийняла курс на євроінтеграцію, тому неодмінно вже сьогодні потрібен чіткий комплексний підхід для подавання української відсталості від світових лідерів. Позитивний розвиток зовнішньо-економічних відносин та інтеграція економіки відкривають додаткові можливості у створенні відповідних умов для задоволення життєвих потреб народу України.

На думку українських вчених, С. І. Соколенко та В. М. Богомазова, існує 3 передумови, реалізація яких створить сприятливі умови для включення України в глобальні процеси і структури:

- ринкова трансформація економіки;
- реструктуризація економіки;
- відкритість економіки [2].

Звичайно, створення гнучкої, сучасної законодавчої бази та підтримка підприємств державою за допомогою пільг і квот – важливі важелі на шляху до виходу підприємства на глобальний ринок, але підприємство не має впливу на ці процеси, тому неможливо ігнорувати важливість стратегії, яка допоможе зайняти місце в нестабільній ринковій економіці.

Під час створення стратегії слід зазначити:

- Створення унікального продукту, який витримає конкуренцію на світовому ринку.

- Планування детального плану виходу на певний ринок. Експерти вважають, що аналіз чинників (економічних, соціальних, політичних, релігійних) може знизити ризики на 95 %. Оптимальним вважається аналіз на 5 років вперед, це допоможе розрахувати оптимальні терміни окупності та основні ризики.

- Застосування практики ліцензування в міжнародній діяльності. Ліцензування дозволяє компанії встановлювати жорсткі умови щодо дотримання процесів і маркетингової політики компанії, є зручним способом організації місцевого виробництва на цільовому зовнішньому ринку без високих капіталовкладень. Найважливіша перевага організації такої діяльності – низькі витрати на організацію, супровід і контроль такої діяльності.

- Застосування контрактного виробництва, яке передбачає передачу виробництва компанії на місцевому ринку, і збереження інших функцій (маркетинг,

продажі, дистрибуція) за головною компанією. Такий тип стратегії виходу на зовнішній ринок використовує компанія ІКЕА. Вона знаходить невеликі місцеві компанії для виробництва її товарів всередині цільового ринку і значимо економить на транспортних витратах (експорт товару на зовнішній ринок).

- Побудова спільних підприємств. Спільні підприємства – окремі компанії, створені декількома підприємствами, у яких розділена ступінь відповідальності і ризиків між власниками. Компанія може створити спільне підприємство з одним з учасників цільового зовнішнього ринку з метою отримання доступу до ресурсів, знань, контактів або технологіями.

До позитивних чинників, що сприяють міжнародному розвитку українських підприємств можна віднести те, що в рамках угоди про співпрацю з ЄС скасовані мита на 94,7 % експортного обсягу українських промислових товарів, 83,4 % сільськогосподарських товарів, знижені або анульовані мита на ряд промислових товарів [3]. Щодня з інформацією щодо груп товарів з 0 % мита можна ознайомитись на порталі Служби підтримки експорту, а документи щодо співпраці України з ЄС можна знайти на сайті Міністерства економічного розвитку і торгівлі.

Наразі українські товари є привабливими для європейського споживача за ціною, що тільки підвищує вірогідність знайти свого покупця.

#### **Список використаних джерел:**

1. Храмов В. О. Зовнішньоекономічна політика : навч. посіб. / В. О. Храмов, Ю. А. Бовтрук. – К. : МАУП, 2014. – 541 с.
2. Україна в 1991–2016 рр.: стратегічні оцінки суспільно-політичного та соціально-економічного розвитку : моногр. / Національний ін-т стратегічних досліджень / Ю. Г. Рубан (заг. ред.). – К. : НІСД, 2011. – 855 с.
3. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://me.kmu.gov.ua>