**Стадник Мирослав Ярославович. Управління міжнародною діяльністю підприємств на світових ринках високотехнологічної продукції: дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / Українська академія зовнішньої торгівлі. - К., 2005**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | **Стадник М.Я. Управління міжнародною діяльністю підприємств на світових ринках високотехнологічної продукції. . – Рукопис.**  Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.01. – “Економіка, організація і управління підприємствами”. – Українська академія зовнішньої торгівлі. Міністерство економіки та з питань європейської інтеграції України. м. Київ, 2004.  В дисертаційній роботі досліджені особливості розвитку світового ринку високотехнологічної продукції та визначений стан високотехнологічної і інноваційної сфери економіки України і перспектив її інтеграції до світових ринків.  Обґрунтована концепція управління міжнародною діяльністю підприємств на ринках високотехнологічної продукції та визначені основні методичні підходи до вирішення проблем посилення конкурентноздатності вітчизняних підприємств на світових ринках високотехнологічної продукції, а також управління потенціалом міжнародної діяльності підприємства на ринках високотехнологічної та інноваційної продукції. Обґрунтовані основні організаційно-управлінські аспекти підвищення ефективності діяльності підприємств на світових високотехнологічних ринках. | |
| |  | | --- | | Дослідження методологічних і методичних проблем управління міжнародною діяльністю підприємств на ринках високотехнологічної продукції дозволило зробити наступні висновки.  1. В ХХ сторіччі у національних економіках розвинутих країн виник принципово новий організм – інноваційні системи, в рамках яких постійно зароджуються та розвиваються інноваційні кластери, які взаємодіють між собою, інтегруються у міжнародному масштабі і породжують глобальну інноваційну сферу.  2. Річний обсяг наукомісткої продукції на світовому ринку сьогодні досягає 2,5 – 3,0 трлн. дол. За прогнозами у наступні 15 років він може досягти 6,0 трлн. дол. Визнаними лідерами у світовій торгівлі є компанії США, Японії, Німеччини, Великобританії і Франції. У ряді галузей високих технологій до них наближаються країни Азіатсько-Тихоокеанського регіону – Республіка Корея, Малайзія, Сінгапур, Китай та інші. Україна на цьому ринку займає дуже скромне місце – 0,05% або 1,45 млрд. дол.  Прогнозні оцінки різних фахівців дають право стверджувати, що більш ніж на 2,0 млрд. дол. високотехнологічної та інноваційної продукції Україна у найближчі 2 – 3 роки не продасть. Але необхідно значно підвищити свою частку світового ринку за рахунок активізації міжнародної діяльності підприємств у світовій інноваційній сфері та на високотехнологічних ринках.  3. Розробка та просування високотехнологічної продукції на зовнішні ринки потребує нових форм організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства, в основі яких повинні знаходитися визначення довгострокових стратегічних пріоритетів, ефективна науково-технічна, інноваційна, інвестиційна та маркетингова співпраця між суб'єктами міжнародної мережі інноваційних, високотехнологічних підприємств, що потребує кардинальних змін у менеджменті інноваційної діяльності вітчизняних підприємств.  4. Для забезпечення постійного інноваційного розвитку й ефективної міжнародної співпраці менеджмент та маркетинг на підприємстві повинен мати інтеграційний стратегічний характер.  5. На рівні підприємства слід комплексно підходити до управління конкурентоспроможністю, виходячи з необхідності досягнення конкурентних переваг по декількох напрямах: зниження витрат, підвищення якості, забезпечення гнучкості виробничої та маркетингової діяльності підприємства, перманентного інноваційного пошуку, мінімізації часу виробництва та виведення продукту на ринок. Це забезпечує підвищення потенціалу міжнародної економічної діяльності підприємства на високотехнологічних ринках.  6. Щоб визначити потенціал міжнародної діяльності підприємства (Пм) необхідно оцінити його складові: експортний потенціал (Рек), потенціал щодо спільного підприємництва (Рсп) та міжнародний інвестиційний потенціал (Рін), а Пм = F(Рек, Рсп, Рін). Такий підхід дозволяє визначити переваги підприємства і, в залежності від цього, сформувати ефективну стратегію виходу на зовнішні ринки.  7. Однією з головних умов підвищення конкурентноздатності вітчизняних підприємств на світових ринках високотехнологічної продукції є гармонізація їх технологічного розвитку, менеджменту та маркетингу до рівня основних конкурентів або потенційних партнерів. Це будуть конкретні дії щодо гармонізації технологічного середовища України з розвинутими країнами.  8. Найважливішою проблемою на шляху до інноваційного розвитку є: розробка і реалізація державної політики у сфері науки і технологій на довготривалу перспективу; система визначення і реалізації пріоритетів інноваційного розвитку; оптимальне поєднання ринкових методів управління інноваційною діяльністю, в тому числі і міжнародною, із заходами державного регулювання. | |