

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНСЬКИХ КОРПОРАЦІЙ НА МІЖНАРОДНИХ РИНКАХ.

В даній статті розглянуто проблему досягнення українськими корпораціями міжнародної конкурентоспроможності їх продукції, проаналізовано основні чинники, що впливають на міжнародну конкурентоспроможність та запропоновано напрями формування стратегії підприємств на міжнародних ринках.

Постановка проблеми. В результаті утвердження України як самостійної, незалежної держави було створено необхідні умови для формування в країні національної економіки і органічного включення її в міжнародний економічний простір.

Разом з тим, успішна перебудова національної економіки як вагомої складової частини світового господарства неможлива без радикальної трансформації всього суспільного життя країни на основі лібералізації і створення сприятливого інвестиційного клімату.

Відбувається перехід від командно-адміністративної системи господарювання до системи відкритої економіки, яка характеризується тим, що ліквідується монополія держави і формується система зовнішньоекономічних відносин на основі принципу свободи конкуренції.

Усе це потребує відповідної модифікації форм і методів діяльності українських підприємств, які виступають на міжнародному ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремі питання щодо вирішення даної проблеми висвітлені в роботах як вітчизняних, так і зарубіжних авторів. Серед вітчизняних авторів, що займаються проблемою конкурентоспроможності українських підприємств можна виділити Сіваченка І.Ю., Козака Ю.Г., Єханурова Ю.І., Губського Б.В., Кредисова А., а зарубіжних авторів, що досліджують проблему конкурентоспроможності підприємств в цілому – Майкла Портера, Фатхутдинова Р.А., Томпсона А.А.[1-7]. Зокрема, в цих роботах розглядаються різні підходи до побудови стратегії виходу підприємства на світовий ринок.

Постановка задачі (цілі статті). В даній статті пропонуються напрямки формування стратегії конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. Від правильного вибору стратегії конкурентоспроможності залежить ефективність діяльності підприємства взагалі і, особливо, на міжнародному ринку.

Основна мета статті – визначення шляхів ефективного формування стратегії досягнення міжнародної конкурентоспроможності продукції українських підприємств та аналіз чинників, що впливають на конкурентоспроможність продукції українських корпорацій.

Викладення основного матеріалу. Для ефективного включення в світовий економічний простір українським підприємствам необхідно виробляти таку продукцію, яка буде конкурентоспроможною на зарубіжних ринках. Це може бути досягнуто, розробивши стратегію просування національної експортної продукції на світовому ринку.

Така стратегія повинна полягати не в простому нарощуванні обсягів експорту, а в сприянні створенню довгострокових конкурентних переваг та стабільному розширенні і якісному поліпшенню на основі цих переваг позицій країни на світовому ринку. Для цього необхідно мати чітку концепцію економічної політики, яка сприяла б розширенню експорту лише в поєднанні із загальними цілями макроекономічної політики.

Матеріальною основою стратегії просування продукції українських підприємств на зарубіжних ринках є експортний потенціал країни.

Загальновідомо, що Україна має великий експортний потенціал. Якщо площа країни становить 0,4% загальної світової суші і численність населення 0,8% загальносвітової кількості людей, то в Україні виробляється 5% світової мінеральної сировини та продуктів її переробки. Розвідані запаси корисних копалин України приблизно оцінюються в 7 трлн дол. У світовому виробництві марганцевої руди частка України становить 32%. Українські підприємства експортують близько 30% глини та 18% каолінів, що видобуваються[5].

Крім того, Україна має конкурентоспроможні технології в аерокосмічній галузі, ракетно- та суднобудуванні, виробництві нових матеріалів, біотехнології, регулюванні хімічних, біохімічних та біофізичних процесів. Великий потенціал мають також агропромисловий та енергетичний комплекси України[5].

Таким чином, є достатні підстави для висновку про те, що Україна має шанси для поліпшення своїх позицій на світовому ринку.

Досягнення цього можливе лише за умови проведення відповідної експортрозширюючої політики, коли поруч з розвитком традиційного експорту розвиватимуться й потенційні експортні галузі відповідно до тенденцій на світовому ринку. Цього можна досягти при сприянні у структурній політиці виробництву товарів високого ступеня переробки шляхом використання провідних технологій, які дозволять ефективніше використовувати наявні ресурси.

На основі аналізу класифікації факторів, запропонованої М. Портером, що впливають на конкурентоспроможність країни[6], визначено основні напрями формування стратегії українських підприємств на міжнародних ринках.

Перший напрямок: наука і технологія. З одного боку, Україна має певні наукові й технічні розробки в аерокосмічній галузі, ракетно- та суднобудуванні, виробництві нових матеріалів, біотехнології, регулюванні хімічних, біохімічних та біофізичних процесів і в деяких інших галузях, а з іншого боку - існує досить велике технологічне відставання в харчовій промисловості, ряді галузей машинобудування, виробництві інформаційно-обчислювальних систем тощо. Наприклад, харчова промисловість (при забезпеченні високої продуктивності сільськогосподарського виробництва та наявності провідних технологій і

устаткування підприємств з переробки сільськогосподарської продукції), могла б успішно просуватися на міжнародному ринку.

Другий напрям тісно пов'язаний з першим: для подолання технологічного відставання необхідні відповідні капіталовкладення, які значною мірою, можуть бути досягнуті за рахунок іноземних інвестицій. Існує багато шляхів залучення іноземного капіталу для інвестування економіки країни. Найважливішими з них, на наш погляд, є:

- кредити, позики та гранти міжнародних фінансових інституцій, країн, державних установ, міжнародних фондів, експортних агентств, банків тощо;
- прямі інвестиції через створення підприємств з іноземним капіталом, у тому числі спільних підприємств;
- портфельні інвестиції шляхом продажу іноземним резидентам і нерезидентам цінних паперів.

На сучасному етапі розвитку економіки країни через великі ризики та нестабільний інвестиційний клімат країни, фактичні обсяги та частка іноземних інвестицій у реальну економіку України залишаються мізерними по відношенню до масштабів економіки [5, с.180-181].

Щодо внутрішнього ринку позичкового капіталу України, з його неймовірними відсотковими ставками за довгостроковими кредитами (які насамперед необхідні для модернізації виробництва), також є фактично недоступним для виробників джерелом кредитування.

Процес катастрофічного старіння виробничих фондів без їх заміни відбирає у виробників перспективи виходу з кризового стану, а тим більше - досягнення рівня сучасної технологічної конкурентоспроможності на світовому ринку.

Третій напрям визначається такими факторами як інфраструктура та інформація. На сьогодні рівень розвитку цих двох факторів у нашій країні є недостатнім. Експортери мають низький рівень кваліфікації і проінформованості щодо ситуації на міжнародних ринках. В результаті, дуже часто це призводить до невиправданого заниження цін і проведення демпінгових торговельних операцій на світовому ринку, що веде до відповідної реакції з боку інших держав і створює для наших експортерів імідж "нечесних конкурентів".

На нашу думку, ефективному формуванню стратегії зовнішньоекономічної діяльності українських підприємств заважає недостатній розвиток систем зв'язку і транспортної інфраструктури. Ця проблема є актуальною, оскільки географічне положення України робить транспортні послуги одним з напрямів міжнародної спеціалізації в торгівлі послугами.

Серед інших проблем слід назвати неефективну систему міжвідомчої статистики в Україні, дані якої досить часто дають лише загальне уявлення про певні процеси і не дозволяють зробити достовірні висновки. Разом з тим, створення інфраструктури і забезпечення вільного та ефективного доступу до необхідної, з точки зору діяльності вітчизняних підприємств на світових ринках, інформації завжди було завданням держави.

Наступний вагомий фактор – фактор робочої сили. За цим фактором

Україна має порівняні переваги - це досить великий науковотехнічний потенціал та велика кількість дешевої кваліфікованої робочої сили. Але залишається проблема "відтоку умів", яка може бути успішно вирішена лише шляхом створення сприятливих умов для кваліфікованих кадрів.

Враховуючи всі ці фактори, методика розроблення стратегії виходу підприємства на світовий ринок, на наш погляд, повинні включати наступні етапи, які представлено на рис. 1.

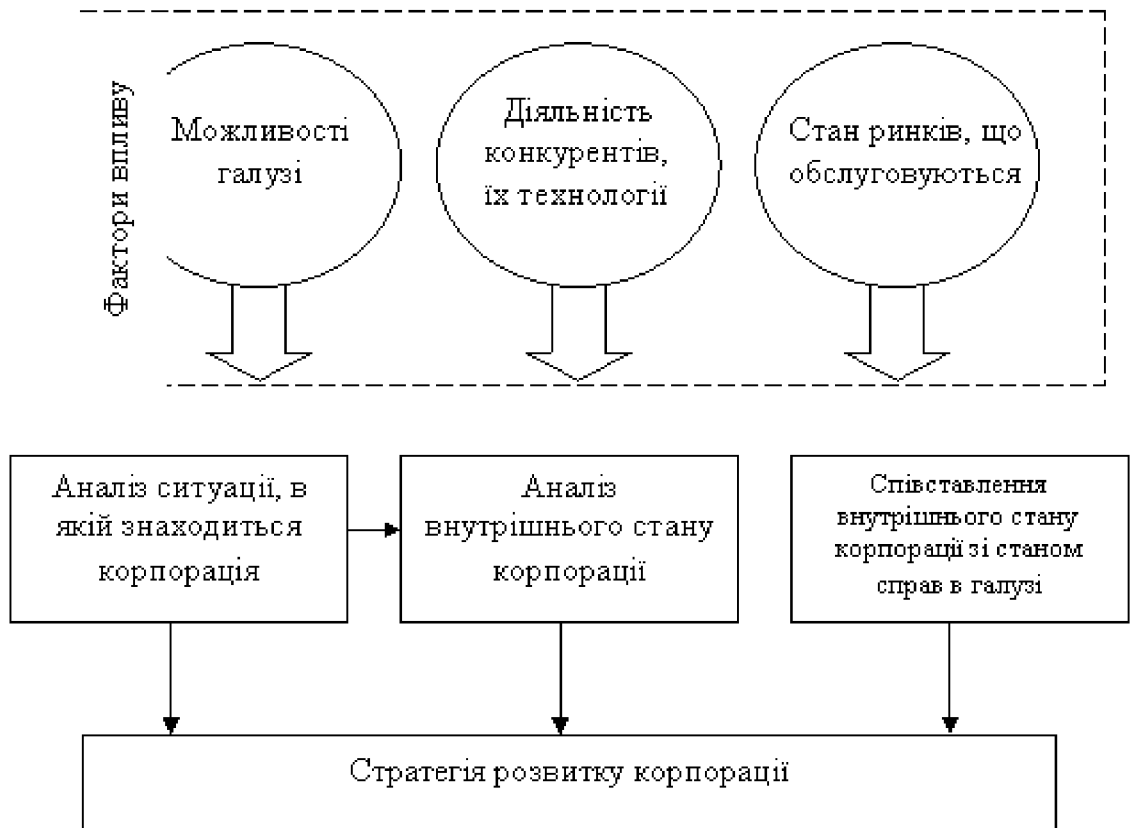


Рис.1. Основні етапи формування стратегії виходу підприємства на світовий ринок

Суттєвим елементом аналізу є також оцінювання міри зрілості галузі. При цьому беруться до уваги темпи зростання показників галузі, потенціал подальшого зростання, існуючий асортимент виробів, стан конкуренції, частка ринку, яка належить корпорації, характер застосовуваної технології.

Для розроблення стратегії підприємства створюються робочі групи. До них входять керівники підрозділів, спеціалісти з фінансів, технології та маркетингу. Метою робочої групи є розроблення стратегії стратегію компанії на строк до 10-15 років. Період залежить від конкретного підприємства або галузі. Це свого роду картографування майбутнього компанії на світових ринках.

Але для того, щоб вітчизняні підприємства і національна економіка в цілому змогли досягти достатнього рівня міжнародної конкурентоспроможності їх товарів, необхідна наявність певних внутрішніх і зовнішніх умов.

Який же рівень міжнародної конкурентоспроможності товарів чи послуг можна вважати достатнім? На наш погляд, це такий рівень економіки країни та її підприємств, який забезпечує, по-перше, підтримку зростаючих стандартів, а по-друге досягнення (збереження) таких позицій у світовій економіці, коли національні товари і послуги успішно реалізуються на міжнародних ринках. Як свідчить практика, сталої конкурентоспроможності досягають лише ті країни, які можуть оптимально реалізувати свої національні переваги, орієнтуючись на постійне підвищення продуктивності праці.

Для досягнення такого рівня і необхідна наявність певних внутрішніх і зовнішніх умов, які становлять потенціал конкурентоспроможності.

Разом з тим в Україні відчувається негативний вплив міжнародних економічних чинників: відплив капіталу за кордон, хронічний дефіцит торговельного балансу та ряд інших чинників.

Якщо враховувати існуючу сукупність внутрішніх і зовнішніх факторів, можна стверджувати, що для України актуальна проблема забезпечення, насамперед факторної конкурентоспроможності. Такий підхід означає моніторинг змін позиції країни на міжнародних ринках залежно від рівня розвитку національної економіки, що характеризується реальним використанням факторів економічного зростання.

Для забезпечення умов підвищення конкурентоспроможності необхідно розробити чітку державну стратегію досягнення конкурентоспроможності

національної економіки України, яка відповідала б її ресурсотехнологічному рівню.

У зв'язку з цим, слід переосмислити традиційні підходи щодо цілей та умов формування національної моделі відкритої економіки. Така модель може бути створена на основі врахування очевидних кореляційних взаємозв'язків внутрішньої та зовнішньої макроекономічної політики. Так, структурна перебудова позначається на параметрах конкурентної продукції, а розширення експорту є позитивним фактором її проведення.

Вирішити цю проблему можна лише на основі системного підходу. Такий підхід може бути реалізований на основі послідовної структурної політики, яка орієнтована на реалізацію національних переваг, забезпечення економічної безпеки України, прискорення її інтеграції у світову економічну систему. Така структурна політика повинна відобразитись у програмі структурної перебудови національної економіки і особливо її матеріального сектора. Основні зусилля держави повинні бути спрямовані на пошук та „витягування” потенційно конкурентоспроможних галузей і підприємств, тобто таких підприємств, які більше, ніж інші, мають необхідні умови для досягнення (за допомогою державної підтримки) в короткі строки конкурентних переваг як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Отже, державна програма, на нашу думку, повинна бути орієнтована на вирішення наступних основних проблем:

- створення сприятливих передумов для досягнення конкурентних переваг в усіх детермінантах „національного конкурентного ромбу”;
- пошук конкурентоспроможних галузей (підприємств);
- організація процесу раціонального використання коштів державного бюджету на поетапне перетворення цих галузей у галузі, які мають реальні конкурентні переваги.

Необхідні умови для підвищення конкурентоспроможності українських корпорацій можуть бути створені в результаті проведення більш чіткої фіскальної та грошово-кредитної політики.

На нашу думку актуальною є також проблема національної податкової політики. Загальновідомо, що головним її принципом мають бути поміркованість і розрахунок не на високі ставки, а на широту бази оподаткування. Також відомо, що маса податків, що збираються, збільшується за умов зменшення ставок оподаткування. Якщо податки зменшуються, якісно збільшуються господарський оборот і маса вироблених товарів, які підлягають оподаткуванню, поліпшується господарська кон'юнктура.

В Україні ж податкове навантаження становить більш як половину від ВВП. Господарства та підприємства зобов'язані сплачувати близько 20 обов'язкових загальнодержавних і 9 місцевих податків і зборів. Якщо справно сплачувати всі ці податки, то підприємець практично залишається без коштів не тільки для розширеного, а навіть для простого відтворення.

Таким чином, для створення сприятливих внутрішніх умов, при яких вітчизняні підприємства можуть досягти відповідного рівня міжнародної

конкурентоспроможності, необхідна виважена податкова політика, яка дасть змогу цим підприємствам працювати високоефективно і виробляти продукцію на рівні світових стандартів.

Продумана політика у грошово-кредитній сфері повинна запобігати подальшим сплескам інфляції, гарантувати прогнозований курс гривні, здешевіти кредити, налагодити систему довгострокового кредитування виробництва, розвинути систему експортних кредитів та гарантій.

Ще одна внутрішня умова - активна інвестиційна політика, яка гарантує досягнення макроекономічної стабілізації. Але все ж, незважаючи на досягнуту макроекономічну стабільність, Україна залишається непривабливою для прямих іноземних інвестицій. Дають взнаки традиційні фактори інвестиційної непривабливості - недостатні надійність і авторитетність законодавчої бази, порівняно низька рентабельність галузей і конкретних об'єктів інвестування, перепони адміністративно-бюрократичного характеру тощо.

В Україні реанімування економіки та її поживлення неможливі без наповнення сфери виробництва реальним капіталом. Для вирішення проблем можуть бути використані такі способи, як: послаблення податкового тягара з розширенням податкової бази і легалізацією "тіньової" економіки; пошук шляхів залучення заощаджень населення; мобілізація їх через цінні папери; селективне стимулювання великих прямих іноземних інвестицій; використання іноземних кредитів тощо.

Ефективною може бути і практика спільної участі у високоприбуткових проектах держави і підприємницьких кіл, яка може реалізуватися в різноманітних формах. Про позитивний досвід такої співпраці свідчить досвід нових індустріальних країн (класичний приклад - Республіка Корея).

Сприятливі умови для досягнення міжнародної конкурентоспроможності українських підприємств створюються в результаті діяльності спільних підприємств у вільних економічних зонах та на територіях пріоритетного розвитку.

Аналіз досвіду багатьох країн показує, що багато в чому національний конкурентний потенціал формують підприємства середнього і малого бізнесу. Необхідні умови повинні бути створені і для розвитку сфери послуг, яка відіграє неабияку роль у підтриманні конкурентоспроможності багатьох провідних країн.

Серед внутрішніх умов досягнення міжнародної конкурентоспроможності українських підприємств не останню роль відіграє соціальний фактор. Для працівників вітчизняних підприємств, які виробляють конкурентоспроможну продукцію на експорт, повинні бути створені такі умови, за яких вони відчували б позитивний вплив на свій рівень життя результатів цієї діяльності.

Щодо зовнішніх умов міжнародної конкурентоспроможності продукції українських підприємств, то на їх формування можуть впливати як об'єктивні, так і суб'єктивні чинники.

Об'єктивні чинники виникають під дією загальних закономірностей розвитку міжнародного ринку. Найважливішим з них є конкретна ситуація на

ринку тієї чи іншої продукції. А тому нашим підприємцям необхідно вивчати цю ситуацію і в своїх діях пристосовуватися до неї.

Суб'єктивні чинники повністю залежать від дії вітчизняних підприємців на міжнародному ринку. Тут найважливішим чинником може бути позитивний імідж вітчизняного підприємства, надійність його як партнера і висока якість його продукції.

Висновки. Стратегію корпорації необхідно формувати таким чином, щоб її продукція зберігала високі конкурентні якості й технічну новизну протягом тривалого часу. Саме такі корпорації та підприємства зберігають лідерство у світовому виробництві. Місце підприємства та конкурентоспроможність його продукції на міжнародному ринку визначається різними чинниками, дію яких обов'язково слід враховувати при виході підприємства на міжнародний ринок.

Список літератури

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. – СПб.: Питер, 1999.
2. Горбашко Е.А. Обеспечение конкурентоспособности промышленной продукции. – СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 1994.
3. Єфремов В.С. Стратегия бизнеса. – М.: Финпресс, 1998.
4. Магомедов Ш.Л. Определение показателей конкурентоспособности товаров. – СТК. - №9. – 315с.
5. Пересада А.А.. Управління інвестиційним процесом. – К.: Лібра, 2002. – 472 с.
6. Портер М. Международная конкуренция: Пер. с англ. и с предисловием В.Д.Щетинина. – М.: Междунар.отношения, 1993. – 896с.
7. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М.: ИНФРА – М, 2000. – 312с.