

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ НА МІЖНАРОДНИХ РИНКАХ

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

В статье рассмотрено проблему достижения украинскими предприятиями международной конкурентоспособности их продукции, проанализированы основные факторы, которые влияют на международную конкурентоспособность и предложены направления формирования стратегии предприятий на международных рынках.

Article examines the issue of reaching the international competitiveness of production by the Ukrainian enterprises. The main factors which affect the international competitiveness are analyzed and the directions of the enterprises strategy forming at international markets are proposed.

Ключові слова: конкурентоспроможність продукції, стратегії конкурентоспроможності, національна економіка, експорт.

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

Водночас, 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.

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

Окремі питання щодо розв'язання даної проблеми висвітлені в роботах як вітчизняних, так і зарубіжних авторів. Серед вітчизняних авторів, що займаються проблемою конкурентоспроможності українських підприємств, можна виділити В.Осипова, Ю.Козака, Ю.Єханурова, А.Кредисова, а серед зарубіжних авторів, що досліджують проблему конкурентоспроможності підприємств загалом, – М.Портера, Р.Фатхутдинова, А.Томпсона. [1-7]

У даній статті пропонуються напрями формування стратегії конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, яка засновується на конкурентоспроможності їхньої продукції.

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.

Для ефективного включення в світовий економічний простір українським підприємствам необхідно виробляти таку продукцію, яка буде конкурентоспроможною на зарубіжних ринках. Але не можна забувати, що поняття «конкурентоспроможність» багатомірне. Тобто конкурентоспроможний товар підвищує конкурентоспроможність підприємства загалом, а підприємство – галузі, галузь – країни, і таким чином ми виходимо на міжнародну конкурентоспроможність. Отже якщо будь-яка ланка буде порушена або слабка, то кінцевий результат буде негативним. [5]

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. [3]

У світовому виробництві марганцевої руди частка України становить 32%. Українські підприємства експортують близько 30% глин та 18% каолінів, що видобуваються. [3]

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. [3] Але також не треба забувати про галузі, які є головуючими сьогодні. Перш за все – чорна та кольорова металургія, яка забезпечує більше 25% промислового виробництва країни, дає 40% валютних надходжень до України та більш 10% надходжень до державного бюджету країни.

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. Більш наукоємна продукція дасть змогу українським підприємствам зайняти відповідну нішу в світовому просторі.

На основі аналізу класифікації факторів, запропонованої М. Портером, що впливають на конкурентоспроможність країни [4], визначено основні напрями формування стратегії українських підприємств на міжнародних ринках.

Перший напрям: 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, багатьох галузях машинобудування, виробництві інформаційно-обчислювальних систем тощо. Наприклад, металургійна промисловість. Науковці сьогодні виділяють низку проблем, що затримують розвиток внутрішнього ринку металопродукції Україні, серед них: несприятливе співвідношення (диспропорція) між виробництвом, внутрішнім споживанням та експортом металопродукції; незадовільне забезпечення зростаючих потреб внутрішнього ринку; диспропорція між експортом, імпортом та внутрішнім споживанням металопродукції; диспропорція між внутрішніми та зовнішніми (світовими) цінами на металопродукцію; низьке споживання металопродукції на одного мешканця (в порівнянні з розвинутими країнами); деформована структура попиту на металопродукцію на внутрішньому ринку; застосування тіньових схем у постачанні металопродукції. Усі вищезазвані проблеми розв'язуються за допомогою держави, але, на жаль, сьогодні в умовах кризи дані проблеми витісняються на другий або навіть третій план. [1]

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;

✓ прями 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 відносно масштабів економіки. [3, с.180-181] За даними Держкомстату України, в 2010 р. в Україну надійшло 10 млрд. 911,1 млн. дол. прямих інвестицій із 124 країн світу. В той час як потреби економіки становлять приблизно 50 млрд. дол. [6]

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.

Як наслідок, 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. На сьогодні в Україні діє 19 морських та річкових портів, але, на жаль, відсоток завантаження деяких не перевищує і 20%. Ця цифра не стосується найбільших портів, таких як Одеський, Ілчівський, Юний, де відсоток завантаження значний – 60-70 %. Ще однією перевагою України є її географічне положення, що надає їй статусу транзитної держави. Проте ми недостатньо мірою використовуємо його, лише на 50%, а в умовах світової кризи цей показник знизився вдвічі. [7]

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.

Водночас, 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 науково-технічний потенціал та велика кількість дешевої кваліфікованої робочої сили.

Але залишається проблема "відтоку умів", яка може бути успішно розв'язана лише шляхом створення сприятливих умов для кваліфікованих кадрів. Збиток від "відтоку умів" в 90-ті рр. оцінюється експертами в 50 млрд. дол. [7]

Враховуючи всі ці фактори, методика розроблення стратегії виходу підприємства на світовий ринок, на наш погляд, повинна включати наступні етапи:

- ✓ фактори впливу;
- ✓ можливості галузі;
- ✓ діяльність конкурентів, їхні технології;
- ✓ стан ринків, що обслуговуються;
- ✓ аналіз ситуації, в якій знаходиться підприємство;
- ✓ аналіз внутрішнього стану підприємства;
- ✓ зіставлення внутрішнього стану підприємства зі станом справ у галузі;
- ✓ стратегія розвитку підприємства.

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.

Отже ми бачимо, що Україна має суттєві фактори для підвищення конкурентоспроможності на кожному з рівнів, як-то галузевому чи державному. Правильна зважена політика України надасть їй змогу зайняти достойне місце в світовому товаристві. 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.

Список використаних джерел:

1. Горбашко Е.А. Обеспечение конкурентоспособности промышленной продукции. – СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 2004
2. Магомедов Ш.Л. Определение показателей конкурентоспособности товаров. – СТК. - №9. - 315с.
3. Пересада А.А.Управління інвестиційним процесом.– К.: Лібра, 2002. - 472 с.
4. Портер М. Международная конкуренция: Пер. с англ. и с предисловием В.Д.Щетинина – М.: Междунар.отношения, 2002. - 896с.
5. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М.: ИНФРА – М, 2000. - 312с.
6. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.trans-port.com.ua/>
7. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.blackseatrans.com/>