

ТПП У ФОРМУВАННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЇ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА

© КОТ О. В., КРАВЧЕНКО К. Є.

УДК 339.922

Кот О. В., Кравченко К. Є. ТПП у формуванні конкурентоспроможності підприємств в умовах інтеграції міжнародного бізнес-середовища

У статті проаналізовано принципи взаємодії підприємств та промислових палат через призму конкурентоспроможності. Розглянуто відмінні риси та зроблено висновок про провідну роль торгово-промислових палат як інформаційного агента в системі «бізнес – бізнес» і необхідність посилення ролі цього інституту. Мета статті полягає у всебічному вивченні ролі торгово-промислових палат (ТПП) в умовах інтеграції бізнес-середовища. Розглянуто внески вчених у дослідження проблем конкурентоспроможності підприємств. Охарактеризовано теоретичні підходи до визначення конкурентоспроможності. Обґрунтовано структурні механізми двох ланок – конкурентоспроможності та ТПП. Розглянуто сильні та слабкі сторони ТПП, які проявляються у матеріальному та нематеріальному вигляді. Розроблено теоретично обґрунтовані положення і практичні рекомендації щодо вдосконалення взаємодії підприємств і ТПП. Виявлено особливості існування ТПП. Визначено роль і місце торгово-промислових палат у формуванні конкурентоспроможності підприємств. Наведено загальну характеристику роботи торгово-промислової палати України.

Ключові слова: торгово-промислова палата, конкурентоспроможність підприємств, система «бізнес – бізнес», міжнародне бізнес-середовище, інтеграція.

Рис.: 2. **Бібл.:** 9.

Кот Олена Володимирівна – кандидат економічних наук, доцент, кафедра міжнародної економіки, Харківський державний університет харчування та торгівлі (вул. Клочківська, 333, Харків, 61051, Україна)

E-mail: lenkot@mail.ru

Кравченко Катерина Євгенівна – магістрант, Харківський державний університет харчування та торгівлі (вул. Клочківська, 333, Харків, 61051, Україна)

E-mail: Kattypretty@inbox.ru

УДК 339.922

UDC 339.922

Кот Е. В., Кравченко Е. Е. ТПП в формировании конкурентоспособности предприятий в условиях интеграции международной бизнес-среды

В статье проанализированы принципы взаимодействия предприятий и промышленных палат через призму конкурентоспособности. Рассмотрены отличительные черты и сделан вывод о ведущей роли торгово-промышленных палат как информационного агента в системе «бизнес – бизнес» и необходимости усиления роли этого института. Цель статьи заключается во всестороннем изучении роли торгово-промышленных палат (ТПП) в условиях интеграции бизнес-среды. Рассмотрены вклады ученых в исследование проблем конкурентоспособности предприятий. Охарактеризованы теоретические подходы к определению конкурентоспособности. Обоснованы структурные механизмы двух звеньев – конкурентоспособности и ТПП. Рассмотрены сильные и слабые стороны ТПП, проявляющиеся в материальном и в нематериальном виде. Разработаны теоретически обоснованные положения и практические рекомендации по совершенствованию взаимодействия предприятий и ТПП. Выявлены особенности существования ТПП. Определены роль и место торгово-промышленных палат в формировании конкурентоспособности предприятий. Приведена общая характеристика работы торгово-промышленной палаты Украины.

Ключевые слова: торгово-промышленная палата, конкурентоспособность предприятий, система «бизнес – бизнес», международная бизнес-среда, интеграция.

Рис.: 2. **Библ.:** 9.

Кот Елена Владимировна – кандидат экономических наук, доцент, кафедра международной экономики, Харьковский государственный университет питания и торговли (ул. Клочковская, 333, Харьков, 61051, Украина)

E-mail: lenkot@mail.ru

Кравченко Екатерина Евгеньевна – магістрант, Харьковский государственный университет питания и торговли (ул. Клочковская, 333, Харьков, 61051, Украина)

E-mail: Kattypretty@inbox.ru

Kot O. V., Kravchenko K. Ye. CCI in Shaping the Competitiveness of Enterprises in the Integration of the International Business Environment
The article analyzes the principles of interaction between enterprises and industrial chambers through the prism of competitiveness. The distinctive features were considered and it was concluded the leading role of the Chambers of Commerce as information agent in the "business – business" system and the need to strengthen the role of this institution. The purpose of the article is the full study of the role of chambers of commerce in the integration of the business environment. The contributions of scientists in the study of problems of competitiveness of enterprises were considered. The theoretical approaches to the definition of competitiveness were characterized. The structural mechanisms of the two units – the competitiveness and CCI were justified. The strengths and weaknesses of the Chamber of Commerce and Industry were examined, manifested in the material and non-material form. Theoretically grounded positions and practical recommendations for improving the interaction between enterprises and CCI were developed. The features of the existence of the CCI were found. The role and place of Chambers of Commerce and Industry in the formation of the competitiveness of enterprises were defined. The general characteristics of the Chamber of Commerce and Industry in Ukraine were provided.

Key words: Chamber of Commerce and Industry, the competitiveness of enterprises, the of "business – business" system, an international business environment, the integration.

Pic.: 2. **Bibl.:** 9.

Kot Olena V. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Department of International Economics, Kharkiv State University of Food Technology and Trade (vul. Klochkivska, 333, Kharkiv, 61051, Ukraine)
E-mail: lenkot@mail.ru

Kravchenko Kateryna Ye. – Graduate Student, Kharkiv State University of Food Technology and Trade (vul. Klochkivska, 333, Kharkiv, 61051, Ukraine)
E-mail: Kattypretty@inbox.ru

Економічне середовище функціонування вітчизняних підприємств характеризується виникненням принципово нових, викликаних дією світової фінансової кризи та поглибленням існуючих проблем, зумовлених специфікою вітчизняної економіки. Ефективне функціонування за таких умов вимагає підвищення конкурентоспроможності вітчизняних виробників до рівня, який дозволить їм задовольнити нові потреби вітчизняного та світового ринків. Це змушує вітчизняні підприємства звертати увагу на не ефективну організацію виробництва, інформаційне забезпечення, неготовність виробничої та маркетингової систем до нових умов функціонування підприємств, недостатній рівень бізнес-освіти працівників. Також потребують уваги засоби впливу бізнесу на процес створення державою сприятливої нормативної бази. Розв'язання проблем підприємств передбачає вдосконалення та розвиток форм їхньої взаємодії на рівні інституційних структур. Світовий досвід доводить, що коли держава не в змозі належним чином відігравати регулювальну роль, необхідним є реформування та підвищення ролі інститутів самоорганізації економіки, серед яких найбільшого потенціалу та ефективності набуває інститут торгово-промислових палат (ТПП).

Суттєвий внесок у дослідження сутності та особливостей функціонування Торгово-промислової палати як учасника економічних відносин зробили: Пшонка О. Г., Галега В., Боддирь Г. М., Кучай О. В., Петрова А. М. та інші. Питання про конкурентоспроможність підприємства були розглянуті в роботах Шершньової З. Є., Оборської С. В., Портера М., Кемпбелла Д., Стоунхауса Дж., Х'юстона Б., Кругмана П. та іншими.

Об'єктом дослідження є торгово-промислові палати, вітчизняні та зарубіжні підприємства, заходи міжнародного співробітництва, діяльність Торгово-промислової палати України.

Предметом дослідження є процеси діяльності, яку здійснюють торгово-промислові палати.

Мета статті полягає у всебічному вивченні ролі торгово-промислових палат в умовах інтеграції бізнес-середовища.

Поняття конкурентоспроможності містить у собі великий комплекс економічних, правових та інших характеристик, що визначають положення підприємства на галузевому, регіональному або світовому ринку. Цей комплекс може включати характеристики товару, обумовлені сферою виробництва, а також фактори, що формують у цілому економічні умови виробництва і збуту продукції. Рівень конкурентоспроможності підприємства – відбивач, в якому відображаються сукупні підсумки роботи практично всіх служб підприємства, а також стан зовнішнього довкілля.

Дослідження конкурентоздатності підприємства доцільно передбачає з'ясування певного кола вимірювачів, що пропонуються в сучасній економічній теорії та практиці. Класиком теорії конкуренції та конкурентоспроможності вважається М. Портер, вагомим внеском якого є дослідження категорії «конкурентних переваг» – ключових факторів успіху, характерних для певного підприємства чинників, що дають йому переваги над конкурентами, наприклад, у боротьбі за інвестиції за рахунок більшої прибутковості або швидкості обороту капіталу. За Портером, конкурентні переваги поділяються на два основні види: більш низькі витрати та диференціація товарів [3].

З теорії конкурентних переваг М. Портера випливає ряд принципових положень, важливішими з котрих є такі [3]:

- ✦ конкурентоспроможність характеризується ефективністю використання ресурсів, що перебувають у розпорядженні фірми, і може бути виміряна показником рентабельності виробництва;
- ✦ показник конкурентоздатності може визначатися лише відносно інших підприємств-конкурентів;
- ✦ існує два головні шляхи підвищення конкурентоспроможності фірми – зниження собівартості продукції (зростання прибутків, рентабельності виробництва, зростання частки ринку) і диференціація товарів (пошук нових, незайманих ніш на ринках збуту).

В економічній науці не існує єдиної ознаки, яку можна було б розглядати як показник рівня конкурентоспроможності суб'єкта господарювання. У формах статистичної звітності промислових підприємств сьогодні відсутній як показник прогнозованої здатності вести суперництво в ринкових умовах господарювання, тобто показник конкурентоспроможності, так і показник успішності фактичної конкурентної боротьби, тобто показник конкурентності. Власне, поняття «конкурентоспроможність підприємства» є латентним у тому сенсі, що воно принципово не може бути виміряне єдиним статистичним показником. Тому поняття носить ознаки складної виробничої системи, якою є підприємство в умовах ринкового господарювання і проявляється на поверхні у вигляді сукупності чинників-симптомів – окремих групових і первинних факторів [9, с. 51 – 52].

Конкурентоспроможність підприємства – це відносна характеристика, яка відображає відмінності в розвитку даної фірми від розвитку конкурентних фірм за ступенем задоволення своїми товарами потреб людей і за ефективністю виробничої діяльності [2].

Фактори, що впливають на конкурентоспроможність фірми:

- ✦ місткість ринку (кількість щорічних продажів);
- ✦ легкість доступу на ринок;
- ✦ вид виробленого товару;
- ✦ однорідність ринку;
- ✦ конкурентні позиції підприємств, що вже працюють на даному ринку;
- ✦ можливість технічних нововведень у галузі [2].

Должанський І. З. вимірює й розшифровує зовнішні та внутрішні фактори конкурентоздатності підприємства таким чином (рис. 1).

Розглянувши конкурентоспроможність підприємства, перейдімо безпосередньо до інструмента, який є зв'язною ланкою між конкурентоспроможністю та підприємством, а також функціонуванням останнього на ринку – це торгово-промислова палата. Торгово-промислові палати (ТПП) являють собою одну з форм об'єднання торгово-промислових кіл, яка працює в системі «бізнес для бізнесу» і націлена на з'ясування становища в торгівлі та промисловості, пошук ринків збуту, розробку комплексу послуг для підтримки бізнесу, сприяння налагодженню та розвитку міжнародних зв'язків. Розвиток торгово-промислових палат є одним із чинників становлення світової капіталістичної економіки. За більш ніж два століття у світовій практиці державні та приватні торгово-промислові палати набули значного розвитку.

Для повноцінного розвитку української бізнес-спільноти та її інтеграції у світову бізнес-спільноту, а також для набуття конкурентоспроможності, необхідно розвинути

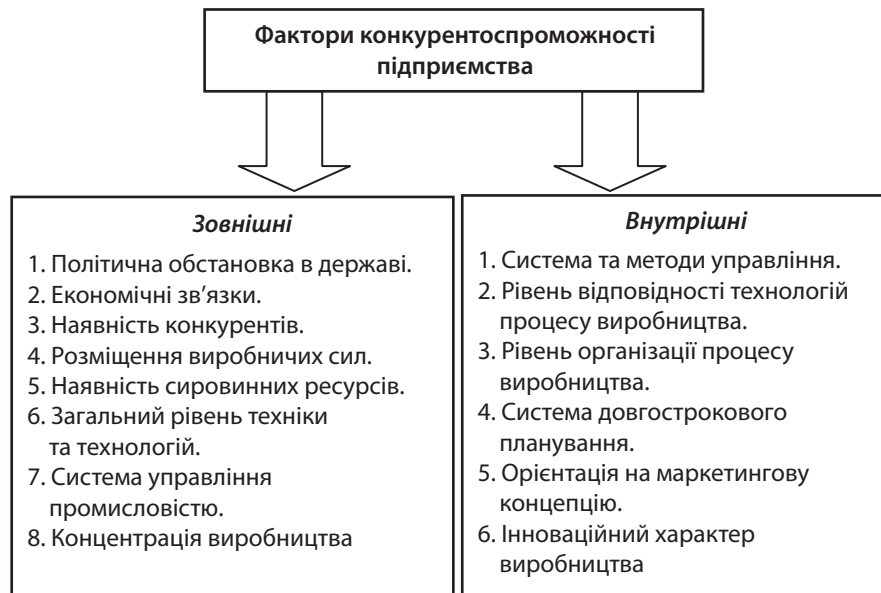


Рис 1. Фактори конкурентоспроможності підприємства [1, с. 32]

інституційні засади функціонування національної торгово-промислової палати, що потребує дослідження процесів розвитку специфічних для цієї спільноти норм і цінностей, механізмів і легітиматії.

Надзвичайно важливим і складним структурним утворенням ринкової економіки є її інфраструктура. Вона містить такі елементи: аукціони, торгово-промислові палати, торгові доми, ярмарки, маркетинг, біржі, брокерські, страхові, аудиторські фірми, холдингові компанії тощо.

Звернемося до торгово-промислових палат. Вони є провідниками ліберальних ринкових відносин і демократичного устрою суспільства. Торгово-промислові палати надають цільові інформаційні послуги на регіональному і місцевому рівнях. Палати є консультантами органів влади з питань розвитку економіки, ініціаторами важливих проєктів. Важливість і роль торгово-промислових палат для регулювання міжнародних економічних відносин неможливо знехтувати. Про це свідчить, передусім, кількість ТПП у світі. Нині їх нараховується понад 40 тисяч. Кількість палат невинно зростає. Вони виконують роль не лише консультативного органу влади у сфері підприємництва і розвитку бізнесу, але і є одним із важливих носієм міжнародних економічних і торгових традицій у світовій економічній спільноті [6].

Саме поняття «торгова палата» виникло на Заході ще в XVI столітті і було пов'язано з зародженням некомерційних об'єднань, зборів представників ділового світу з метою розробки єдиних правил у торгівлі та виробництві [8, с. 233].

Палати – це організації кількох членів, що представляють собою ділові об'єднання і включають підприємства та окремих громадян, які займаються торгівлею, виробництвом і наданням послуг. Їх спільна мета – захист і сприяння бізнесу. Вони являють собою як обслуговуючі, так і представницькі організації – з одного боку, забезпечують допомогу своїм членам, а з іншого – надають консультації і чинять вплив на уряд з метою створення більш сприятливих умов для бізнесу [7].

Торгово-промислові палати в нашій державі створюються з метою сприяння розвитку національної економіки, її інтеграції у світову господарську систему, форму-

вання сучасних промислової, фінансової та торговельної інфраструктур, створення сприятливих умов для підприємницької діяльності, всебічного розвитку усіх видів підприємництва, не заборонених законодавством України, науково-технічних і торговельних зв'язків між українськими підприємцями та підприємцями зарубіжних країн.

Існує розмаїття поглядів на торгово-промислову палату. Політологи називають палати «представниками третього прошарку». Правники вбачають у палатах громадські організації, які лобюють інтереси певних груп. Соціологи розглядають палати на рівні з профспілками та іншими суспільно-політичними об'єднаннями. Важко назвати інші організації, які б мали настільки суттєвий вплив на розвиток не лише національної економіки, а й світових економічних відносин в цілому.

Світовий досвід свідчить, що деякі послуги, передбачені міждержавними угодами, виконують торгово-промислові палати. До них належать насамперед послуги, пов'язані зі сприянням міжнародній торгівлі. Як правило, повноваження, делеговані міжнародними організаціями палатам, дуже відповідальні. Поміж послуг, пов'язаних з виконанням палатами міжнародних угод, такі:

- ✦ пропаганда міжнародних торгових правил і термінів (ІНКОТЕРМС);
- ✦ організація незалежного міжнародного комерційного арбітражного суду;
- ✦ посвідчення сертифікатів походження товарів і непередбачених обставин (форс-мажорних);
- ✦ оформлення тимчасової безмитної декларації на ввез та вивез зразків товарів і обладнання;
- ✦ посвідчення документів на право ведення зовнішньоекономічної діяльності;
- ✦ сприяння в оформленні документів з упровадження системи автоматичної ідентифікації та штрих-кодування товарів у Міжнародній асоціації товарної нумерації ЕАп, а також в розробці та реєстрації товарних знаків, знаків обслуговування;
- ✦ допомога в наданні правової охорони об'єктам промислової та інтелектуальної власності [6].

Торгові палати є однією з найдавніших системних за- сад функціонування бізнес-середовища, відтак вони мають специфічні соціокультурні характеристики, виступають в якості спеціального механізму відтворення та змін діючих за- конів і норм в специфічному середовищі бізнес-спільноти.

Функціонування ТПП України на території неза- лежної України та формування сучасної моделі торгово-промислової палати з урахуванням до- свіду функціонування за континентальною та державною організаційно-правовими моделями [8].

Торгово-Промислова Палата України почала свій роз- виток як самостійна організація з 1992 р. 2 грудня 1997 р. було прийнято Закон України «Про торгово-промислові палати в Україні».

На сьогодні торгово-промислова палата України є універсальним інформаційним агентом у системі бізнес – влада та надає підприємцям ряд спеціалізованих послуг, у тому числі у вигляді делегованих державою функцій, таких як ведення Недержавного реєстру підприємств, видача сер- тифікатів походження товару та карнетів АТА [5]. Зовнішня політика торгово-промислової палати України є повністю узгодженою із зовнішньоекономічною політикою країни. ТПП здійснює захист зовнішньоекономічних інтересів України шляхом підписання договорів про співпрацю із іноземними торговими палатами та утворення Ділових рад, таких як Українсько-Білоруська, Українсько-Грузинська, Українсько-Молдовська, Українсько-Турецька ділові ради, а також Ділова рада ГУАМ. Отже, ТПП України висту- пає механізмом інституціоналізації українського бізнес- середовища на регіональному та глобальному рівнях.

На рис. 2 розглянемо сильні та слабкі сторони торгово-промислових палат, які проявляються в матеріаль- ному вигляді – зростання доходу палат і в нематеріально- му – підвищення професіоналізму персоналу, стабілізація і покращення іміджу цих організацій, а також посилення по- зицій на ринку послуг у сфері «бізнес для бізнесу» [4].

Результати досліджень вітчизняних і зарубіжних учених підтверджують унікальність ролі ТПП у сприянні розвитку підприємств. Палати як специфічний інститут представництва інтересів бізнесу не мають собі рівних за ступенем охоплення підприємницького середовища, гео- графічним масштабом діяльності, потенційними можли- востями захисту інтересів бізнесу та силою впливу на еко- номічний розвиток країни. Сьогодні в усіх державах світу палати виконують роль сполучальної ланки між владою та підприємницьким сектором.

Згідно з існуючими підходами до розвитку взаємодії підприємств і ТПП останні потребують не просто вдоско- налення, а розроблення принципово нових підходів з ура- хуванням особливостей функціонування сучасних підпри- емств і тенденцій інституціонального розвитку.

Отже, удосконалення процесів взаємодії торгово-про- мислових палат з вітчизняними підприємствами набуває до- мінантної ролі в підвищенні конкурентоспроможності, про- дуктивності та ефективності вітчизняної промисловості.

ВИСНОВКИ

Торгово-промислові палати як фактор сприяння зовнішньої торгівлі та конкурентоспроможності підпри- емств на сучасному етапі глобалізації та інформатизації виступають важливим елементом інфраструктури сучас- ної ринкової економіки, створюються в цілях сприяння

розвитку економіки, формування промислової, фінансової інфраструктури; будучи недержавними, некомерційними громадськими організаціями, вони об'єднують підприєм- ців і підприємства незалежно від їхніх форми власності, а також організаційно-правової форми.

ТПП України має виступати агентом вдосконалення нормативно-правової інфраструктури підприємництва у відкритій економіці країни, зокрема з урахуванням вимог міжнародної конкуренції за умов глобалізації, а також ін- форматизації інноваційно-технологічного розвитку; ТПП має націлюватися на розробку комплексу спеціальних сучасних стандартів розвитку ринкової інфраструктури, визначати основні вимоги створення, використання елек- тронних документів, юридичних норм, правил, які безпо- середньо регулюють відносини з приводу інформаційної торгівлі, а також адресовані усім учасникам і регуляторам сучасного бізнесу. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підпри- емства : навч. посібник / І. З. Должанський, Т. О. Загорна. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
2. Конкурентоспроможність підприємства [Електрон- ний ресурс]. – Режим доступу : <http://marketing-helping.com/konspekti-lekczj/21-konspekt-lekczj-qosnovi-marketinguq/409-konkurentospromozhnst-pdprimstva.html>
3. Портер М. Міжнародна конкуренція / М. Портер. – М. : Міжнародні відносини, 1993. – 896 с.
4. Пшонка О. Г. Використання міжнародного маркетингу в управлінні торгово-промисловою палатою : дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / Донецький держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського / О. Г. Пшонка. – Донецьк, 2004.
5. Торгово-промислова палата України [Електронний ре- сурс]. – Режим доступу : <http://www.ucci.org.ua/ru/about.shtml>
6. Торгово-промислові палати – рупор бізнесу [Електро- нний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ebooktime.net/book_295_glava_26_6.1._%D0%A2%D0%9E%D0%A0%D0%93%D0%9E%D0%92%D0%9E%D0%9F%D0%A0%D0%9E%D0%9C%D0%98.html
7. Федотов В. И. Торгово-промышленные палаты. Ч. 2. Теория и практика / В. И. Федотов. – Саратов : Изд-во СГТПП. 2006. – 320 с.
8. Формування світогляду особистості та соціальне кон- струювання сучасного світу. Матеріали міжрегіональної нау- ково-практичної конференції (24 червня 2011 року) / Під ред. проф. Т. Р. Ворначевої ; Краснодарський інститут МАУП. – Крас- нодон : Вид.-во «Ноулідж», 2011. – 249 с.
9. Янковой А. Г. Многомерный анализ в системе STA- TISTICA / А. Г. Янковой. – Одеса : Оптимум, 2001. – 216 с.

REFERENCES

- Dolzhanskiy, I. Z., and Zahorna, T. O. *Konkurentospromozh- nist pidpriyemstva* [The competitiveness of the enterprise]. Kyiv: Tsentr navchalnoi literatury, 2006.
- Fedotov, V. I. *Torgovo-promyshlennyye palaty* [Chambers of Commerce]. Saratov: SGTPP, 2006.
- Formuvannia svitohliadu osobystosti ta sotsialne konstrui- uvannia suchasnoho svitu*. Krasnodon: Noulidzh, 2011.
- “Konkurentospromozhnist pidpriyemstva” [The competi- tiveness of the enterprise]. <http://marketing-helping.com/konspek- ti-lekczj/21-konspekt-lekczj-qosnovi-marketinguq/409-konkuren- tospromozhnst-pdprimstva.html>

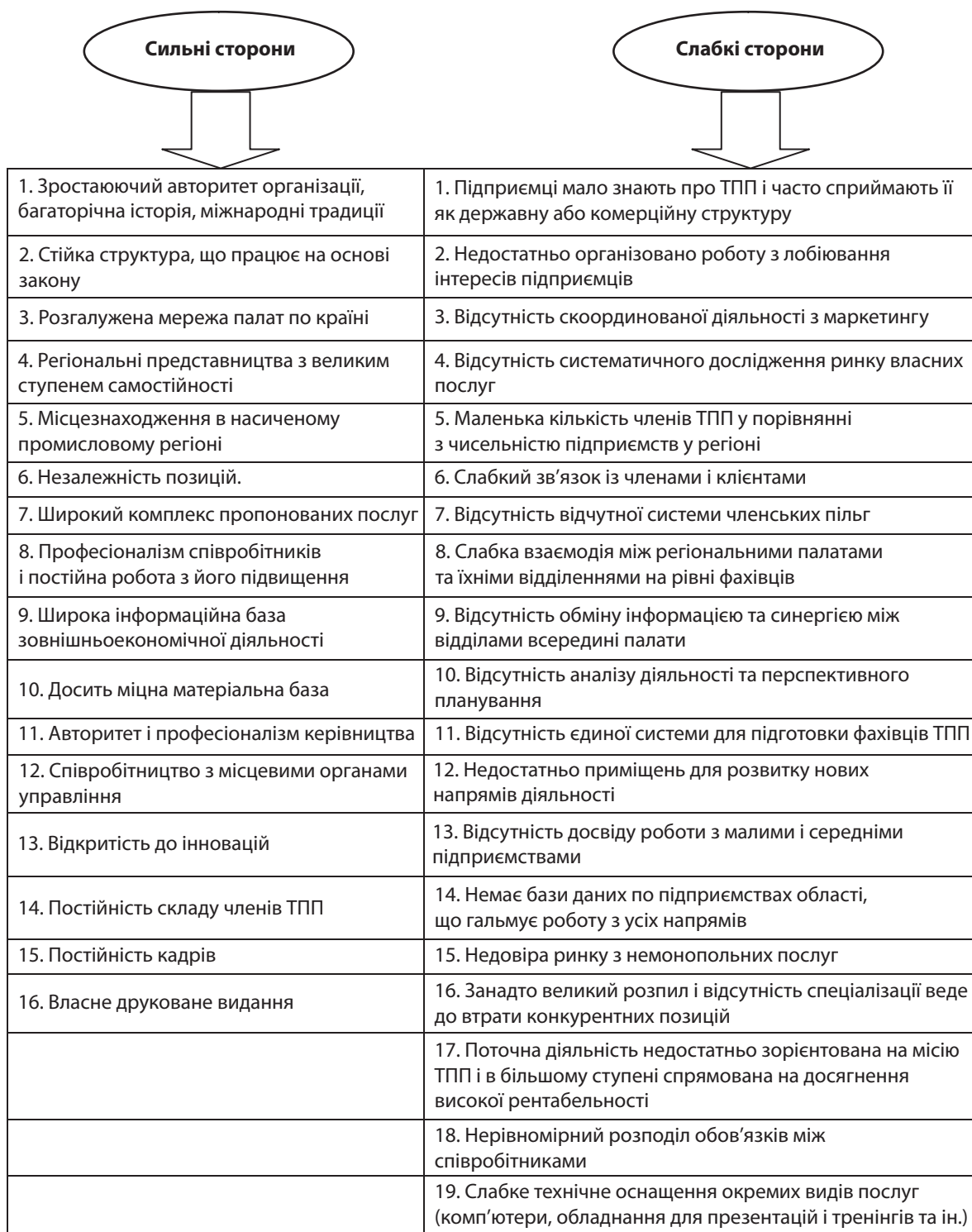


Рис. 2. Сильні і слабкі сторони торгово-промислових палат [4]

Pshonka, O. H. "Vykorystannia mizhnarodnoho marketynhu v upravlinni torhovo-promysloviu palatoiu" [The use of international marketing in the management of the Chamber of Commerce]. *Dys. ... kand. ekon. nauk: 08.06.01*, 2004.

Porter, M. *Mizhnarodna konkurentsia* [International competition]. Moscow: Mizhnarodni vidnosyny, 1993.

Torhovo-promyslova palata Ukrainy. <http://www.ucci.org.ua/ru/about.shtml>

Yankova, A. H. *Bahatovymirnyi analiz u systemi STATISTICA* [Multidimensional analysis system STATISTICA]. Odesa: Optimum, 2001.