

ЗОВНІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розкривається роль зовнішнього середовища як фактору конкурентоспроможності підприємства. Особлива увага звертається на аналіз діяльності державного апарату управління у формуванні зовнішніх стимулів до інноваційної діяльності економічних суб'єктів.

Ключові слова: конкурентоспроможність, інновації, внутрішнє середовище, зовнішнє середовище, зовнішні стимули, інноваційні запозичення, технологічна модернізація, недобросовісна конкуренція, державне регулювання економіки.

Традиційним підходом для маркетингових досліджень є виділення в структурі механізму управління конкурентоспроможністю підприємства факторів внутрішнього та зовнішнього середовища. До зовнішніх елементів організації при цьому зараховують покупців, постачальників, конкурентів, інфраструктуру, діяльність державних інститутів. Слід підкреслити, що інститут держави входить до кола наукових інтересів видатних українських економістів, зокрема в площині досягнення цілей модернізації [1, с. 4-20; 2, с. 78-88; 3, с. 4-12; 4, с. 11-21; 5, с. 48-58; 7, с. 4-10; 8, с. 16-27; 9, с. 21-29].

У нашому дослідженні аналізується діалектичний взаємозв'язок між підсистемами управління конкурентоспроможністю підприємства з акцентом на ролі зовнішнього середовища як фактора генерування внутрішніх стимулів (антистимулів) розвитку економічного суб'єкта.

З урахуванням мети роботи акцент у блоці зовнішнього середовища буде зроблено на діяльність державного апарату управління економічними процесами. У структурі функцій держави можна виділити два рівні: макро- і мікроекономічний. До макроекономічних функцій державного регулювання економіки належить створення цілісного комплексу інститутів, що забезпечують стає функціонування економічної системи на основі оптимізації співвідношення між виробничою і соціальною ефективністю. На мікрорівні вирішуються завдання впливу на господарську діяльність окремих економічних суб'єктів. Саме останній елемент функцій держави і став предметом нашого дослідження.

В умовах кризи кожне підприємство розробляє власні сценарії протидії їй. Аналіз антикризової діяльності закордонних фірм показав, що 83% відсотки уцілюються. 12 % керівників підприємств-виробників переглянули асортиментну лінійку продукції, що випускається. Отже, на перший план виходить товарна складова комплексу маркетингу. Рациональна товарна політика забезпечує стійкість розвитку економічного суб'єкта в стратегічній перспективі.

Успішність застосування стратегічних рішень у маркетингу все в більшому ступені залежить від ефективності створення та надання нововведень. Розрізняють наступні їх види: розробка оригінальних

продуктів, їх покращення та модернізація, створення нових марок продуктів.

Мотиви, що спонукають компанії до розвитку інновацій, можна умовно поділити на внутрішні та зовнішні, об'єктивні та суб'єктивні. Так до числа внутрішніх належить необхідність заміни обладнання, що застаріло (об'єктивна причина), або прагнення групи талановитих інженерів реалізувати свій творчий потенціал (суб'єктивна причина).

Слід зазначити, що склад внутрішніх спонукальних мотивів інноваційної активності є індивідуальним для кожної окремої компанії. Враховуючи властивий більшості з них стійкий консерватизм, вважаємо, що внутрішні стимули можуть виявитися недостатньо вагомими. Розглянемо приклад з практики господарювання в Україні. Характер процесів первісного нагромадження капіталу сформував у національній економіці «олігархічний» капіталізм, що характеризується превалюванням небагатьох великих концернів у кожній з ключових галузей промисловості. Встановлення цін у цьому секторі не зумовлене факторами попиту або обсягом витрат, а є результатом економічних рішень керівництва фірм. У результаті – продаж товарів за неконкурентними цінами та, як наслідок, отримання олігопольною структурою надвисоких прибутків. У зазначеній ситуації відсутні стимули до модернізації виробництва, інвестування коштів у розвиток нових технологій. Як приклад: сприятлива кон'юнктура світових сировинних ринків у 1999 – 2007 рр не була використана вітчизняними експортерами для оновлення власного виробництва і асортименту продукції за рахунок додаткового доходу.

В описаних умовах спонукальним мотивом до інноваційного розвитку можуть виступити причини зовнішнього характеру, зокрема, ті, що обумовлені відповідними заходами економічної політики держави. Суттєвою перепорою для розвитку національної економіки є вкрай низька інноваційна активність вітчизняного виробничого сектору. У нашій країні за час реформ, а це понад 20 років, не побудовано жодного великого підприємства на власній сучасній інноваційній основі [2, с. 79]. Пріоритетним завданням держави доцільно визнати стимулювання ринкового попиту на інновації, зокрема, шляхом розширення державного замовлення на інноваційну продукцію в межах реалізації пріоритетних програм енергозбереження та

інформатизації.

Посилюється залежність України від інноваційних запозичень з-за кордону. При цьому найбільша питома вага імпорту технологій, необхідних для модернізації, належить тим вітчизняним галузям, які традиційно мають розвинену наукову базу, серед них хімічна і нафтохімічна, металургійна промисловість, а також машинобудування. Так тісні контакти з закордонними партнерами дали б змогу зекономити фінансові ресурси вітчизняних компаній за рахунок скорочення власних НДДКР та відіграти суттєву роль у прискоренні технічного переоснащення підприємств і опанування виробництва нових видів продукції. Однак масштаби взаємодії вітчизняних компаній з іноземними партнерами недостатні. Розплатою за зневагу до технологічної модернізації стало те, що економіка України потрапила в «пастку недорозвиненості». В умовах фінансово-економічної кризи посилюються процеси деіндустріалізації національної економіки, примітивізації її структурної конструкції, що стало наслідком надзвичайно високої залежності від кон'юнктури світового ринку.

Простежимо процеси управління інноваціями на прикладі функціонування ринку металопластикових вікон. В Україні попит на останні суттєво підвищився в середині 90-х років. На сьогодні стабілізувалася кількість українських виробників (біля 1000 підприємств), а в структурі ринку превалюють іноземні торгові марки. На ринку України присутні всі значні європейські виробники: «Aluplast», «Gealan», «КВЕ», «Knipping», «Komerling», «Rehau», «Salamander», «Trokal», «Veka», «Horizont», «Schuko».

За останні роки на ринку ПВХ не з'явилося жодного значного гравця. На початку функціонування вітчизняного ринку ПВХ одне вікно коштувало приблизно 400 дол. Доходність бізнесу приваблювала нових суб'єктів. Зростання конкуренції викликало зниження цін. Однак серед факторів, що мотивують споживача, зниження цін вже не є пріоритетним. Зростає кількість покупців, які віддають перевагу більш якісній і вартісній продукції. Можна перерахувати перелік інновацій, запроваджених на зазначеному ринку лише за останні роки:

- Спеціалісти компанії «КВЕ» розробили революційну лінію – систему «платинове вікно». У виробництві системи використовується кальцієво-цинковий стабілізатор, який не завдає шкоди людині та довкіллю.
- «Veka» протягом останнього часу запропонувала на ринку наступні новації: система Softline, що розроблена для використання в будинках висотою до 100 м, за рахунок нових конструктивних рішень вона може витримувати швидкість вітру, динамічний тиск і вітрове навантаження групи С.
- «Trokal» запропонувала ринку вікна, які виготовлено із поліпропілену РР. Поява нової системи викликана новими споживацькими вимогами до віконних систем – екологічна безпека матеріалу, можливість вторинного використання. Зазначеним вимогам відповідає поліпропілен. Він повною мірою позбавлений галогенів та важких металів. Використання нового матеріалу не потребує заміни обладнання.
- «Horizont» виробляє нову систему профілів із зовнішнім ущільненням. Використана нова система встановлення скла, що перешкоджає наростанню льоду.

– «Schuko» розробила стійкі до вторгнення і вогнестійкі вікна [6, с.102-103].

Ринок металопластикових віконних систем знаходиться на такій стадії науково-технічної зрілості, що може стати полігоном для вирішення наукової задачі розробки теоретико-методичних положень формування інноваційних маркетингових стратегій підприємства. Слід зазначити, що під час кризи частина виробників і дилерів закріпилися в ніші демпінгування, стимулювання обсягів продажів за рахунок зниження цін.

Аналіз маркетингових стратегій, які використовували найбільш успішні сучасні українські компанії, дозволяє зробити висновок: загальноекономічна ситуація як зовнішній фактор викликає до життя гіпертрофоване зростання використання методів недобросовісної конкуренції, зокрема демпінгові ціни, використання корупційних зв'язків. Так за наявності «потрібних зв'язків» застосовується метод затримки товарів конкуруючих фірм на митниці при перетині кордону. На внутрішньому ринку компанії діють іншими методами, зокрема використовуються схеми «перерваного транзиту». Сутність її в тому, що товар завозиться на територію країни і «губиться», не потрапляючи до точки призначення в Україні, що дозволяє хазяїну вантажу уникати сплати акцизу та ПДВ.

Отже, тактика і стратегія в поведінці національних суб'єктів ринку зумовлена макроекономічним становищем в країні, яке яскраво ілюструється індексом економічної свободи. Використовуючи теорію Адама Сміта про добробут націй, автори індексу вимірюють економічну свободу в 185-ти країнах за 10-ма показниками: права власності, свобода від корупції, фіскальна свобода, державні витрати, свобода підприємництва, свобода праці, свобода торгівлі, свобода інвестицій, фінансова свобода.

Україна в рейтингу «Індексу економічної свободи» посіла 161 місце із 177 країн. Це найнижчий показник із 43-х європейських держав, котрий відніс українську економіку до групи країн, де економічні свободи утискаються [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/news/2013/01/11/355596/>.

З урахуванням того, що в Україні розповсюджена корупція, закони функціонують погано, існує недолік виконання контрактів та захисту прав власності, можна говорити про перенесення акценту з процесів управління виробництвом та підвищення його ефективності на пошук способів отримання конкурентних переваг у сфері корупційних угод.

Наведений рейтинг «Індексу економічної свободи» наочно демонструє низьку ефективність діяльності в Україні формальних інститутів, зокрема держави. Слабким місцем виявляється неузгодженість у структурі інтересів економічних суб'єктів. Держава не є знеособленим абстрактним суб'єктом, що діє винятково в межах реалізації суспільних потреб. Вона завжди конкретно виражена, персоніфікована. Соболев В. зазначає: «Жоден з інших особливих інститутів не є настільки персоніфікованим..., як бюрократія, і жоден із них не здатен у порівняно короткі проміжки часу забезпечити як упорядкування взаємодії суб'єктів економічної системи і зменшення хаосу, так і навпаки, дестабілізацію соціально-економічної ситуації» [8, с. 244]. Таким чином, результативність проведення структурної трансформації в Україні безпосередньо залежить від відповідності інтересів влади і суспільства,

а також від дієвості системи державного управління як механізму ігнорування або задоволення потреб обох сторін. Особливість України полягає в тому, що бюрократія генерує в переважній більшості дестабілізаційні для реалізації суспільних інтересів процеси. З цього приводу приведемо цитату з роботи Кідзерського Ю. «... Ми схилиємося до точки зору, що будь-які конструктивні зміни стосовно нинішнього свідомого «самонастроювання» державної влади і державного управління у нас малоімовірні. Тому ми вважаємо, що розвиток промисловості й надалі відбуватиметься еволюційним шляхом, без чіткого слідування визначеній стратегічній меті, з постійним пристосуванням до поточної кон'юнктури та продовженням нещадної експлуатації спрацьованих і застарілих виробничих потужностей. Зрештою це зумовить фізичну руйнацію останніх, виснаження і незатребуваність вітчизняного виробництва внутрішнім і світовим ринками, а також стане поштовхом до серйозних економічних, а потім – і політичних змін у країні» [5, с. 58].

У процесі ринкових перетворень національної економічної системи стихійно сформувався комплекс неефективних (з точки зору досягнення загальних стратегічних цілей країни) стійких норм – «інституціональних пасток», що виникли як результат переважання в поведінці суб'єктів господарювання стратегії адаптації, а не розвитку. Прикладом таких, зокрема, є бюрократія. Рентоорієнтована поведінка останньої, її залежність від галузевого лобізму зумовлюють відсутність стратегічних підходів у формуванні структурної політики, яка б відповідала стратегічним пріоритетам розвитку економіки з огляду на внутрішні і зовнішньоекономічні відносини. На сьогодні потужне лобі мають сировинні галузі. Цей факт пояснює причини структурної деградації вітчизняної економіки. Досягнення мети модернізації структури виробничого комплексу вимагає розробки механізмів щодо стимулювання розвитку високотехнологічних галузей. Натомість, найбільша кількість пільг, проведення економічних експериментів, списання заборгованості знаходиться в активі гірничо-металургійного комплексу та вугільної промисловості.

Фактично, держава у її сформованому вигляді є прикладом неефективного інституту. Вона перетворилась на один з визначальних чинників гальмування інноваційного розвитку, деградації вітчизняної промисловості у бік сировинного приросту розвинених країн і ринку для імпоротної високотехнологічної продукції, а також уповільнення процесів формування структури економіки, відповідної до умов експансії нововведень.

У межах економічної науки особливу увагу до

феномена корупції виявляють представники сучасної неокласичної теорії в парадигмі теорії суспільного вибору і теоретики інституціоналізму. Одне з центральних понять неокласичного аналізу корупції – пошук політичної ренти, тобто прагнення економічних агентів одержати економічну ренту за допомогою політичного процесу, використання сили держави.

Критика неокласичної моделі раціонального вибору репрезентована інституціональним напрямком. Його представники вбачають причину появи корупції в неефективності суспільних інститутів (правил гри). Неефективні інституціональні рамки генерують збільшення трансакційних витрат. У результаті – блокуються ринкові рішення і йде пошук скорочення витрат для пошуку інформації, укладання контрактів, контролю за їх виконанням, юридичного захисту. Інституціоналісти звертають увагу на те, що в короткостроковому періоді корупція має потенціал прискорення темпів економічного зростання шляхом нейтралізації дії неефективних суспільних інститутів. Однак у довгостроковому періоді її роль винятково негативна. Поширення корупції створює для бюрократів стимули ще більшого спотворювання суспільних інститутів і системи розподілу, завищення вартості трансакцій.

Детальний аналіз неокласичної та інституціональної теорії корупції дозволяє зробити висновок: вони не унеможливають одна одну. Використання теоретичного доробку репрезентованих напрямків без абсолютизації підходів дозволяє глибше зрозуміти природу корупції як складного соціально-економічного явища. Створення і закріплення інституціональної структури суспільства іманентно уміщує суб'єктивний фактор, тобто залежить від волі і свідомості людей, а відповідно може обслуговувати раціональні інтереси окремих агентів.

У якості висновку зазначимо: побудова інституціональної основи формування внутрішніх стимулів розвитку економічного суб'єкта в Україні передбачає, в якості необхідної умови, мінімізацію деструктивних можливостей державного апарату управління (підвищення ефективності функціонування інституту держави). Визначення стратегічних цілей розвитку економіки має відбивати суспільні інтереси, а не відповідати цілям лобістських груп. При цьому слід викоринити практику псевдореформування, коли розробка економічної політики на законодавчому рівні відбувається спрощено, напрями і завдання розвитку не піддаються моніторингу з приводу значущості для досягнення кінцевого результату, відсутні чітко визначені механізми реалізації програм, що приймаються.

Список літератури

1. Гець, В. Ліберально-демократичні засади: курс на модернізацію України [Текст] / В. Гець // Економіка України. – 2010. – №3. – С. 4-20.
2. Гош, О. Соціально-економічний лад реформованої України: основні необхідні інновації [Текст] / О. Гош // Економіка України. – 2011. – №3. – С. 78-88.
3. Гриценко, А. Методологічні основи модернізації України [Текст] / А. Гриценко // Економіка України. – 2011. – №2. – С. 4-12.
4. Зверяков, М. Ліберальна ідея і модернізація економіки України [Текст] / М. Зверяков // Економіка України. – 2010. – №7. – С. 11-21.
5. Кідзерський, Ю. Інститут держави і проблеми оновлення промислової політики в Україні [Текст] / Ю. Кідзерський // Економіка України. – 2011. – №1. – С. 48-58.
6. Окландер, М. А. Маркетингові інновації на ринку метало-пластикових віконних систем: [монографія] / М. А. Окландер, А. О. Губерник – Одеса: Астропринт, 2009. – 264 с.
7. Попович М. Чи має українська модель суспільства бути ліберальною? [Текст] / М. Попович // Економіка України. – 2010. – №8. – С. 4-10.
8. Соболев В. М. Формирование рыночной инфраструктуры в переходной экономике индустриального типа: общие черты и

-
- особенности в Украине [Текст] / В. М. Соболев. – Х.: Бизнес-информ, 1999. – 304 с.
9. Тарнавська Н. Розвиток теорії конкурентних переваг в умовах експансії нововведень [Текст] / Н. Тарнавська // Економіка України. – 2011. – №4. – С. 16-27.
10. Якубовський, М. Промислова політика: проблеми та перспективи модернізації [Текст] / М. Якубовський // Економіка України. – 2010. – №8. – С. 21-29.
11. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/news/2013/01/11/355596/>.
12. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://okna.ua/library/art-antikrizisnyj_marketing_antikrizisnye-s-3.

РЕЗЮМЕ

Болотная Оксана

Внешняя среда как фактор конкурентоспособности предприятия

В статье раскрывается роль внешней среды как фактора конкурентоспособности предприятия. Особое внимание уделено анализу деятельности государственного аппарата управления в формировании внешних стимулов к инновационной деятельности экономических субъектов.

RESUME

Bolotna Oksana

The environment as a factor of competitiveness

The article explores the role of the environment as a factor of the competitiveness of the enterprise. Particular attention is paid to the analysis of the State apparatus in the formation of external incentives for innovation of economic entities.

Стаття надійшла до редакції 05.03.2013 р.