

ЕКОНОМІКА В УМОВАХ СУЧАСНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

УДК 339.9:330.34

Г.В. Бережна

кандидат економічних наук, доцент
Класичний приватний університет

КОНКУРЕНТНІ ВИКЛИКИ ДЛЯ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ НА МІЖНАРОДНИХ РИНКАХ

У статті оцінено поточний стан товарного експорту України; з'ясовано конкурентні переваги вітчизняного експорту товарів та основні конкурентні виклики. Визначено основні проблеми конкурентоспроможності української економіки з погляду міжнародних експертів, а також розглянуто напрями змін міжнародного бізнес-середовища на сучасному етапі. Окреслено перспективи посилення конкурентних позицій українського товарного експорту.

Ключові слова: диверсифікація експорту, конкурентна перевага, концентрація експорту, міжнародне бізнес-середовище, міжнародна конкурентоспроможність, структура експорту товарів.

I. Вступ

Українська економіка значною мірою залежить від світової. На сьогодні для України актуальною є проблема посилення конкурентних позицій вітчизняних компаній на світових ринках. Конкурентні виклики на традиційних для України ринках стають усе сильнішими, тому необхідний пошук нових шляхів для збуту вітчизняної продукції. Подальший розвиток економіки залежить від її спроможності посилити міжнародну конкурентоспроможність продукції.

Використовуючи світовий досвід розвитку міжнародного бізнесу, українські бізнес-структури можуть забезпечити більш ефективно просування вітчизняних товарів та послуг на зовнішні ринки. Ураховуючи те, що український експорт має суттєве значення для стимулювання економічного зростання країни, а рівень внутрішнього споживання є недостатнім, слід зазначити, що зовнішні ринки будуть залишатися основним напрямом українських поставок для значної кількості галузей.

Насамперед, це стосується продукції металургійної та хімічної галузей, а також сільськогосподарської продукції. Так, за даними Державного комітету статистики України, поставки чорних металів та виробів із них становили 31,2% від загального обсягу експорту країни в 2011 р. (більше ніж 25 млрд дол. США); поставки продукції агропромислового комплексу та харчової промисловості – 18,8% (більше ніж 15 млрд дол. США); поставки продукції хімічної та пов'язаної з

нею галузей промисловості – 7,9% (більше ніж 6 млрд дол. США) [3].

II. Постановка завдання:

- оцінити поточний стан товарного експорту України;
- визначити конкурентні переваги вітчизняного експорту товарів та основні конкурентні виклики, основні проблеми конкурентоспроможності української економіки з погляду міжнародних експертів;
- розглянути напрями змін міжнародного бізнес-середовища на сучасному етапі;
- окреслити перспективи посилення конкурентних позицій українського товарного експорту.

III. Результати

Функціонування економіки України, оцінка проблем і перспектив розвитку міжнародного бізнес-середовища впливовими міжнародними організаціями та рейтинговими агентствами може стати важливим фактором для формування власних очікувань національних керівників. Одним з найбільш поширених рейтингів стану економічного розвитку великої кількості країн за рядом показників є Звіт з глобальної конкурентоспроможності країн, який щорічно складає Всесвітній економічний форум. Так, згідно з даними цього рейтингу, до основних проблем конкурентоспроможності України в 2012 р. належать такі:

1) нерозвиненість базових ринкових інститутів (132-ге місце зі 144 країн, три найбільш проблемні позиції: неефективність правової системи у вирішенні спорів; відсутність захисту інтересів міноритарних акціонерів; тягар державного регулювання);

2) нерозвиненість фінансового ринку (114-те місце; три найбільш проблемні позиції: нестійкість банків; відсутність фінансування через місцевий фондовий ринок; неефективність регулювання фондового ринку);

3) неефективність товарних ринків (117-те місце; три найбільш проблемні позиції: високий рівень та спотворювальний ефект оподаткування; обтяжливість митних процедур; переважання торговельних обмежень) [1].

Ще одним із способів аналізу існуючих проблем і тенденцій у міжнародному бізнесі є оцінка поглядів та прогнозів керівників найбільших компаній світу. Серед найбільш впливових щорічних досліджень необхідно зазначити два: опитування керівників найбільших компаній світу, яке здійснює фірма PricewaterhouseCoopers, а також опитування керівників приватних компаній, що проводить The Grant Thornton. Згідно з результатами опитування, з 2010 р. до керівників бізнесу повертається впевненість у майбутньому зростанні та позитивних тенденціях розвитку міжнародного бізнесу в короткостроковій перспективі.

Більшість керівників (понад 90%) позитивно оцінюють перспективи економічного зростання в короткостроковому періоді. Майже третина керівників (31%) "дуже впевнені" в майбутньому своїх компаній у цей час, що на 10% вище від показника попереднього року [7]. Однак, незважаючи на такий стриманий оптимізм, керівники відзначають наявність ряду проблем, які можуть суттєво вплинути на міжнародну діяльність їхніх компаній:

- затяжний характер глобального економічного спаду;
- введення надмірного державного регулювання;
- дефіцит кредитів для бізнесу та споживачів;
- спад попиту на продукцію з боку споживачів;
- зростання вартості енергії;
- міжнародний тероризм [8].

Таким чином, невпевненість щодо глобальної економічної кризи дещо зменшилась, і керівники компаній з певним оптимізмом визначають короткострокові перспективи розвитку міжнародного бізнесу. Однак упевненість керівників залежить від темпів процесів економічного відновлення в тій чи іншій країні. Чим більше постраждали компанії від кризи, тим більш обережні прогнози їх керівників. Стосовно змін у стратегії міжнародних компаній під впливом кризи керівники компаній визначають такі напрями:

- спрямування більшої уваги на застосування механізмів управління ризиками, тобто посилення ризик-менеджменту компаній (41%);
- зміни в системі прийняття інвестиційних рішень (33%);

- розробка стратегії управління талантами (29%);
- застосування механізмів зворотного зв'язку в міжнародній компанії для виявлення змін у перевагах споживачів (28%);
- фокусування на репутації компанії та відновленні довіри (23%).

На сьогодні керівники бачать такі основні можливості для зростання міжнародних компаній:

- використання можливостей існуючих ринків, на яких компанії вже присутні, сприймається як основне джерело зростання компаній на найближчі роки (38%);
- розробка та застосування нової продукції (20%);
- вихід компаній на нові географічні ринки (15%);
- застосування механізму злиття та поглинання компаній (14%).

За таких умов для українських компаній вихід на азійський ринок, перш за все китайський, можна розглядати не тільки як можливість зростання прибутків компаній у короткостроковій перспективі, а і як перспективу заснувати успішний бізнес у середньо- та довгостроковому періодах. Експерти визначають три можливі форми виходу національних компаній на китайський ринок: розміщення замовлень у межах аутсорсингу; організація виробництва на території Китаю; експорт вітчизняних товарів до Китаю. Саме просування українських товарів на китайський ринок можна розглядати як найбільш доцільний за існуючих ризиків розвитку міжнародного бізнесу.

Економіка України – відкрита (експорт товарів і послуг у 2005–2009 рр. становив близько 47% ВВП країни, імпорт – близько 50% ВВП), що зумовлює достатньо високий ступінь залежності динаміки реального ВВП від змін світової кон'юнктури та тенденцій економічного розвитку як країн-партнерів, так і світової економіки загалом [2, с. 40]. З 2005 р. сальдо зовнішньої торгівлі товарами й послугами України негативне, при цьому сальдо зовнішньої торгівлі послугами протягом усього цього періоду було позитивним.

Світова криза негативно вплинула на розвиток як зовнішньої торгівлі України загалом, так і на експорт зокрема (у 2009 р. експорт товарів і послуг скоротився на 37,4% порівняно з 2008 р.). Це відбувалося, насамперед, за рахунок зменшення обсягів продажу металопродукції через різке падіння світового попиту на фоні призупинення інвестиційних проектів у розвинених країнах.

Відбувається поступове відновлення обсягів зовнішньої торгівлі України в цілому й українського експорту зокрема за рахунок відновлення відповідних категорій товарів, а не структурних змін (тобто нарощування кількісних параметрів, а не якісних змін) [5].

Для України характерна суттєва залежність від імпорту енергоносіїв одночасно зі значними обсягами експорту низько-техно-

логічної металургійної продукції, виробництво якої поглинає суттєву частину енергоресурсів, що імпортуються (табл. 1).

Таблиця 1

Структура експорту товарів України

Код і назва товарів (згідно з УКТ ЗЕД*)	2003 р.		2008 р.		2009 р.		2011 р.		2012 р.	
	млрд дол. США	% **	млрд дол. США	% **	млрд дол. США	% **	млрд дол. США	% **	млрд дол. США	% **
I. Живі тварини; продукція тваринного походження	0,5	2,3	0,8	1,2	0,6	1,5	0,9	1,4	1,0	1,4
II. Продукти рослинного походження	0,7	3,2	5,6	8,3	5,0	12,7	5,5	8,1	9,2	13,4
III. Жири й масла тваринного та рослинного походження	0,6	2,4	1,9	2,9	1,8	4,5	3,4	5,0	4,2	6,1
IV. Готові харчові продукти	0,9	3,9	2,5	3,8	2,1	5,3	2,9	4,3	3,5	5,1
V. Мінеральні продукти	3,5	15,2	7,1	10,5	3,9	9,8	10,3	15,0	7,7	11,1
VI. Продукція хімічної й пов'язаної з нею галузей промисловості	1,9	8,4	5,1	7,5	2,5	6,3	5,4	7,9	5,1	7,4
VII. Полімерні матеріали, пластмаси та вироби з них	0,4	1,6	1,0	1,5	0,6	1,4	0,9	1,4	1,0	1,5
XI. Текстильні матеріали та текстильні вироби	0,8	3,3	1,0	1,5	0,7	1,8	0,9	1,3	0,8	1,1
XV. Недорогоцінні метали та вироби з них	8,5	36,8	27,6	41,2	12,8	32,3	22,1	32,3	18,9	27,5
XVI. Машини, обладнання й механізми; е/т обладнання	2,3	10,1	6,3	9,5	5,0	12,6	6,8	9,9	7,0	10,2
XVII. Засоби наземного транспорту, літальні апарати, плавальні засоби	1,0	4,3	4,3	6,5	1,6	4,0	4,9	7,1	6,0	8,7
Інші категорії	2,0	8,7	3,8	5,7	3,1	7,8	4,4	6,4	4,5	6,5
Усього	23,1	100	67,0	100	39,7	100	68,4	100	68,9	100

* УКТ ЗЕД – Українська класифікація товарів зовнішньоекономічної діяльності.

** % у загальному обсязі експорту товарів.

Джерело: складено за даними [4].

Найбільші країни-імпортери вітчизняної продукції в 2011 р.: Росія – 19 819,7 млн дол. США (29,0%); Європейський Союз (27) – 17 969,1 млн дол. США (26,2%); Туреччина – 3 748,6 млн дол. США (5,5%); Індія – 2 265,3 млн дол. США (3,3%); Китай – 2 180,0 млн дол. США (3,2%) [10].

Найбільші країни-експортери продукції в Україну в 2011 р.: Росія – 29 132,2 млн дол. США (35,3%); Європейський Союз (27) – 25 754,6 млн дол. США (31,2%); Китай – 6 268,3 млн дол. США (7,6%); Республіка

Білорусь – 4 211,7 млн дол. США (5,1%); США – 2 600,8 млн дол. США (3,1%) [10].

Частка високотехнологічного експорту в загальній структурі експорту України дуже низька – 3% (2009 р.). Експорт напівфабрикатів у 2009 р. становив 68,6%. Цей показник суттєво перевищує аналогічні показники для основних країн-партнерів України (табл. 2). Це відображає викривлену структуру конкурентних переваг української промисловості, яка базується на цінових факторах і порівняльних перевагах у вартості робочої сили та природних ресурсів.

Таблиця 2

Структура товарного експорту України та країн-партнерів

Країна	Частка сировинних товарів, %*	Частка напівфабрикатів, %*	Частка капітального обладнання, %*	Частка споживчих товарів, %*
Україна	16,1	68,6	8,9	5,3
Польща	5,1	53,4	15,0	20,6
Росія	52,7	38,8	2,7	1,0
Білорусь	5,6	76,5	8,8	7,0
Туреччина	7,1	58,7	8,5	24,4
США	9,4	42,8	27,9	9,5
Німеччина	2,5	50,4	27,0	12,7
Китай	1,9	29,3	41,6	27,0
Індія	8,8	54,4	9,5	22,8

* % від загального обсягу експорту

Джерело: [2, с. 44].

Високий рівень концентрації експорту – один з основних факторів, які зумовлюють залежність країни від зовнішніх шоків на товарних ринках. Аналіз рівня диверсифікації українського експорту свідчить про його до-

статньо високу концентрацію. Рівень концентрації експорту України за індексом Хіршмана вищий порівняно з основними торговельними партнерами країни, за винятком Індії, Росії та Білорусі (табл. 3).

Таблиця 3

Показники концентрації експорту України та основних країн-імпортерів українського експорту

Країна	Рік	Індекс Хіршмана	Індекс диверсифікації
Україна	1996	0,163	0,604
	2009	0,171	0,599
Білорусь	1998	0,153	0,505
	2009	0,348	0,620
Китай	1996	0,130	0,472
	2009	0,164	0,452
Німеччина	1996	0,143	0,276
	2009	0,150	0,297
Індія	1996	0,175	0,598
	2009	0,202	0,476
Польща	1996	0,136	0,474
	2009	0,142	0,420
Росія	1996	0,302	0,685
	2009	0,389	0,666
Туреччина	1996	0,163	0,631
	2009	0,140	0,509
США	1996	0,135	0,267
	2009	0,144	0,245

Джерело: [2, с. 43].

У міжнародних рейтингах, які досліджують рівень конкурентоспроможності та особливості ведення бізнесу в країнах, Україна

посідає позиції нижчі, ніж більшість її торговельних партнерів (табл. 4).

Таблиця 4

Позиції України та основних торговельних партнерів у міжнародних рейтингах

Країна	Індекс глобальної конкурентоспроможності (2012 р.)	Всесвітній індекс конкурентоспроможності (2011 р.)	Індекс легкості ведення бізнесу (2012 р.)	Індекс сприяння торгівлі (2010 р.)	Індекс ефективності логістики (2010 р.)
Україна	82	57	152	81	2,57
Німеччина	6	10	19	13	4,11
Польща	41	34	62	58	3,44
Білорусь	–	–	69	–	–
Китай	26	19	91	48	3,49
Росія	66	49	120	114	2,61
Туреччина	59	39	71	62	3,22

Джерело: складено з використанням [6].

Згідно з висновками міжнародних досліджень та рейтингів, конкурентні виклики для України полягають у такому:

- неефективність митних процедур;
- незадовільне регуляторне середовище бізнесу;
- недостатній доступ до торгового фінансування;
- труднощі в пошуках та виборі потенційних ринків і покупців;
- труднощі в задоволенні вимог зарубіжних покупців;
- невідповідні технології виробництва;
- високі витрати та затримки, пов'язані з транспортуванням вантажів [6; 9].

IV. Висновки

З погляду вітчизняних експертів, китайський ринок на сьогодні є незрілим. На ньому є велика кількість ніш і навіть певних галузей, у яких можна побудувати успішний бізнес. При цьому слід пам'ятати, що вихід вітчизняних компаній на китайський ринок ускладнений рядом факторів:

- 1) політика уряду Китаю спрямована на обмеження імпорту продукції за наявності умов її виробництва китайськими компаніями;
- 2) незважаючи на розміри та темпи зростання економіки країни, Китай – це не один

ринок, об'єднаний спільними рисами, це, скоріше, конгломерат різних за розміром і рівнем розвитку ринків, кожному з яких притаманні певні особливості;

3) беручи до уваги різноманітність розвитку регіонів Китаю, найбільш привабливі та розвинуті для бізнесу регіони характеризуються жорсткою конкуренцією з боку як китайських компаній, так і зарубіжних, які працюють на китайському ринку.

У ситуації високого рівня товарної концентрації експорту України фактором, що потенційно може знизити залежність експорту від коливань світової кон'юнктури, є спеціалізація на високотехнологічних товарах, попит на які є більш стійким та меншою мірою зазнає різких коливань.

Підвищення конкурентоспроможності українських товарів на світових ринках може здійснюватися шляхом надання державної підтримки українським експортерам під час їхньої участі в міжнародних тендерах. Також однією з необхідних умов, які дають змогу експортерам ефективно виконувати свою діяльність на світовому ринку, є забезпечення їх якісною зовнішньоекономічною інфраструктурою.

Список використаної літератури

1. Дубровский В. Украина в рейтинге глобальной конкурентоспособности: возврат к "руине"? [Электронный ресурс] / В. Дубровский, О. Кузякив // Зеркало недели. – 2012. – № 32. – Режим доступа: http://zn.ua/ECONOMICS/ukraina_v_reytinge_globalnoy_konkurentosposobnosti_vozvrat_k_ruine-108771.html.
2. Оценка потребностей Украины в сфере содействия международной торговле: Влияние торговой политики на человеческое развитие. – Аналитически-совещательный центр ПРООН. – К., 2011. – 128 с.
3. Состояние внешнеторгового баланса Украины за 2011 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.ukrstat.gov.ua/express/expr2012/03_12/53.zip.
4. Товарна структура зовнішньої торгівлі України [Електронний ресурс] / Державний комітет статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
5. Чириченко Ю.В. Розвиток міжнародної торгівлі: визначення сучасної проблематики для України / Ю.В. Чириченко // Вестник Академии таможенной службы. – 2012. – № 2. – С. 86–95.
6. Competitive Ukraine [Electronic resource]. – Mode of access: http://competitiveukraine.org/rating_comparison/.
7. Privately held business: optimism emerges but uncertainty prevails [Electronic resource] / Grant Thornton. – Mode of access: <http://www.internationalbusinessreport.com/Reports/2010/Reports/global-overview/index.asp>.
8. Result smarter growth: 13th annual global CEO survey [Electronic resource] // PricewaterhouseCoopers. – 2010. – Mode of access: <http://pwcpdfgen.beehivemedia.com/PDFOutput/20100512153819717.pdf>.
9. The Global Enabling Trade Report 2012: Reducing Supply Chain Barriers / R.Z. Lawrence, Hanous M. Drzeniek, S. Doherty. – World Economic Forum, 2012. – 382 p.
10. WTO [Electronic resource]. – Mode of access: http://www.wto.org/english/res_e/status_e/statist_bis_e.htm?solution=WTO&path=/Dashboards/MAPS&file=Map.wcdf&bookmarkState={%22impl%22:%22client%22,%22params%22:{%22langParam%22:%22en%22}}.

Стаття надійшла до редакції 10.10.2013.

Бережная Г.В. Конкурентные вызовы для украинских компаний на международных рынках

В статье оценивается текущее состояние товарного экспорта Украины; выделяются конкурентные преимущества отечественного экспорта товаров и основные конкурентные вызовы. Определяются основные проблемы конкурентоспособности украинской экономики с точки зрения международных экспертов, а также рассматриваются направления изменений международной бизнес-среды на современном этапе. Обозначаются перспективы укрепления конкурентных позиций украинского товарного экспорта.

Ключевые слова: диверсификация экспорта, конкурентное преимущество, концентрация экспорта, международная бизнес-среда, международная конкурентоспособность, структура экспорта товаров.

Berezhnaya G. Competitive challenges for Ukrainian companies on the international markets

The current state of Ukrainian merchandise export was analyzed; the competitive advantages of Ukrainian merchandise export and main competitive challenges were underlined. The main problems of Ukrainian economy competitiveness from the point of international experts were named. Also the directions changes in international business environments at the current stage were examined. Prospects of strengthening Ukrainian merchandise export' competitive positions were stressed.

Current Chinese market can be considered as not mature from the point of view of Ukrainian experts. A lot of niche and even some of industries could be found on this market for successfully functioned business. In this necessary to bear in mind some challenges for Ukrainian companies penetrating this market. First of all, Chinese government policy is directed toward restrictions of merchandise import if there are conditions for product producing by Chinese companies. Second one, despite the size and growth rate of economy, China is not a one single market with similar traits, rather it conglomerate of markets different on size and development level with specific features. Third one, taking into consideration different level of regions development, the most attractive for business Chinese provinces and regions are characterized by severe competition from Chinese companies as well as foreign companies working on the Chinese market.

Under the condition of high level concentration of Ukrainian merchandise export the factor, which potentially could decrease export dependences from fluctuations of world economic situation, is defined as specialization on high-tech products. The demand on these products is more stable and less exposed to severe fluctuations.

The increase of Ukrainian products competitiveness on the international markets can be carried out by government support of Ukrainian exporters during their participation in the international bids. Another important condition for it is providing for exporting companies actual and demanding commercial information.

Key words: export diversification, competitive advantage, export concentration, international business environment, international competitiveness, structure of merchandise export.