

КОНКУРЕНТНЕ ПОЗИЦІОНУВАННЯ СПІЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

к. е. н., доцент *Петренко В. С.*

Україна, Херсон, Херсонський державний університет

ARTICLE INFO

Received 24 December 2017

Accepted 23 January 2018

Published 10 February 2018

KEYWORDS

Joint venture,
competitiveness,
competitive advantages,
foreign economic activity

© 2018 The Author.

ABSTRACT

The article is devoted to the competitive positions of joint venture. The planning of the joint venture activity is carried out primarily by a foreign investor who assesses the competitive advantages of different countries and regions according to the main criteria. Competitiveness of an enterprise can be determined on the basis of the stages of competition development. Joint ventures are submerged in the competitive environment of the world economy more than enterprises operating in national markets. However, regional competition should take into account competition. The region as a kind of intermediate level between the world market and a separate enterprise can greatly facilitate or sharply complicate the conduct of foreign economic activity.

Конкурентне середовище міжнародних підприємств і організацій являє собою комплексне єднання міжнародної, регіональної і локальної, галузевої та міжгалузевої конкуренції. Це ускладнює становище підприємства, вимушеного добувати багатопрофільну інформацію з різних регіонів світу, оцінювати її, вибудовувати певні стратегії поведінки на ринках різних країн і вести поточну діяльність з урахуванням дій не тільки вітчизняних, а й зарубіжних конкурентів.

Теорія конкуренції в сучасній економічній науці є однією з найбільш розроблених. Конкуренції як фактору ринкової економіки і з урахуванням розвитку присвячено чимало робіт, з яких варто відзначити праці Е. Чемберліна, Ф. Хайєка та М. Портера. З вітчизняних робіт варто відзначити книгу Р. А. Фатхутдінова. Положення даної теорії цілком можна застосувати при плануванні діяльності спільних підприємств.

Разом з тим слід мати на увазі, що планування діяльності спільного підприємства здійснюється перш за все з боку іноземного інвестора, який оцінює конкурентні переваги різних країн і регіонів за кількома критеріями, включаючи всі «плюси» і «мінуси» своїх вкладень (в тому числі і в формі спільного підприємства) з точки зору політичної, економічної, правової стабільності в цій країні. Торгова палата США провела великі дослідження на матеріалі входять до її складу компаній з метою виявлення тих міркувань, якими керуються американські ТНК, приймаючи рішення про капіталовкладення в будь-яку країну.

Було виявлено 12 основних критеріїв: характеристика місцевого ринку; його доступність; робоча сила; валютний ризик; повернення капіталу; захист прав інтелектуальної власності; торгова політика; державне врегулювання; податкові ставки і стимули; політична стабільність; макроекономічна стабільність; інфраструктура і послуги. Розглянемо ці критерії докладніше.

1. Характеристика місцевого ринку. Для інвесторів найбільше значення має вивчення наступних характеристик: розміри ринку, відносно добробут або купівельна спроможність населення, природні ресурси і географічне положення країни.

2. Доступність ринку. Маються на увазі такі фактори: наявність місцевих законів і нормативних положень, що забезпечують або хоча б не дуже обмежують доступ на місцеві ринки; існуюче законодавство повинно забезпечувати ТНК можливість конкуренції на рівноправній основі з місцевими компаніями.

3. Робоча сила. Трудові ресурси оцінюються за параметрами: якість місцевої робочої сили (рівень освіти, число прогулів на підприємствах); рівень зарплати (в рамках своєї глобальної стратегії ТНК можуть розміщувати найбільш трудомісткі фази виробництва в країнах з дешевою робочою силою).

4. Валютний ризик. Правова оцінка вартості національної валюти важлива як для ТНК, які вивозять продукцію і послуги з країн - одержувачів інвестицій, так і для самих цих країн, що прагнуть до максимізації доходів від експорту. За загальним правилом, девальвація вигідна

експортерам цієї країни, оскільки дозволяє їм знижувати ціни на свою продукцію в іноземній валюті при збереженні прибутку від торгових операцій, вираженої в національних грошових одиницях, в тих же або більших розмірах. Імпорт при цьому ускладнюється, оскільки іноземні експортери для отримання тієї ж прибули в своїй валюті змушені підвищувати ціни на ввезені товари. Ревальвація викликає зворотний ефект. Економетричні розрахунки показують, що зміна валютного курсу на 10 % скорочує або збільшує обсяг експорту від 7 % в США, Японії, Франції, Швеції до 3-4 % в інших індустріальних країнах. Зміна обсягу імпорту при тих же умовах складає від 1 до 6 %.

На рух капіталу динаміка валютних курсів надає протидію позитивний вплив. Девальвація робить більш привабливим національне виробництво і зменшує стимули до інвестування за кордоном. Ревальвація, навпаки, підсилює стимули до вивезенню капіталу, оскільки при цьому зменшуються витрати на придбання іноземних цінних паперів.

5. Повернення капіталу. В даному аспекті вивчаються закони і нормативні положення, що впливають на можливість вивезення інвестованого капіталу і прибутку з країн-одержувачів. Країни, що вводять різного роду обмеження в цій сфері (наприклад, обмежують вивіз твердої валюти), менш привабливо для інвесторів, ніж ті, які дозволяють вільний рух капіталу і прибутку.

6. Захист прав інтелектуальної власності. З огляду на, що значна частка активів ТНК - це нематеріальні цінності, захист інтелектуальної власності важлива для них, особливо в таких динамічно розвиваються, як комунікація, комп'ютерна техніка, фармацевтика, де технологія - важливий засіб конкурентної боротьби за створення нових ринків продуктів і розширення ринків збуту. Країни-одержувачі зацікавлені в інвестиціях саме в такі галузі промисловості, оскільки тут вони більш вигідні з точки зору передачі технологій і розвитку вітчизняної індустрії. Але для залучення інвесторів в такі галузі уряди країн-одержувачів повинні захищати права інтелектуальної власності, уникаючи примусового ліцензування зареєстрованих технологій і не допускаючи інших форм втручання в ліцензійні угоди між приватними фірмами.

7. Торгова політика. Аналіз торговельної політики включає в себе в першу чергу вивчення практики тарифного і нетарифного регулювання експорту та імпорту в конкретній країні. Вартість імпортованих товарів тісно пов'язана не тільки обмінним курсом національної валюти, але і з рівнем тарифів. Вартість імпорту має велике значення для виробників, що включають витрати на імпорт в вартість виробництва готової продукції. Тарифні ставки, що перевищують рівень тарифів, що існують в інших країнах, збільшують вартість товарів ТНК, а вона - ключовий фактор конкурентоспроможності експортних товарів на світовому ринку.

Квоти, ускладнені процедури ліцензування та інші нетарифні бар'єри можуть також підвищувати витрати виробництва або сповільнювати виробничий цикл, знижуючи конкурентоспроможність і обмін інвестицій.

8. Державне регулювання. При оцінці рівня державного втручання в господарські процеси слід враховувати, що надмірне регулювання може викликати «перекося», що ведуть до збільшення витрат і зниження ефективності як ринків, так і виробників. Наприклад, багато держав під тиском профспілок і лівих партій ввели в трудове законодавство положення про захист робочих місць, обмежуючи права компаній на звільнення працівників. Іноді уряди навіть вказують, в які саме галузі діяльності слід вкладати капітал або вводять обмеження на діяльність іноземних інвесторів у вигляді закріплення певних секторів економіки за державними підприємствами з заборонаю іноземних інвестицій.

9. Податкові ставки і стимули. Надмірний податковий тягар на капіталовкладення і прибуток може перешкодити ТНК інвестувати в будь-яку країну. Податковий тягар - це не тільки ставки оподаткування, а й податковий режим щодо дивідендів, гонорарів, банківських переказів та інших операцій.

10. Політична стабільність. Інвестори ризикують капіталом, вкладаючи в політично нестабільні країни, так як ризик втратити капітал занадто великий. В цьому плані важлива позиція державних чиновників, керівників профспілкових організацій і керуючих провідних компаній приватного сектора по відношенню до іноземного інвестора. Так, профспілкові лідери можуть загрожувати проведенням та інших акцій проти ТНК. Провідні приватні компанії можуть захотіти не допустити ТНК на місцеві ринки, побоюючись конкуренції.

11. Макроекономічна політика. Важливою умовою стабільної макроекономічної політики є низька і передбачувана інфляція. Гіперінфляція ускладнює фірмам управління і в банківських розрахунках, і при операціях з готівкою, не кажучи вже про неможливість довгострокового планування і прогнозування, укладення тривалих контрактів і т.д.

12. Інфраструктура та послуги. Фізичні ресурси країни-одержувача (дороги, порти, аеропорти, телекомунікаційні мережі, наявність і вартість енергоносіїв) мають велике значення для ефективності виробництва і транспортування. Країни повинні прагнути до підтримки цих ресурсів на рівні сучасних стандартів і в робочому стані.

Інфраструктура також включає послуги страхових і бухгалтерських фірм, комерційних банків, повітряні, морські та сухопутні транспортні засоби. Важлива також здатність налагодити стабільні зв'язки з місцевими постачальниками. Хоча дані критерії розглядалися американськими аналітиками стосовно ТНК, їх зміст і значення цілком можна застосувати до характеристик діяльності спільних підприємств (підприємств за участю іноземного капіталу).

Оцінюючи основні показники розвитку підприємств з іноземними інвестиціями в Україні, правомірно стверджувати про те, що вони довели свою ефективність (таблиця 1). У той же час, слід погодитися з висновком про те, що спільні підприємства реального помітного внеску в підвищення конкурентного потенціалу економіки України поки не внесли.

Таблиця 1. Показники ефективності діяльності організацій з іноземними інвестиціями в економіці України

Показник	2012	2013	2014	2015	2016
Питома вага організацій за участю іноземного капіталу в загальній кількості організацій, %	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4
Питома вага інвестицій організацій за участю іноземного капіталу в загальному обсязі інвестицій в основний капітал, %	2,7	4,0	9,9	10,6	12,8
Питома вага зайнятих в організаціях за участю іноземного капіталу в загальній кількості зайнятих, %	0,6	0,7	1,6	2,4	2,9
Питома вага обсягу виробленої продукції організаціями за участю іноземного капіталу в загальному обсязі виробництва, %	3,0	4,6	10,6	19,8	22,6

Наступним етапом, важливість якого часто недооцінюють, є розробка конкурентної стратегії СП. Конкурентоспроможність міжнародної організацій або спільного підприємства багато в чому впливає з його конкурентної стратегії. Підприємство може поставляти на зовнішній і внутрішній ринок товари і послуги за нижчими цінами, забезпеченим зниженням витрат і впровадженням передових технологій. Інша стратегія конкурентоспроможності полягає в тому, щоб продавати диференційований товар підвищеної якості з особливими споживчими властивостями за ціною конкурентів на аналогічні товари. При цьому конкурентоспроможність підприємства, яке постачає продукцію на експорт, в значній мірі залежить від конкурентоспроможності та рівня розвитку обслуговуючих експортний сектор підприємств через надання послуг, поставок сировини, матеріалів, комплектуючих, а також забезпечення інфраструктури.

Конкурентоспроможність підприємства може визначатися на основі стадій розвитку конкуренції:

Перша стадія: конкуренція на основі факторів виробництва;

Друга стадія: конкуренція на основі інвестицій;

Третя стадія: конкуренція на основі індивідуальності;

Четверта стадія: конкуренція на основі багатства.

Сили конкуренції, по М. Портеру, включають облік як зовнішній, так і внутрішній рівень взятого підприємства. Спільне підприємство може викликати конкурентну боротьбу всередині себе, коли змагаються філії, підрозділи, відділи, розташовані в різних країнах і регіонах. Сили конкуренції, які діють у зовнішньому середовищі, включають: взаємодія з новими конкурентами, проникаючими в галузь; загрозу появи на регіоні нових товарів, які вигідно відрізняються існуючі; можливості підприємств і рівень їх доходів; оцінку можливостей постачальників, особливо постачальників сировини, напівфабрикатів і комплектуючих виробів; взаємодія з компаніями, вже давно існували на ринку. Вивчення поточної конкурентного середовища і її складових у майбутньому служить визначенням точного місця підприємства в галузі, а також перспектив галузі, що дозволяє судити про перспективи і стратегії його розвитку.

Слід оцінити такі компоненти стану підприємства:

- майбутні цілі на всіх рівнях управління і в багатьох вимірах;
- заходи, що стосуються самого підприємства та галузі, в якій воно працює;
- поточну стратегію зараз з урахуванням всіх наявних суперників на внутрішніх і міжнародних ринках;
- можливості, що дозволяють зіставити сильні і слабкі сторони підприємства.

Аналіз конкуренції передбачає спеціалізовану відпрацювання великих масивів інформації, для чого слід виділити на підприємстві особливі підрозділи (відділ маркетингу). Її обробка вимагає великих матеріальних витрат, які виправдовуються тільки в разі об'єктивності, і надійності отримання інформації. СП в цьому плані може мати значну перевагу, якщо іноземний партнер має власну службу інформації і готовий постачати нею СП.

Представляється можливим оцінити поведінку спільних підприємств на конкурентному ринку реформованої економіки України по ряду характеристик економічного потенціалу організацій за участю іноземного капіталу.

Перш за все, слід відзначити зростання числа організацій за участю іноземного капіталу практично по всіх галузях економіки України. Щодо галузевої структури зауважимо збереження лідируючих позицій за підприємствами торгівля, промисловості, а також за організаціями, що забезпечують функціонування ринку.

Звертає увагу факт зростання середньооблікової чисельності працівників організацій за участю іноземного капіталу всіх галузей економіки, проте галузева структура зайнятості практично не змінюється - близько за середньооблікової чисельності працівників організацій за участю іноземного капіталу припадає на промисловість.

Складається тенденція до зростання частки промисловості та зниженні. Частки торгівлі в загальному обсязі виробництва товарів і послуг організацій за участю іноземного капіталу. Додамо, що ця ж тенденція спостерігається і за іншими наведеними параметрами потенціалу організацій за участю іноземного капіталу.

Відмінною особливістю організацій за участю іноземного капіталу в економіці України можна вважати те, що і в кількості організацій, і в середньооблікової чисельності, і в загальному обсязі виробництва товарів і послуг частка транспорту і зв'язку залишається практично не зрадою в інтервалі 10-11%. Здається, що це пов'язано і зі специфікою економічної природи даних галузей, і з особливостями їх функціональної ролі в економіці (надання інфраструктурних послуг).

Конкуренція змушує підприємство постійно прагне до пошуку і досягнення нових конкурентних переваг, вести пошук оновити стратегій поведінки і управління, стежити за діючими і можливими конкурентами. Сучасні підприємства здатні в процесі обробки інформації вирішувати виниклі проблеми, пов'язані з конкуренцією більш швидко і ефективно в силу поєднання зусиль двох і більше ділових культур, негативних принципів і стратегій. З іншого боку, кількість проблем і протиріч може виявитися абсолютно непідйомним. Однак, і в такому випадку ситуація здатна виявити і посилити наявні конкурентні переваги, наприклад:

- низьку собівартість;
- впровадження і можливості нових продуктів;
- вести пошук більш високої продуктивності всіх факторів, особливо людського;
- якість і технічні характеристики продукції, що випускається;
- управлінську майстерність;
- оптимальне самоорієнтування ринку;
- швидкого реагування на потреби людей і т.д.

На наш погляд, єдиним неодмінною умовою конкурентоспроможності слід вважати зростання обсягу продажів товарів або послуг спільного підприємства. Інші параметри слід розглядати як додаткові або факультативні. Конкурентні переваги мають свої конкретні умови і причини. Так, один і той же товар, що володіє цільовим перевагою на одному географічному островці, може не мати його на іншому, або товар, витіснений з ринку через деякий час може знову придбати комерційний успіх, наприклад внаслідок виходу з ринку деякого числа фірм-конкурентів, зміна валютних курсів, кризових явищ в економіці країни або регіону, вміло проведеної реклами компанії і тому подібних випадковостей.

Вивчення конкурентних переваг вимагають системного і послідовного підходу, коли дія різних факторів і процесів доповнюють і підсилюють, або послаблюють і усувають один одного.

Конкурентні переваги можна класифікувати за наступними напрямками:

- за характером джерела (географія демографія, економіка, технологія, інформації);

- по ініціатору (ринок, держава, конкуренти або саме підприємство);
- за терміном дії (довгострокові, середньострокові, короткострокові);
- за характером динаміки (стійкі, що не стабільні, сплутані);
- за рівнем ієрархії (товар, фірма, галузь, національна економіка, світовий ринок);
- по відношенню до ціни (цінові або не на ціні переваги);
- за можливостями імітації;
- по сфері прояви (виробництва, збут).

Конкурентні переваги можна не тільки виявляти, але і створювати в процесі діяльності, застосовуючи особливі технології. Під технологіями формування конкурентних переваг розуміється комплекс маркетингових процедур і способів їх виконання, призначені для кращого проектування підприємства в конкурентному середовищі.

В результаті їх реалізації формується широкий клас складних управлінських рішень, орієнтованих одночасно принаймні в трьох просторах:

- товарному;
- регіональному;
- функціональному.

Розробка технології формування конкурентних переваг повинна проводитися в замкнутому управлінському циклі, що включає:

- аналітичні роботи;
- стратегічну діяльність;
- тактичну діяльність підприємства;

Світовий ринок, на відміну від національного чи регіонального, має в своєму розпорядженні більш відкритою і масовою інформацією для оцінки її в роботі окремого підприємства. Поєднання зусиль представників різних націй, систем і культур може полегшити як аналітичний, так і інші процеси формування конкурентних переваг.

Визначення положення спільного підприємства в конкурентному середовищі передбачає оцінку тенденцій як в часі, так і в просторі. Напруженість в діяльності підприємства вимагає наростання мобільності і швидкості реагування на зміну умов ринку. Вимоги до мобільності означає налагоджену роботу маркетингових і збутових підрозділів розглянутого підприємства. Стратегією реалізації конкурентних переваг в розвинених країнах, як правило, виступає напружена інноваційна діяльність. Конкуренція підштовхує підприємства до нововведень, як в області пошуку нових кінцевих продуктів для освоєння їх випуску, так і нових технологій, джерел сировини, ринків збуту і збутових стратегій.

Нововведення перевіряються на міцність усіма ринковими структурами, йде своєрідний природний відбір, в результаті якого одні підприємства розширюються, інші - зникають, а економіка в цілому відчуває позитивний імпульс в сторону прогресивного розвитку.

Міжнародний бізнес, як з'ясувалося в XX столітті, здатний і прискорити, і полегшити процеси загального розвитку, але це не означає легкого життя для окремо взятих підприємств. Навпаки, це ще більш посилює конкуренцію. Конкуренція при недостатньо активній діяльності здатна виявити не тільки переваги, а й недоліки, «вузькі місця» і дефекти організації, підприємства. Недостатність уваги до світового ринку веде за собою руйнування виробництв і банкрутство підприємств.

Не секрет, що в Україні в результаті реформ скоротилися або зникли багато видів досить технологічно розвинених і наукомістких виробництв, однак не слід змішувати даний процес із загальним економічним спадом. Дійсно, національна економіка втратила в обсягах виробництва значну частку валового внутрішнього продукту. Однак, не можна забувати той факт, що більша частина продукції соціалістичних підприємств, що працювали по централізованому затвердженому плану, була або застарілою, або неефективною в силу величезної витратності, високих витрат і загальної технічної відсталості. Відсутність гнучкості щодо зміни продукції, що випускається на новішу, а в техніці - на більш ефективну, - призвело до того, що підприємства не могли без загальної кризи припинити випуск застарілої продукції.

Спільні підприємства занурені в конкурентне середовище світового господарства більш ніж підприємства, що працюють на національних ринках. Проте, в конкуренції повинні враховуватися регіональні особливості. Регіон як своєрідний проміжний рівень між світовим ринком і окремо взятим підприємством може сильно полегшити або різко ускладнити ведення зовнішньоекономічної діяльності. Кожен регіон має конкурентні переваги і недоліки, він може бути оцінений з точки зору інвестиційної привабливості.

Так в Україні різко виділяються регіони навколо Києва і Одеси в порівнянні з іншими регіонами. Сам факт створення союзів, партнерств, спільних підприємств означає пристосування до умов регіональної конкуренції, коли часто буває не вигідно створювати нове підприємство в силу високих транснаціональних витрат. Для міжнародних компаній важливо навчитися одночасно діяти в світовій і місцевій конкурентному середовищі, а так само одночасно в сфері політики, і економіки. Спільне підприємство, що дозволяє організовано вести міжнародний поділ праці, у багатьох випадках є найкращим варіантом зниження трансакційних витрат політичного походження. Президенти, губернатори, інші відповідальні особи можуть скоротити час, витрати на створення спільних підприємств зростання в силу оголошення і особистої підтримки проекту. Проте, засновники підприємства повинні все ж спиратися на економічні, конкурентні, ринкові розрахунки, а не політичні рішення.

Якщо політика знову опиниться попереду економічної ефективності, то можна очікувати створення великої кількості нежиттєздатних підприємств, включаючи спільні. Амбітні проекти в силу політичної зацікавленості в їх здійсненні через короткий час можуть стати «чорними дірами», довгобудом, а так само справжнім мотором інфляції, особливо на внутрішньому ринку тієї країни, де вони реалізуються.

Глобалізація конкуренції вимагає від підприємства освоєння таких масивів інформації і сфер діяльності, як валютні розрахунки, операції на ринку цінних паперів, робота з різними фінансовими інструментами. Специфіка цих сфер і галузей робить їх предметом спеціального дослідження, однак, їх слід враховувати і в найпростішій поточній економічній роботі. Освоєння цих видів діяльності може в першу чергу бути конкурентними перевагою спільного підприємства.

Однією з прикмет нового тисячоліття є інформатизація всіх управлінських, організаційних і виробничих процесів. Освоєння електронної торгівлі, електронних розрахунків, електронного справу виробництва вимагає великих витрат в початковий період існування підприємства, але надалі вони не тільки скоротять час всіх економічних процесів, але і витрати на ведення основної діяльності. Повинна підвищитися як продуктивність праці, так і продуктивність капіталу. Інформаційна мобільність дає перевагу у майбутній мобільності всіх інших виробничих факторів. Ієрархічні структури управління замінюються мережевими, набагато менш витратними з точки зору загальних і середніх витрат.

Отже, спільні підприємства, залучені в конкуренцію на світовому, регіональному і місцевому рівні, здатні реалізувати свої переваги у власних інтересах, одночасно сприяючи економічному розвитку країни, де вони розташовані. Однак не менш важливою є динаміка чисельності, термін життя і інші «демографічні» характеристики СП.

ЛІТЕРАТУРА

1. Оцінка факторів впливу на конкурентну позицію підприємства/ П. К. Кулінічев // Вісник НТУ „ХП”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ „ХП”. - 2013. - № 45(1018) - С. 69-75.
2. Портер Майкл Е. Стратегія конкуренції / Пер. з англ. А. Олійник, Р. Сільський. – К.: Основи, 1998. – 390 с.
3. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. - М.: ИНФРА-М, 2000. – 612 с
4. Сухарський В. С. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: теорія, методологія, практика : Навчальний посібник (курс лекцій) / В. С. Сухарський. - Тернопіль : АСТОН, 2005. - 464 с.
5. Крючкова І. В. Конкурентоспроможність економіки України : стан і перспективи [Текст] : монографія / ред. : І. В. Крючкова. - К. : Основа, 2007. - 488 с.
6. Шкурупій О. В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства [Текст] : навч. посібник / О. В. Шкурупій та ін. ; ред. : О. В. Шкурупій. - К. : ЦУЛ, 2012. - 248 с.