

специалистами в данной области, можно сделать вывод о том, что стандартные виды наружной рекламы все меньше привлекают внимание потребителей услуг, мало кто обращает внимание на блеклые плакаты, развешанные вдоль дорог в огромном количестве, соответственно, падает и время контакта потребителя с рекламной поверхностью, что влечет за собой снижение стоимости размещения наружной рекламы.

Кроме того, рост продаж, как правило, ведет за собой увеличение рекламы, а слишком большой объем рекламы, в свою очередь, вызывает необходимость создания все большего числа оригинальных методов ее выполнения и размещения.

Чтобы добиться развития рекламных технологий максимального эффекта, каждый рекламист должен постоянно находиться в курсе всех происходящих в мире бизнеса и рекламы событий и при этом уметь быстро ориентироваться и использовать все это в деле.

Только находясь в постоянном поиске, можно найти то, что станет наиболее эффективным при предложении потребителю той или иной услуги. Новые инновационные виды рекламы невольно отвлекают взгляд потребителей от надоевшей и примелькавшейся традиционной, и тем самым достигается тот самый необходимый эффект, ради которого организуется рекламная кампания. Инновационные рекламные технологии позволяют не только более эффективно привлекать внимание к рекламному сообщению, обеспечивать его запоминаемость, но и делать эту рекламу интересной для потребителей, вовлекать их в рекламный сюжет, позволять им самим принимать участие в рекламе. Иными словами, инновационные решения становятся все более и более эффективными, а стандартные и типовые – наоборот. Инновационная деятельность в сфере рекламы является основой выживания туристических предприятий в современных условиях, поскольку те предприятия, которые наиболее быстро создают и используют новые знания, могут обрести долгосрочное конкурентное преимущество.

Литература

1. Березина Ю. Инновационные рекламные технологии / Ю. Березина. // Продвижение Продовольствия. Prod&Prod. – 2009. – №10(11). – С. 12-13.
2. Егина Е. Теория рекламы: Инновации в рекламе / Е. Егина. Материалы международной научно-практической конференции. – М., 2009. – С. 437-439.
3. Малахова Н.Н. Инновации в туризме и сервисе / Н.Н. Малахова, Д.С. Ушаков. – М.: ИКЦ «МарТ», 2008. – 224 с.
4. Янкевич В.С. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме, российский и международный опыт / В.С. Янкевич, Н.Л. Безрукова. – М.: Финансы и стратегии, 2005. – 335 с.

Рецензент докт. экон. наук, профессор А.М. Клейменов

658.5: 005.332.4

*Куприна Н.М., к.э.н., доцент,
Одесская национальная академия пищевых технологий*

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ УКРАИНЫ: ИНСТРУМЕНТЫ ЕЕ СОХРАНЕНИЯ

Сохранение и повышение конкурентоспособности и эффективности деятельности промышленных предприятий, внедрение инноваций во все сферы их деятельности, а также создание и продвижение экологически безопасных и высококачественных продуктов в современных условиях влияния глобализационных процессов на экономику Украины требуют поиска методов защиты отечественного товаропроизводителя. Устойчивую конкурентоспособность приобретает страна, которая имеет конкурентоспособные субъекты предпринимательской деятельности, эффективно функционирующие и развивающиеся в интенсивно изменяющейся внешней среде. Поэтому вопросы сохранения конкурентоспособности отечественных промышленных предприятий не теряют своей актуальности и в настоящее время требуют поиска новых подходов и аспектов ее изучения.

Конкурентоспособность как экономическая категория, исследуемая на различных уровнях функционирования субъектов, рассматривалась такими украинскими учеными: Ю. Беленьким, Б. Буркинским, Б. Гаврилишиным, В. Гейцом, Б. Данилишиным, Р. Жовновач, Б. Кваснюк, В. Кореневым, И. Крючковой, В. Мороз, Т. Решетиловой, С. Хаминич и др., но в современных условиях данный вопрос остается актуальным, так как конкурентная борьба между экономическими субъектами происходит на всех уровнях структурирования экономической системы.

В последнее время актуальными направлениями сохранения конкурентоспособности предприятий различных сфер деятельности, является применения такого вида делового партнерства как аутсорсинг, в частности, формирование в экономике страны и ее регионов, различных по направлениям деятельности объединений (хозяйственных блоков) – кластеров. Однако такие методы развития деятельности и функционирования промышленных предприятий Украины требуют теоретического обоснования и дальнейшей практической разработки.

Целью статьи является обоснование современных направлений сохранения конкурентоспособности отечественных промышленных предприятий, в частности предприятий пищевой промышленности Украины.

Современные процессы, происходящие в экономике Украины, требуют изучения такого явления как глобализация, а именно ее направления, положительные и отрицательные факторы существенного ее влияния не только на макро-, но и микроуровне, а именно деятельности хозяйствующего субъекта – предприятия.

Исследование показало, что именно экономическая глобализация, как отдельный глобализационный процесс, тесно переплетается, создает основу и доминирует во всех глобализационных процессах, а также является фактором развития как национальных экономик и повышения их конкурентоспособности, так и отдельных ее субъектов, а именно предприятий.

Так, Ю. Шишков [1] отмечает, что системосоздающей частью процесса глобализации является глобализация экономики и это не просто очередное усиление тенденций, которые усиливают взаимоукрепление интегрированных связей национальных государств, не просто достижение мировой экономики глобальных масштабов, а глубина сущности глобализации состоит в переходе мировой экономики в качественно новое состояние, когда мировое экономическое сообщество из амфорной совокупности более-менее относительно взаимосвязанных экономик разных стран переходит в новую целостную экономическую систему, в которой национальные социумы становятся составными элементами единого мирового экономического организма.

Взаимозависимость процессов автономизации и интеграции является характерной чертой глобализации в экономике и выражается в «парадоксе Нейсбитта»: «чем выше уровень глобализации экономики, тем сильнее ее мельчайшие участники» [2, с. 84]. Дж. Нейсбитт выделяет движение к политической независимости и самоуправлению с одной стороны, и, к формированию экономических альянсов с другой. Следовательно, парадокс глобализации заключается во влиянии уровня богатства и прочности внутренних связей общества на степень его экономической и социальной консолидации, что в свою очередь, существенно влияет на полноту реализации его внутренних ресурсов и способность использовать преимущества интеграционных связей и адаптироваться к условиям глобального рынка, т.е. чем выше и крепче первые составляющие, тем успешнее общество использует свои преимущества и адаптируется в условиях влияния глобализационных процессов.

Влияние процесса глобализации на развитие экономик различных государств чаще всего проявляется в их неровности и асимметрии, а также к трансформациям на внутренних рынках, зачастую негативных; исчезновению внутренних неконкурентоспособных товаропроизводителей и их товаров, работ, услуг и экспансии внешних; появлении на внутренних рынках импортных товаров не всегда являющихся экологичными и безопасными и т.д.

Такая неравномерность развития государств приводит к тому, что страны-лидеры перешли и находятся на постиндустриальной фазе развития, другие – на этапе индустриализации или находятся на стадии перехода к постиндустриальной ступени своего развития, иные – на сельскохозяйственной (доиндустриальной) фазе. Поэтому, условиями сохранения экономической устойчивости в современных условиях, являются не только решения краткосрочных задач, но и долгосрочных основ конкурентоспособности, которые будут способствовать эффективному функционированию экономики в будущем.

Конкурентоспособные экономики, как отмечает профессор экономики Колумбийского университета США Ксавье Сала-и-Мартин, – «это такие экономики, которые располагают факторами, усиливающими их продуктивность, на которой строится их настоящее и будущее процветание» [3].

Рейтинг глобальной конкурентоспособности стран составляется на основании Индекса глобальной конкурентоспособности (Global Competitiveness Index, GCI) и Индекса конкурентоспособности бизнеса (Business Competitiveness Index, BCI), первый из которых, является средством обобщенной оценки конкурентоспособности стран [3].

Как показывают исследования, за период 2008-2010 гг. лидирующими странами в рейтинге глобальной конкурентоспособности неизменно являются: Швейцария, возглавляющая рейтинг, а также Соединенные Штаты Америки, Сингапур, Швеция, Дания, Финляндия, Германия, Япония. Позиции Украины в рейтинге невысокие – только 82 место против 72 в 2008-2009 гг. В 2009-2010 гг. Китай продолжает лидировать среди государств – крупных развивающихся экономик, поднялся в рейтинге на одну позицию и вошел в первую тридцатку анализируемых стран. Анализ же основных финансовых показателей деятельности ТНК за 2006-2009 гг. показывает, что США также является лидером по количеству ТНК среди других государств, а вторую и третью позицию занимает Япония и Великобритания соответственно. В 2010 г. девять из двадцати крупнейших компаний так же принадлежали США и две (General Electric и Exxon Mobil) являются наиболее стабильными за 2006-2010 гг. [4, с. 62-63].

Таким образом, исследование развития и деятельности таких организационных форм предприятий как ТНК, а так же уровня глобальной конкурентоспособности и глобализации стран [4], подтверждают и обратную зависимость между уровнем глобализации экономики и уровнем конкурентоспособности и эффективности деятельности предприятий, используя механизм взаимосвязи «парадокса Нейсбитта» (рис. 1).



Рис. 1. Зависимость уровня глобализации страны и конкурентоспособности промышленных предприятий [составлено автором]

На территории Украины функционируют филиалы таких крупных ТНК как «General Electric», «Nestle», «AT&T», «Coca-Cola», «McDonalds», «PepsiCo» и др., деятельность которых является далеко небезопасной для национальных предприятий. Так, например, корпорация «Nestle» осуществляет в Украине свою деятельность по производству и реализации напитков, кондитерский изделий, мороженого, детского и специального питания, минеральной и столовой воды, готовых завтраков, кормов для животных с открытия своего представительства в 1994 г.

В 1998 г. компания приобрела контрольный пакет акций ЗАО «Львовская кондитерская фабрика «Свиточ», в начале 2003 г. – создано ООО «Нестле Украина», в конце 2003 года ей выкуплен весь пакет акций предприятия «Волиньхолдинг» (выпускающий продукцию под торговой маркой «Торчин»), в 2010 г. компания приобрела ООО «Техноком» (выпускающий продукцию под торговой маркой «Мивина»).

Сохранение и повышение конкурентоспособности и эффективности деятельности отечественных промышленных и других предприятий в сложившейся ситуации влияния глобализационных процессов на экономику Украины, возможно только при создании в стране собственных транснациональных структур. Разработка стратегии создания украинских транснациональных структур может базироваться на использовании зарубежного опыта развития и формирования транснациональных структур Китая, Российской Федерации, Индии, Индонезии, Мексики, Венесуэлы и других стран, который показывает, что национальный капитал может сопротивляться ТНК и достойно конкурировать только в случае его структуризации в сильные промышленные, финансово-промышленные и другие образования [5] с одной стороны, а с другой необходима поддержка и защита национального товаропроизводителя с помощью государственного регулирования (льготного налогообложения, содействия внедрению новейших техники и

технологий, регулирование импорта товаров работ и услуг с помощью таможенных, тарифных, экологических и других ограничений, контроль качества продукции отечественных и зарубежных производителей и др.).

Мировая тенденция системной интеграции предприятий и их подразделений в последние годы приобретает все большие масштабы, вынуждая создавать интегрированные комплексы различного рода и масштаба, что способствует повышению эффективности всех видов деятельности предприятия и усилению конкурентоспособности. Так, такая интеграция положительно сказывается на величине расходов предприятия: на ранних этапах разработки изделия можно добиться значительной экономии в его стоимости; привлечение предприятий и организаций, занимающихся снабжением и поставщиками на начальном этапе проектирования и разработки может привести к сокращению затрат до 18%; привлечение внешних ресурсов приводит к сокращению складских запасов более чем на 30%, а своевременность поставок увеличивается до 73 % [6].

В последние годы в украинской научной среде актуальными направлениями являются анализ и особенности применения моделей аутсорсинга как формы делового партнерства для:

расширения информационных технологий, венчурных стратегий и применение инноваций для повышения конкурентоспособности национальной экономики [7];

реализации инвестиционных проектов энергосбережения в сфере жилищно-коммунального хозяйства [8];

процесса создания специализации вертикально интегрированных структур на условиях логистического подхода (зерновых кластеров) [9] и др.

Зарубежный опыт государственно-частного партнерства свидетельствует об эффективности содействия разработки и внедрению новых технологий. Так, на основе различных кооперационных соглашений частных промышленных компаний, университетов, научно-исследовательских лабораторий, других организаций и правительственных ведомств США с целью повышения уровня и продвижения научных исследований (с финансированием государством приоритетных направлений таких исследований) появляется возможность национальным компаниям противостоять жесткой рыночной конкуренции и является способом поддержки государства национального частного бизнеса. Одним из наиболее эффективных результатов реализации аутсорсинга, как инструмента повышения конкурентоспособности и эффективности деятельности, предприятий (на основании синергетического эффекта) и национальных экономик является образование и функционирование кластерных структур.

Влияние глобализационных процессов на развитие национальных экономик, протекционистские методы ведения бизнеса и торговли многих стран и ТНК, ужесточение конкурентной борьбы на внутренних, международных и глобальных рынках, способствуют возникновению кластерных объединений национальных субъектов хозяйствования для сохранения своей конкурентоспособности и получения дополнительных конкурентных преимуществ.

Исследование показало, что наиболее прибыльными вертикально-интегрированными агропромышленными компаниями (кластерными структурами) в Украине, доказавшими прибыльность не только производства продукции их предприятиями, относящимся к пищевой промышленности, но и аграрному сектору, являются в настоящее время Компания «Мироновский Хлебопродукт» (Торговая марка «Наша Ряба», «Легко!», «Дружба народов», «Фуа Гра», «Сертифицированный Ангус», «Башинский», «Европродукт»), Компания «Кернел Групп» (ТМ «Щедрый дар», «Стожар», «Чумак домашня», «Чумак золота», «Любонька»), Агрохолдинг «Авангард» [10, с.19].

По данным аналитиков, аграрный сектор и предприятия пищевой промышленности в Украине лидируют в 2009-2010 годах по количеству привлеченных инвестиций и остаются привлекательными для дальнейшего инвестирования, чему способствует стабильный рост производства и высокая рентабельность бизнеса. Например, компания «Мироновский Хлебопродукт» является самым прибыльным производителем мяса в мире: его операционная рентабельность превышает 30%. Анализ деятельности аналогичных иностранных компаний показывает, что крупнейший российский производитель мяса «Черкизово» работает с рентабельностью операционной прибыли около 15%, а лидирующий американский производитель мяса курицы «Tyson Foods» – на уровне 6% [10, с.19].

Результаты деятельности данных кластеров свидетельствуют не только об их эффективности и конкурентоспособности на внутреннем и мировом рынках, но и подтверждают, что создание таких структур будет способствовать формированию устойчивого и конкурентоспособного национального товаропроизводителя в быстро меняющейся конкурентной среде под влиянием глобализационных

процессов. Особенно актуальными такие структурные изменения в организации деятельности предприятий становятся в условиях открытости внутреннего рынка и либерализации торговли.

Проведенное исследование позволяет сформулировать следующее:

исследование развития и деятельности таких организационных форм предприятий как ТНК, а так же уровня глобальной конкурентоспособности и глобализации стран, подтверждают обратную зависимость между уровнем глобализации экономики и уровнем конкурентоспособности и эффективности деятельности предприятий, используя механизм взаимосвязи «парадокса Нейсбитта»;

анализ влияния глобализационных процессов, как на экономику Украины, так и на ее отдельных субъектов, показал необходимость поиска методов защиты отечественного товаропроизводителя, где одним из наиболее эффективных является аутсорсинг, результатом реализации которого (как инструмента повышения конкурентоспособности и эффективности деятельности предприятий) является образование и функционирование кластерных структур;

исследование деятельности наиболее прибыльных вертикально-интегрированных Агропромышленных компаний Украины, показал необходимость дальнейшей разработки такого метода защиты отечественного товаропроизводителя и сохранения конкурентоспособности не только предприятий пищевой промышленности и аграрного сектора, но и предприятий других отраслей экономики Украины.

Литература

1. Шишков Ю. Глобализация – враг или союзник развивающихся стран / Ю. Шишков // МЭиМО, 2003. – №4. – С. 3-14.
2. Naisbitt J. Global Paradox: the Bigger the World Economy, the More Powerful Its Smallest Slayers/ Naisbitt J. – New York: William Morrow and Company, 1994. – 392 p.
3. Всемирный экономический форум: рейтинг глобальной конкурентоспособности 2009-2010 / Новости гуманитарных технологий. Гуманитарное развитие России и за рубежом: экспертно-аналитический портал. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/news/state/2009/09/08/2166>.
4. Куприна Н.М. К вопросу о влиянии процесса глобализации на развитие экономики страны и ее субъектов / Куприна Н.М. // Глобалізація інформаційного суспільства й інтеграційні процеси України: стан та перспективи розвитку: матеріали всеукр. наук.-практичної конференції / ред. І.С. Михальський, О.О. Проскуріна та ін.. – Луганськ: Елтон-2, 2011. – 163 с.
5. Швиданенко О.А. Сучасні корпоративні стратегії ТНК / О.А. Швиданенко // Формування ринкової економіки. – К.: КНЕУ, 2006. – С. 177-192.
6. Управление отношениями с поставщиками // Siemens PLM Software. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.plm.automation>.
7. Антонюк Л.Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації: монографія / Л.Л. Антонюк. – К.: КНЕУ, 2004. – 275 с.
8. Шлафман Н.Л. Механізми регулювання розвитку підприємницького сектору : монографія / Н.Л. Шлафман. – Херсон: ХНТУ, ШПРЕД НАН України, 2010. – 284 с.
9. Савенко І.І. Логістичний підхід в управлінні потоками зерно зберігаючи підприємств. Теоретико-правовий та методологічний аспекти: монографія / І.І.Савенко. – Одеса: Поліграф, 2008. – 272 с.
10. Куприна Н.М. Направления сохранения конкурентоспособности предприятий в современных условиях / Куприна Н.М. // Економіка харчової промисловості: Науковий журнал. – Одеса: ОНАХТ, 2011. – 3(11). – С. 17-20.

Рецензент докт. экон. наук, профессор В.Е. Глушков

332.12

*Овчинникова М.О., ст. викладач,
Соломаха Г.П., ст. викладач,*

Херсонський національний технічний університет

ОЦІНЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Світовий досвід свідчить, що при виборі певної моделі економічного зростання потрібно враховувати загальне і специфічне, яке є змістом будь-якої економічної системи. Забезпечення економічного зростання в сучасних умовах можливе шляхом розширення масштабів виробництва, зростання випуску продукції, збільшення національного доходу або валового національного продукту, саме ці фактори є впливовими і підлягають дослідженню.

Проблематика оцінювання економічного зростання при формуванні ринкової моделі економіки в Україні була досліджена в роботах таких науковців, як: А.С. Гальчинський [1], М.І. Долішній та С.М. Злупко [4], А.А. Чухно [2], Г.І. Башнянин, П.Ю. Лазур та В.С. Медведєв [3] та ін.