

через свою меншу ефективність, використовувалися значно рідше.

Що ж до методів розв'язання кризи, то тут найпоширенішими були рекапіталізація банків, застосування заходів монетарної політики та списання боргів і відмова від застосування примусових заходів. Найменше і найрідше країни використовували такі методи, як закриття чи націоналізація банків, продаж їх активів та страхування депозитів. Це можна пояснити по-різному, частина цих засобів є надто дорогою, частина малоефективною, а інша не лобює як державні, так і приватні інтереси тощо.

Кожен з цих методів допомагає досягнути бажаного результату – відновлення банківської системи і стабілізації економічної ситуації. Все залежить від того, які методи і як буде використовувати країна. Зазвичай країни застосовують комбінації таких стратегій виходу із кризи, включаючи урядові програми та ринкові механізми. Успіх обох залежить від умілого і ефективного використання юридичних, регулятивних, управлінських та політичних інституцій. Також варто зазначити, що політикам в країнах зі слабкими економічними інституціями не варто сподіватися досягнення того ж рівня результату у фінансових реструктуризаціях, що й у більш розвинутих країнах, і тому розробляти механізми потрібно відповідно і розраховувати, що час на вихід із кризи може бути набагато довшим.

### Література

1. Boyd J., Gianni De Nicolò, Loukoianova E. Baking crises and Crisis Dating: Theory and Evidence // IMF Working Paper/09/141. – 2009.
2. Enrica Detragiache, Giang Ho, Responding to Banking Crises: Lessons from Cross-Country Evidence // IMF Working Paper/10/18. – 2010.
3. Graciela L. Kaminsky, Currency and Banking Crises: The Early Warnings of Distress // Working Paper, 1999, Available from: <<http://home.gwu.edu/~graciela/HOME-PAGE/RESEARCH-WORK/WORKING-PAPERS/warnings.pdf>>.
4. Graciela L. Kaminsky, Lizondo S., Carmen M. Reinhart, Leading Indicators of Currency Crises // IMF Staff Papers. Vol. 45, No.1/ - March 1998.
5. Graciela L. Kaminsky, Varieties of Currency Crises // Journal of International Money and Finance, 2006, Available from: <<http://home.gwu.edu/~graciela/HOME-PAGE/RESEARCH-WORK/WORKING-PAPERS/varieties.pdf>>.
6. Laeven L.,Valencia F. Systemic Banking Crises: A New Database // IMF Working Paper/08/224. – 2008.
7. Laeven L.,Valencia F. The Use of Blanket Guarantees in Banking Crises // IMF Working Paper/08/250. – 2008.
8. Rupa Duttagupta and Paul Cashin, The Anatomy of Banking Crises // IMF Working Paper/08/93. – 2008.
9. Stijn Claessens, M. Ayhan Kose and Marco E. Terrones, What Happens During Recessions, Crunches and Busts? // IMF Working Paper – August 2008.
10. Н.Й. Реверчук Банківські кризи: сутність, ознаки, види та методи їх подолання / Н.Й. Реверчук, А.О. Ковалюк // Регіональна економіка. – 2008. – № 4. – С. 87-96.
11. Підтримка ліквідності банківської системи Національним банком України [Електронний ресурс]. – Режим доступу :// Прес-реліз НБУ. –[www.bank.gov.ua/Publication/pres\\_service/2009/grebenyuk\\_010409.pdf](http://www.bank.gov.ua/Publication/pres_service/2009/grebenyuk_010409.pdf)>.

Надійшла 12.04.2010

УДК: 657.92:631.11

І. І. ГАВРИЛЮК

Львівський національний аграрний університет

## ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ І ЕКСПОРТНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВ

*В роботі визначено сутність експортного соціально-економічного потенціалу, виявлено передумови та сформульовано принципи становлення та нарощування експортного потенціалу в сучасних умовах. Доведена необхідність регулювання та координування ролі держави в розвитку експортного потенціалу, проведення економічних, валютно-фінансових заходів стимулювання експорту.*

*The perspective of the export of social and economic potential is determined. The main principles of forming and escalating the export potential are established under the modern conditions. New approaches as of the effective of an export potential and economic mechanism of stimulation export region activity are scientifically investigated.*

*Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, експортний потенціал, регіональний підхід, маркетинговий механізм.*

### Вступ

Сучасні пріоритети зовнішньої політики України пройшли довгий процес формування у доволі

складних міжнародних умовах, коли наша держава на зорі незалежності була змушена доводити свою здатність бути гідним гравцем на міжнародній арені, завойовувати авторитет в міжнародних організаціях, захищати власні інтереси у зовнішньополітичній сфері. Аналізуючи зовнішньоекономічну діяльність України, можемо сказати, приріст обсягів взаємної торгівлі відбувається не за рахунок українського експорту, а, навпаки, за рахунок європейського імпорту. Очевидною є невідповідність між політичними деклараціями про європейський вектор інтеграції України, з одного боку, та реальною практикою розвитку зовнішньої торгівлі України, з іншого боку.

Основні причини такого становища можуть бути охарактеризовані наступним чином. По-перше, Україна виступає переважно як експортер продукції чорної металургії та інших товарів з невисоким рівнем доданої вартості, є малопомітною на ринках високотехнологічних товарів. Це робить її малоперспективним партнером для регіональної інтеграції як на Заході, так і на Сході. Адже саме високотехнологічні галузі та технічно складні виробництва, здатні оперувати в режимі міжнародної кооперації, є основними сферами інтеграції в сучасній світовій економіці. По-друге, в Україні високий рівень монополізації багатьох ринків парадоксальним чином поєднується з відсутністю потужних транснаціональних компаній (ТНК), що реалізують глобальні стратегії маркетингу та інвестицій за кордоном. Але давно відомо, що саме ТНК є основними носіями (суб'єктами) міжнародних інтеграційних процесів. Жодні урядові наміри (декларації, стратегії, програми) не можуть компенсувати відсутність основного механізму інтеграції, пов'язаного з діяльністю ТНК. Українські компанії за своїм фінансовим та організаційним потенціалом конкурентоспроможності сьогодні на порядок поступаються провідним європейським ТНК. І це не може не обмежувати присутність України на ринку ЄС. По-третє, загальні інституціональні умови зовнішньої економічної діяльності в Україні характеризуються суперечливістю, нестабільністю та низьким рівнем придатності до реалізації масштабних і технічно складних проектів міжнародного співробітництва. За цих умов, чим більш складним є об'єкт торгівлі, тим більші проблеми мають експортери. Можливо тому, експорт сировини є найпростішим виходом.

Однак, експорт сировини або напівфабрикатів значно меншою мірою вимагає створення розвинутих міжнародних органів регулювання, а отже, активно не породжує зв'язків інтеграційного типу. Таким чином, проголошуючи пріоритет інтеграції України в структури ЄС, треба чітко розуміти, які саме галузі і виробництва національної економіки стануть носіями європейського вектору розвитку. На даний момент у торгових відносинах Україна – ЄС працює система, яка погіршує положення наших товаровиробників на ринках ЄС: відкрито ряд антидемпінгових розслідувань, збільшено митні платежі на нашу продукцію. ЄС вважає, що передумовою закріплення України в економічному просторі Європи є успішне завершення.

На сучасному етапі розвитку в Європі регіони стають об'єктами зовнішньоекономічних відносин. Однак у контексті процесу глобалізації світової економіки виникає потреба комплексного аналізу наявних у регіонах експортних можливостей, вибору регіональними підприємствами оптимальної маркетингової стратегії виходу на міжнародні ринки і розробки тактичних прийомів її реалізації. Методики оцінки потенціалу і маркетингової привабливості регіонів України можуть бути, в першу чергу, використані для аналізу перспектив розвитку конкретного регіону і вироблення в цьому зв'язку ефективної маркетингової стратегії його розвитку. Крім того важливим є можливість того, що ранжування українських регіонів за рівнем експортного потенціалу і ступенем маркетингової привабливості можуть бути використані закордонними партнерами для вибору найбільш доцільних форм міжнародного співробітництва.

Для збільшення українського експорту в межах здійснення експортоорієнтованої стратегії вітчизняних підприємств необхідно:

- 1) розвивати конкурентоспроможне експортне виробництво;
- 2) стримувати інфляцію;
- 3) активно сприяти залученню іноземних інвестицій; Найважливішим аспектом реформування економіки вважається перехід «тіньової» економіки та її зв'язків з корумпованими колами державного управління до легальних інституціональних відносин.

Значний резерв підвищення ефективності зовнішньоторговельної діяльності підприємств міститься у підвищенні якості самих зовнішньоторговельних контрактів. Сучасний стиль торгівлі має включати супровід постачання товарів відповідними послугами розміщення на території покупця торговельних представництв і сервісних центрів. Це сприяє стійкості і передбачуваності торговельних контрактів, дає можливість поліпшити маркетингове забезпечення торгівлі, максимально підняти планку прибутковості операцій.

Підприємство на зовнішньому ринку – це якісно нове явище для української економіки. Вихід на зовнішній ринок самостійних господарюючих суб'єктів повинен сприяти пристосуванню економіки до системи світо-господарських відносин, до формування економіки відкритого типу. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства здійснюється за такими основними напрямками:

- вихід на зовнішній ринок;
- експортно-імпортні поставки товарів, послуг і капіталу;
- валютно-фінансові і кредитні операції;
- створення й участь у діяльності спільних підприємств;

- міжнародний маркетинг.

На сучасному етапі економічних перетворень, коли йде активний процес формування принципово нової правової та інституційної основи відкритого ринкового господарства, особливого значення набувають цілеспрямовані зусилля держави з удосконалення нормативної бази, організаційного та іншого забезпечення експортної діяльності. Зі зменшенням втручання держави в підприємницьку діяльність, у тому числі в сфері зовнішньої торгівлі, суттєво зростає роль непрямих форм її участі в реалізації загальнонаціональних цілей і завдань у цій галузі. Система організаційно-правових і спеціальних заходів стимулювання експорту дозволить більш ефективно виконати покладені на державу функції її розвитку і розширення участі України в міжнародному розподілі праці. Підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняної продукції і розширення її доступу на зовнішні ринки пов'язане зі створенням ефективної системи сертифікації експортованої продукції, у тому числі з відтворенням державної інспекції якості експортних товарів. Важливим аспектом цієї діяльності є участь України в роботі міжнародних і регіональних організацій по сертифікації.

Експортоорієнтована політика українських підприємств повинна бути довгостроковою, далекоглядною у передбаченні майбутньої експортоздатності і життєздатності підприємства. Це вимагає постановки чітких цілей і формування стратегічних напрямів її розвитку. Головні з них можна сформулювати наступним чином:

1. Розробляти та реалізовувати довгострокову експортоорієнтовану стратегію підприємства, яка б передбачала: здійснення продуктових, технологічних, організаційно-управлінських та інфраструктурних інновацій, підвищення стабільності та завершеності технологічних циклів при створенні конкурентоздатної експортоорієнтованої продукції, покращення якості продукції, яка експортується, збільшення глибини її переробки, оптимізацію цінових умов, гнучке використання сукупного потенціалу підприємства залежно від кон'юнктури зовнішніх ринків, залучення зовнішніх і внутрішніх інвестицій, розвиток інвестиційного співробітництва, шляхи подолання основних експортних перешкод і бар'єрів; системне акумулювання даних про наявний експортний потенціал підприємства шляхом автоматизації інформаційно-аналітичної діяльності на основі застосування новітніх інформаційних технологій з виходом у глобальну комп'ютерну мережу Інтернет; кадрове забезпечення і навчання персоналу підприємства, що працюють з експортною продукцією тощо.

2. Нейтралізувати вплив негативних чинників зовнішнього середовища шляхом формування захисту проти них; обмежувати вплив та кількість чинників зовнішнього середовища, що діють негативно, шляхом сегментації ринку та визначення тих позицій, де дія цих чинників є найслабшою.

3. Цілеспрямовано керувати функціонуванням системи управління для досягнення стратегічних цілей та завдань експортної діяльності, розвитку внутрішнього механізму її саморегуляції та забезпечувати синхронізацію управлінського впливу з динамікою дії негативних та позитивних чинників, тобто гнучкості експортної діяльності підприємства як процесу.

4. Використовувати стратегічне бачення щодо процесів управління керівним складом. Перелічені узагальнені стратегічні напрями розвитку експортоорієнтованої політики підприємств повинні мати системний характер застосовуватись у контексті довгострокової стратегії зовнішньоекономічної діяльності.

У сучасних умовах рішення проблеми розвитку й особливо ефективної реалізації можливостей експортного потенціалу України залежить не тільки від економічної ситуації в країні, але і тісно пов'язано зі змінами, що відбуваються в світогосподарському середовищі. У цьому зв'язку при розробці експортної політики країни необхідно враховувати об'єктивні зміни в гео економічній і геополітичній ситуації у світі, інтереси окремих країн-партнерів по зовнішньоекономічних зв'язках, міжнародні правові норми і правила торгівлі, конкурентні переваги своєї країни і її провідних підприємств, які активно беруть участь (або здатні брати участь) у світовому торгово-економічному співробітництві. Таким чином, успіх у реалізації експортного потенціалу може бути досягнутий лише при орієнтації галузевих комплексів і підприємств на випуск тих видів конкурентоспроможної продукції, особливо високих технологій і послуг, що зможуть знайти свої "ніші" на зовнішніх ринках.

Важливе значення для підприємств може мати підтримка з боку держави у вивченні ринків, організації реклами, участі у ярмарках, виставках. За кордоном з цією метою витрачаються значні кошти. Так, у Великобританії фірми мають право на покриття за рахунок держави до 1/3 витрат на дослідження зовнішніх ринків, до 1/2 витрат на заснування закордонних підрозділів. Уряд Німеччини активно сприяє фірмам в участі у міжнародних виставках та ярмарках, різних міжнародних спеціалізованих салонах і вважає їх ефективним інструментом активізації експорту.

З метою ефективнішого використання експортного потенціалу в Україні доцільно сформувати державну систему зовнішньоекономічної інформації, якою могли б користуватися всі підприємства. Загальна інформація, яку повідомляють державні відомства і торговельні представництва за кордоном, повинна поширюватися безплатно. Докладає неабияких зусиль для поширення необхідної інформації, наприклад, ЄС, який проводить політику підвищення конкурентоспроможності, сприяючи міждержавному співробітництву. Одним з конкретних напрямів такої діяльності є створення комп'ютеризованої системи пошуку партнерів.

Аналіз стану експорту в Україні за останні роки свідчить про те, що в останні роки спостерігалась чітка тенденція скорочення обсягів експорту українських товарів на світовий ринок, що викликано низькою конкурентоспроможністю українських товарів, непрозорістю системи стимулів розвитку експортних галузей. Відсутність належного ресурсного забезпечення країни, велике технологічне відставання від розвинених країн та низький рівень доходу робить дешевою робочу силу єдиним джерелом конкурентних переваг, що не є перспективним у довгостроковому плані. Незадовільними є структура експорту з чітким домінуванням сировинних матеріалів та напівфабрикатів та структура ринків експорту України, що характеризується високим ступенем залежності від економічного стану та торговельної політики уряду країн СНД, зокрема Росії.

Щодо використання маркетингового та стратегічного підходу, то можна зазначити, що на рівні виробничих підприємств існують переважно примітивні спроби імітації маркетингового і стратегічного підходів на основі поточного вивчення ринків та короткотермінового пристосування до їх змін, але залишаються не розвинутими стратегічні аспекти, пов'язані з довгостроковим розподілом ресурсів, удосконаленням та якісним розвитком чинникових переваг в цілому по підприємству. Зокрема, більшість українських підприємств не розробляють стратегічні напрями експортного збуту продукції та не володіють інформацією про потенційні зовнішні ринки. У багатьох випадках на підприємствах продовжується планування експортної діяльності без врахування довгострокових цілей економічного розвитку.

Негативні дії, що стримують розвиток експортоорієнтованої політики діяльності підприємств, на жаль, притаманні сьогодні сучасному механізму зовнішньоекономічного регулювання в Україні. Серед них доцільно назвати нераціональну експортну політику держави; конфіскаційну податкову систему; жорстко-лімітовану грошово-кредитну політику, що залишає підприємства без обігового капіталу та інвестиційних ресурсів для розвитку виробництва; невиважену зовнішньоторговельну політику.

Проблеми існують і у розвитку експортного потенціалу українських підприємств: невідповідність світовим аналогам технічної та технологічної матеріально-виробничої бази вітчизняних підприємств призводить до зниження конкурентних переваг та рівня конкурентоспроможності експортної продукції; підприємствам сьогодні бракує власних обігових коштів за складного механізму залучення зовнішніх джерел фінансування, проблема адаптування до динамічно змінних вимог світового ринку вимагає від підприємств постійного розвитку у експортоорієнтованому промислово-виробничому напрямку. Це лише деякі з них, що притаманні більшості українських експортерів.

Експортоорієнтована політика українських підприємств повинна бути довгостроковою, далекоглядною у передбаченні майбутньої експортоздатності і життєздатності підприємства. Це вимагає постановки чітких цілей і формування стратегічних напрямів її розвитку.

#### Висновки

Отже, експортна діяльність буде найбільш успішною тільки у тому випадку, якщо вихід підприємства на міжнародні ринки буде не лише добре продуманим, усестороннім обґрунтованим, але і витікати з довгострокових цілей. А це свідчить про тісний зв'язок із стратегічним управлінням, що сприяє стабілізації та укріпленню стратегічних позицій підприємства, забезпеченню довготривалої життєздатності при зміні зовнішніх умов функціонування.

Вдосконалення управління експортною діяльністю підприємства має спиратися, передусім, на визначення реального стану об'єкта управління на основі процесу діагностики (аналізу та оцінки) стану експортної діяльності підприємства. За змістом та функціональним спрямуванням вона є діагностикою проблем, що виникли у процесі функціонування підприємства як суб'єкта ЗЕД та можуть зумовити негативні наслідки для його експортоздатності. Створити необхідне аналітичне підґрунтя для розв'язання цих проблем – основне завдання даного етапу у системі управління експортною діяльністю підприємства. Найдоцільнішим засобом створення інформаційної бази дослідження стану експортної діяльності підприємства є організація моніторингу зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства на підставі маркетингових досліджень, контролю за його головними параметрами та аналізу ступеня їх відповідності цілям і завданням розвитку підприємства. Крім того, для вдосконалення управління експортом необхідними є показники стану експортної діяльності підприємства.

#### Література

1. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств. – 2-ге вид., доп. і пероб. – К.: ІЗМІХ, 2002. – 624 с.
2. Економіка сільського господарства: Підручник для студ. екон. спец. / За ред. Руснака П.П. К., 1998. – 320 с.
3. Економіка сільського господарства: Підручник / О.І. Здоровцев, В.І. Мацибора, В.Й. Шиян; За ред. О.І. Здоровцев, В.І. Мацибори. – К.: Вид-во УСГА, 1993. – 320 с.
4. Академия рынка: маркетинг: Пер. с англ. – М., 1993.
5. Ансофф И. Стратегическое управление. – М., 1989.
6. Винокуров В. А. Организация стратегического управления на предприятии. – М., 1996.

7. Внешнеэкономическая деятельность предприятия. Основы: Учебник / Г. Д. Гордеев, Л. Я. Иванова, С. К. Казанцев и др. / Под ред. Л. Е. Стровского. – М., 1996.

Надійшла 06.04.2010

УДК 338.48

С. С. ГАЛАСЮК

Одеський державний економічний університет

## АНАЛІЗ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕГІОНАЛЬНОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

*У статті досліджено рівень конкурентоспроможності турфірм Одеського регіону, визначено його головних конкурентів та окреслено основні проблеми, що потребують першочергового розв'язання в перспективі.*

*In the article there has been explored the competitiveness level of the Odessa region tour agencies, determined its basic competitors and isolated the main problems, that should be solved first of all in the perspective.*

*Ключові слова: конкурентоспроможність, туристичні фірми, туристичні послуги, регіональний ринок туристичних послуг.*

**Постановка проблеми.** Внаслідок конкурентної боротьби зберігають стійкі позиції ті учасники економічних відносин, які добре адаптуються до ринкових умов та виробляють високоякісні товари і послуги за сприятливими цінами. Варто відмітити, що в умовах конкурентного середовища основою ефективного функціонування будь-якого суб'єкта підприємницької діяльності, забезпечення його фінансового успіху та підвищення ринкової частки є висока конкурентоспроможність. Залежно від об'єкта прикладання розрізняють конкурентоспроможність товарів (послуг), конкурентоспроможність підприємства, конкурентоспроможність галузі. Можна продовжити цей ряд суб'єктів, доповнили його туристичним регіоном з точки зору розвитку в ньому діяльності турфірм, об'єднаних в групу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблемами конкурентоспроможності у сфері туризму займається ряд провідних зарубіжних та вітчизняних учених, які присвятили дослідженню цього поняття свої роботи або окремі глави наукових праць [1–5]. Проте детальніший аналіз рівня конкурентоспроможності діяльності сукупності туроператорів та турагентів певного регіону України з точки зору офіційних статистичних даних дотепер не проводився.

**Формування цілей статті.** Метою статті є дослідження конкурентоспроможності Одеської області серед інших регіонів України з точки зору розвитку діяльності турфірм.

**Виклад основного матеріалу.** Існує багато методів оцінювання рівня конкурентоспроможності, кожен з яких має свою методологічну основу, переваги, недоліки й можливості використання в практичній діяльності підприємств сфери туризму. Найпоширенішими методами для оцінки конкурентоспроможності є наступні: метод рангів; метод різниць; метод балів; метод порівняльних переваг; метод, застосований на теорії ефективної конкуренції; метод оцінювання досягнення точки рівноваги; матричний метод тощо.

Для дослідження конкурентоспроможності ринку туристичних послуг Одеської області серед інших регіонів України з точки зору діяльності турфірм нами обрано *метод, що ґрунтується на визначенні ринкової частки*, за допомогою якого можна здійснити оцінку конкурентних позицій групи підприємств певного регіону. Цей метод є досить простим, логічним, зручним для сприйняття і відображає результати діяльності сукупності турфірм певного регіону з точки зору офіційних статистичних даних, які зібрані за допомогою форми № 1-ТУР «Звіт про діяльність туристичної організації» та містяться на сайті Державної служби туризму і курортів України (ДСТК) [6].

Головною проблемою застосування даного методу оцінювання конкурентоспроможності у сфері туризму є неповнота інформації для повноцінного дослідження конкурентної ситуації на туристичному ринку, що пов'язане з її недостовірністю, оскільки вітчизняні підприємства схильні фальсифікувати дані фінансової звітності з метою ухилення від сплати податків.

Однак відомості форми № 1-ТУР, оприлюднені в масштабах країни в розрізі її конкретних адміністративно-територіальних одиниць, на сьогоднішній день являються єдиним офіційним джерелом інформації, завдяки якому можна провести аналіз конкурентоспроможності серед різних туристичних регіонів і визначити місце Одеської області в конкурентному середовищі для пропонування окремих шляхів підвищення її конкурентоспроможності.

За аналогією оцінювання конкурентоспроможності туристичного підприємства, що пропонуване С.П.Гаврилюк [3, с. 76], рівень конкурентоспроможності сукупності турфірм Одеського регіону також можна визначити за наступними основними етапами: вибір конкурентів з числа туристичних регіонів України для порівняння; збір необхідної інформації про конкурентів; розробка системи оцінних показників; розрахунок одиничних показників конкурентоспроможності досліджуваного регіону (тобто Одеського) та конкурентів; побудова порівняльних таблиць, визначення та оцінювання рівня конкурентоспроможності регіону за найбільш прийнятним методом.