

голию, США, Канаду, Израиль и Германию. Доля экспорта в реализации продукции составляет до 30% [8].

5. ОАО «Полтавакондитер» - 5%. ОАО «Полтавакондитер» имеет четыре производственных цеха: карамельный, конфетный, мучнистый и шоколадный и предлагает покупателям более 250 наименований кондитерских изделий – это шоколадные конфеты, печенье, вафли, искристая карамель с разнообразными вкусами и формой, воздушный зефир, халва, а также широкий выбор шоколада – как классического, так и серии молочного и черного шоколада «Доминик».

Умеренная ценовая политика выделяет фабрику среди других производителей кондитерских изделий в Украине и за рубежом.

Дистрибьюторская и филиальная сети ОАО «Полтавакондитер» охватывают всю Украину. Однако сладости, производимые под торговой маркой «Доминик», известны и за ее пределами - в России, Казахстане, Азербайджане, Грузии, Туркмени, Эстонии, Молдове, Израиле и Монголии [9].

#### IV. Выводы

Украинский кондитерский рынок завершил этап своего формирования и находится в состоянии жесткого конкурентного противостояния. Удержание и привлечение новых потребителей возможно за счет диверсификации производства, которая позволит расширить номенклатуру производства продукции, стабилизирует поступление прибыли, а также окажет содействие созданию рыночной среды, усилит конкуренцию.

Для обеспечения расширенного доступа Украины на мировые рынки кондитерской продукции на основе наибольшего содействия приоритетное значение должно отводиться регулированию в сфере торговой экономической деятельности соответственно нормам и принципам многосторонней системы ГАТТ/ВТО. Это будет способствовать совершенствованию действующих режимов регулирования сферы ВЭД и реализации в полном объеме двусторонних соглашений со странами СНГ и Балтии, основными потребителями кондитерской продукции сегодня.

К числу эффективных мероприятий по наращиванию национального производства и выхода отечественной продукции на внешний рынок следует отнести практику создания совместных предприятий (СП) по производству конкурентоспособной кондитерской продукции с дальнейшей поставкой ее на рынки стран-партнеров. СП абсорбируют в себе не только капитал, современные технологии, опыт менеджмента, но и оказывают содействие выходу отечественных товаропроизводителей на внешний рынок.

#### Источники и литература

1. Борщ Л.М. Инвестування: теорія і практика: Навч. посіб. – К.: Знання, 2005.
2. Международная экономическая деятельность Украины: Учебник / Под. ред. Ф.В. Зиновьева, В.Е. Реутова. – Симферополь: Таврия, 2005.
3. Новицкий В.Е. Международная экономическая деятельность Украины: Учебник. – К.: КНЭУ, 2003.
4. Сайт Кондитер Украины: <http://www.ukrkonditer.kiev.ua/>
5. Сайт ЗАО «ПО «КОНТИ»: <http://www.kiev-konti.com/>
6. Сайт корпорации Roshen: <http://www.roshen.ua/>
7. Сайт компании АВК: <http://www.avk.ua/>
8. Сайт Харьковской бисквитной фабрики: <http://www.biscuit.com.ua/>
9. Сайт ОАО «Полтавакондитер»: <http://www.dominic.com.ua/>

#### Фёдорова О.В.

### ЭКСПОРТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ И УРОВНИ РЕАЛИЗАЦИИ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ УКРАИНСКОЙ ЭКОНОМИКИ

**Аннотация.** Исследованы возможности развития экспортного потенциала на основе анализа тенденций

**Актуальность темы.** На современном этапе развития мирохозяйственных связей характерной тенденцией является активизация процессов интеграции национальных экономик, их секторов и отдельных регионов стран, усиление конкуренции, а также унификация её форм между основными участниками международных экономических отношений. При этом постоянное обострение конкурентной борьбы на мировых рынках требует особого внимания со стороны государства к экспортоориентированному сектору экономики, а также оперативной реакции на колебания конъюнктуры мировых рынков и гибкой экономической политики обеспечения эффективности экспорта.

Важную роль в теоретическом осмыслении базисных факторов и процессов, оказывающих влияние на формирование национального экспортного потенциала и его конкурентоспособности, а также основ государственного управления и регулирования национальной экономики и международной торговли играют исследования украинских учёных-экономистов: Бураковского И.В., Вахненко Т.А. [2], Глазьева С.Ю., Губского Б.В., Дорогунцова С.И., Жалило Я.А. [3], Кочетова Е.Г., Кредисова А.И., Кухарской Н.В. [4], Лисецкого А.С., Макогона Ю.В. [5], Масловской Л.Д. [6], Мосина В.Н., Плишевского Б.В., Рогача О.И., Румянцев А.П., Смирнова В.А., Токарева Ю.В., Филипенко А.С., Чернюка Л.Г., Яцкого В.С. и др. Рассмотрением вопросов конкурентоспособности и регулирования международной торговли занимаются также зарубежные

ученые, в числе наиболее интересных работ следует отметить труды: Б.Баласса, А.Винтерса, М.Голдстейна, Г.Гроссмана [8], Д.Гринвея, П.Кругмана, М.Портера, С.Смалвуда.

Проблематика развития экспортного потенциала, а также эффективного его использования представляет особую актуальность для стран с переходными экономиками, где отсутствуют устойчивые механизмы его формирования, не выработаны действенные системы защиты, гарантий и страхования экспортных операций, четко не определены методы негосударственной институциональной и информационной поддержки экспорта, разработки, реализации и оценки эффективности программ развития экспортной деятельности.

**Цель и задачи исследования.** Цель статьи – изучение специфики экспортной деятельности Украины и выработка на данной основе практических рекомендаций относительно совершенствования использования экспортного потенциала государства как составляющей национальной конкурентоспособности. Достижение поставленной цели предполагает решение следующих задач: 1) исследовать специфику экспортной деятельности Украины в разрезе товарной и географической структуры; 2) рассмотреть современные тенденции развития внешнеэкономического комплекса; 3) выявить проблемы развития экспортного потенциала государства; 4) наметить уровни реализации конкурентных преимуществ украинской экономики.

**Объектом** исследования выступает экспортный потенциал Украины. **Предметом** – процесс формирования и направления использования экспортного потенциала.

**Основная часть.** Базисным индикатором конкурентоспособности является фактическая реализация экспортного потенциала, выступающая подтверждением реальных конкурентных преимуществ и инструментом продвижения национальных интересов в масштабах мирового хозяйства. Под экспортным потенциалом понимают возможность национального хозяйственного комплекса производить конкурентоспособные товары и реализовывать их на международных рынках при условиях устойчивого роста эффективности использования природных ресурсов, развития научно-технического потенциала, валютной и финансово-кредитной систем, а также сервисно-сбытовой инфраструктуры поддержки экспорта при одновременном обеспечении экономической безопасности страны в целом.

Современный этап развития экспортной деятельности Украины характеризуется определённой позитивной динамикой отечественного экспорта. Однако развитие экспортного потенциала государства происходит преимущественно под влиянием традиционной модели ценовой конкуренции. Ряд значительных структурных проблем, существующих в рамках процесса становления современных факторов конкурентоспособности украинского экспорта, усложняет полноценное задействование национальных конкурентных преимуществ. К числу основных негативных тенденций следует отнести:

- 1) долгосрочную тенденцию к сокращению на мировом рынке спроса и цен на товары традиционного украинского экспорта;
- 2) усиление международной конкуренции на фоне роста государственной поддержки экспорта и активного применения мер защитного характера в интересах национальных производителей в ведущих странах мира;
- 3) стремительное повышение требовательности потребителей к качеству, сервисному сопровождению, технологическому уровню продукции;
- 4) сохранение тенденции дискриминации украинских товаров на внешних рынках, в том числе негласные договорённости о вытеснении либо ограничении доступа Украины на перспективные рынки;
- 5) недостаточные объёмы инвестиционных вложений в технологическое и организационное обновление украинских предприятий, что не способствует росту их конкурентоспособности и выходу на новые мировые рынки;
- 6) отсутствие целенаправленной, продуманной и последовательной политики государственной поддержки развития экспорта, а также наличие косвенных дестабилизирующих положение экспортеров факторов – неблагоприятный предпринимательский климат внутри страны, невозвращение НДС и т.д.;
- 7) неразвитость структуры организационно-правовой, информационной, финансовой поддержки и сопровождения экспорта;
- 8) непривлекательность имиджа Украины на мировом рынке, сформировавшегося в связи с многочисленными публикациями в зарубежных средствах массовой информации относительно коррумпированности, «тенизации», технологической отсталости украинской экономики.

В числе наиболее значимых тенденций, характерных для экспортной деятельности Украины, выделяют ускорение темпов роста экспорта машиностроительной продукции, объёмы экспорта которой в 2007 г. возросли на 29,2% по сравнению с предыдущим периодом [10]. Однако данный позитивный аспект не оказал существенного влияния на совершенствование общей структуры экспорта. В настоящий момент украинский экспорт характеризуется значительным удельным весом продукции сырьевой направленности и низким уровнем добавочной стоимости, что приводит к истощению ресурсной базы страны и повышает степень чувствительности её экономики к действию различных экзогенных факторов, а также изменениям ценовой конъюнктуры [4].

В структуре украинского экспорта сохраняется тенденция доминирования продукции металлургической промышленности, хотя удельный вес данной товарной группы в общем объеме экспорта снизился с 44,9% в 2000 г. до 42,8% в 2007 г. Стоимостные объемы чёрных металлов возростали преимущественно за



счёт роста цен (в среднем на 30-35%) и увеличения части продукции со сравнительно высокой степенью переработки. Исходя из представленных в виде круговой диаграммы на рис. 1. данных по товарной структуре украинского экспорта наглядно видно, что более половины стоимостного объема экспорта составляют энерго- и материалоемкие продукты, в то время как доля продукции машиностроительной отрасли является весьма незначительной (14,1%).

Рис. 1. Товарная структура украинского экспорта за 2007 г., %

Низкую эффективность украинского экспорта подтверждает также классификация продукции по степени обработки. Так, в 2005 г. Украина экспортировала конструкционных материалов и полуфабрикатов на 18,5 млрд. долл., готовых изделий – на 9,96 млрд. долл. и сырья – на 4,21 млрд. долл. Таким образом, господствующие позиции в структуре национального экспорта занимает продукция промежуточного потребления – конструкционные материалы и полуфабрикаты (на них приходится 56,6% суммарного экспорта товаров) [2].

Географическая структура внешнеторговых операций Украины на протяжении последних годов также подверглась значительным изменениям, сущность которых заключается в сокращении взаимного товарооборота Украины со странами СНГ и переориентации торговой деятельности государства на страны дальнего зарубежья, в т.ч. страны-участницы Европейского Союза, что наглядно представлено на рис. 2 [10].

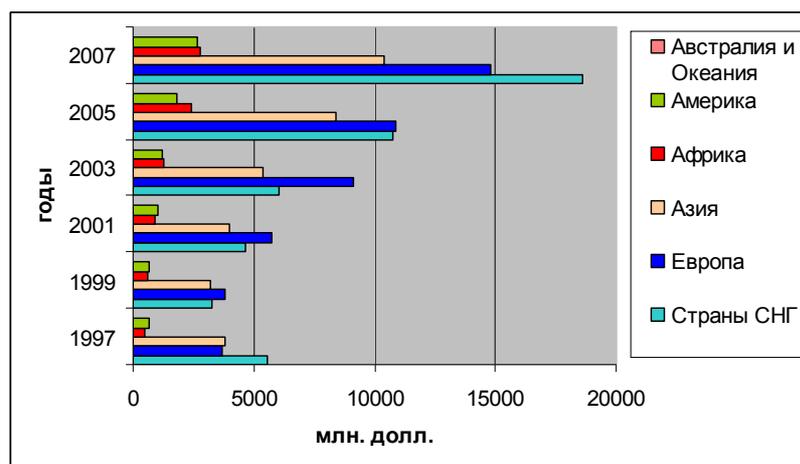


Рис. 2. Географическая структура экспорта товаров из Украины, млн. долл.

Так, доля стран СНГ в общем товарообороте Украины сократилась с 44,6% в 2001 г. до 38,3% в 2007 г.

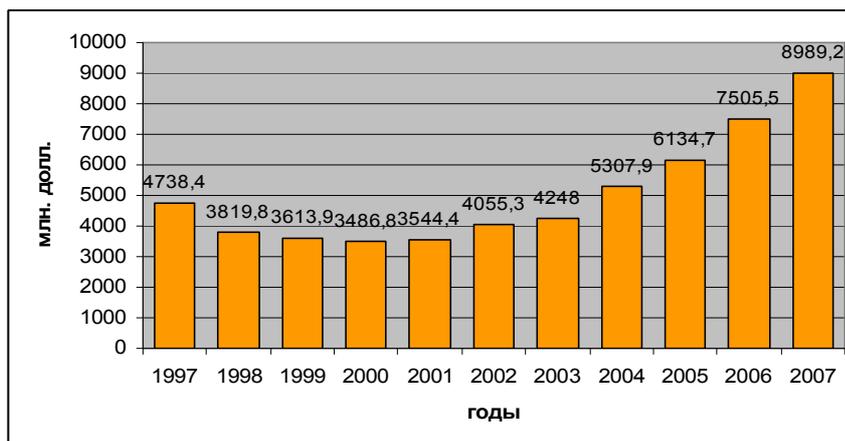
Положение Украины на мировом рынке услуг, несмотря на значительный потенциал научно-технических кадров государства, менее благоприятное, нежели на мировом рынке товаров. Безусловно, позитивным явлением для Украины является значительное развитие сферы услуг, предпосылки к которому наметились в 2000 г. и продолжают реализовываться до настоящего времени. Эту тенденцию иллюстрируют данные, представленные на рис. 3. В частности, необходимо отметить не только увеличение стоимостных объемов внешней торговли услугами, но и ускорение темпов роста экспорта услуг (так, в 2007 г. объем экспорта услуг возрос на 19,8% по сравнению с 2006 г.).

Однако структура внешней торговли услугами отличается определенной степенью гипертрофированно-

сти, поскольку основную долю в ней в настоящее время составляют транспортные услуги (79,1% экспорта услуг), удельный вес которых в мировом экспорте услуг характеризуется тенденцией к сокращению. В то же время деловые, туристические, технические, информационные услуги, а также услуги, связанные с реализацией высококвалифицированных производственных способностей, Украина экспортирует в незначительном объёме.

С целью определения конкурентных преимуществ украинской экономики и перспектив успешности её интеграции в международное сообщество представляют результаты оценок международных организаций по ряду критериев, что позволяет достаточно чётко установить основной массив факторов, замедляющих развитие экспортного потенциала Украины:

- согласно данным международного рейтинга Всемирного экономического форума (г. Давос, Швейцария) в соответствии с индексом конкурентоспособности по состоянию на 2006 г. Украина занимала 84 позицию среди 102 стран мира [12];
- по индексу инновационной экономики или экономики, которая базируется на знаниях, рассчитанному Институтом Мирового банка для ста стран мира, по состоянию на 2006 г. Украина уступала не только



- развитым, но и многим развивающимся странам [12];
- согласно рейтингу коррумпированности, который рассчитывается Центром антикоррупционных исследований «Трансперенси Интернешнл» (г. Берлин, Германия), в 2006 г. Украина занимала 122 позицию среди 146 государств [10].

**Рис. 3.** Динамика экспорта услуг из Украины, млн. долл.

К приоритетным составляющим внешнеэкономической политики страны следует отнести ориентир на развитие экспорта. Ведущая роль экспорта в контексте осуществления внешнеэкономической деятельности государства определяется реализацией конкурентоспособной продукции и услуг; возможностью получения страной иностранной валюты, необходимой для модернизации и структурной перестройки экономики на базе новейших технологий и видов техники, а также оплаты импорта продукции, для производства которой государство не имеет достаточных ресурсов и благоприятных условий; достижением положительного сальдо платёжного баланса [9]. Основа развития экспортного потенциала рассматривается с позиции формирования конкурентных преимуществ отраслей национальной экономики.

Конкурентные преимущества определяются наличием групп взаимозависимых отраслей, обеспечивающих производство и реализацию конкурентоспособной продукции, а также существованием вспомогательных структур с целью обеспечения качественного функционирования специализированных производственных сфер, которые занимают определённую нишу на мировом рынке. Современное развитие мирового хозяйства характеризуется доминированием интеллектуальной сферы, что способствует закреплению и дальнейшему развитию интеллектуального сектора национальной экономики, функционирование которого обеспечит высокую конкурентоспособность национального интеллектуального капитала [3].

В сложившихся условиях неэффективного использования экспортного потенциала государства становится очевидной необходимость оптимального сбалансирования различных уровней реализации конкурентных преимуществ украинской экономики.

I уровень: стабилизация и наращивание производства в определённых направлениях, соответствующих отраслевым стратегическим целям, а также традиционным товарным связям, со смещением акцента на повышение степени переработки экспортной продукции. В рамках данного уровня особую важность представляет собой сохранение экспортного потенциала металлургического комплекса, а также некоторых химических производств, с учётом их поэтапной переориентации на новые технологические процессы. В определённой степени данный уровень является «товарно-конъюнктурным», однако базисной задачей в рамках реализации его мероприятий представляется закрепление на традиционных рынках, а также экспортная экспансия новых рыночных сегментов посредством активного влияния на конъюнктуру и развития существующих конкурентных преимуществ. К факторам, способствующим развитию экспортного потенциала на указанном уровне, относится вертикальная интеграция украинских предприятий и/или создание горизонтальных экспортоориентированных стратегических альянсов, что в то же время не должно противоречить

принципу добросовестной конкуренции.

II уровень: реализация определённых временных преимуществ, которые выражаются в относительно невысокой стоимости рабочей силы, наличии развитых производственных фондов и технологических знаний, а также материальных ресурсов. Данный уровень реализации конкурентных преимуществ превалирует в развивающихся странах. Ключевым элементом уровня является ориентация на привлечение иностранного капитала и подключение к глобальным технологическим связям.

В условиях реалий украинской экономики мероприятия данного уровня могут быть реализованы согласно следующим направлениям:

- создание производств с участием иностранного капитала для выпуска конкретных марок товаров, которые завершают свой жизненный цикл на рынках развитых стран;
- формирование сложных производств из привозных компонентов;
- размещение в Украине заказов на выполнение НИОКР в сферах, обладающих соответствующим научно-техническим потенциалом.

Вследствие хронического недостатка инвестиционных ресурсов акцент должен смещаться в направлении повышения эффективности инвестиционных вложений посредством создания на уровне государства условий для максимально возможной прибыльности приоритетных отраслей, повышения эффективности деятельности фондового рынка и системы коммерческих банков, осуществления вложений капитала в зависимости от приоритетности, конкурентоспособности сферы, а также степени срочности, окупаемости, значимости для национального развития и др. [1].

III уровень: реализация конкурентных преимуществ, воплощённых в высоких технологиях – как существующих, так и перспективных. Однако реализация данных конкурентных преимуществ невозможна без создания соответствующих условий не только на внутреннем, но и на внешнем уровне. Формирование этих условий связано, с одной стороны, с поддержкой научных разработок за счёт государственных субсидий, а с другой, – с поддержанием их высокой конкурентоспособности на международном рынке через систему межгосударственных соглашений, договоренностей, стратегических союзов, допустимый уровень протекционизма и т.д.

Указанные три уровня не могут рассматриваться в изоляции друг от друга. Эффективное использование экспортного потенциала Украины предполагает реализацию ряда мероприятий одновременно по всем трём направлениям. Однако стратегическим приоритетом является использование конкурентных преимуществ высшего порядка, воплощённых в уникальные технологические и научные разработки.

Наращивание экспортного потенциала наряду с решением внутрихозяйственных проблем может быть достигнуто за счёт ряда следующих мероприятий: формирования и реализации государственной программы поддержки технического и наукоёмкого экспорта; создания системы льготного кредитования экспорта на конкурсной основе; организации государственной поддержки в продвижении образцов новой продукции на внешние рынки; организации эффективного взаимодействия государственных органов исполнительной власти с экспортёрами; целенаправленного формирования экспортноориентированных отраслей промышленности, способных обеспечить экспорт готовой продукции.

**Выводы.** Обобщая вышеизложенное, можно отметить, что эффективное использование экспортного потенциала заключается в способности национальной экономики производить конкурентоспособную продукцию и реализовывать её на международных рынках при одновременном соблюдении условий устойчивого роста, эффективности использования природных ресурсов, развития научно-технического потенциала, а также обеспечения экономической безопасности страны в целом. Стратегическая роль экспортного потенциала выражается в том, что он представляет собой инструмент активизации наличных и потенциальных преимуществ национальной экономики в мировом хозяйстве.

Экономический эффект от реализации экспортного потенциала Украины может быть достигнут при ориентации отечественных отраслевых комплексов и предприятий на выпуск тех видов конкурентоспособной продукции и услуг, которые будут востребованы на внешних рынках. В сложившихся условиях очевидной является необходимость неотложного формирования целостной системы мероприятий, способствующих наиболее полной реализации экспортного потенциала. Данные мероприятия должны найти отражение в специальной национальной программе развития и реализации экспортного потенциала Украины.

Тактическая цель указанной программы заключается в интенсификации экспортной деятельности на традиционных рынках для возможности осуществления дальнейшей перестройки национальной экономики, а стратегическая – в повышении эффективности и масштабов экспортной активности страны на основе расширения ассортимента и улучшения качества продукции, рационализации структуры экспорта, использования прогрессивных форм международного торгово-экономического сотрудничества.

Формирование эффективного механизма развития и реализации экспортного потенциала страны нуждается в решении ряда следующих задач превентивного характера:

- 1) обеспечение функционирования механизмов кредитования и страхования экспорта с участием государства, а также предоставление государственных гарантийных обязательств относительно экспортных кредитов;
- 2) согласование мероприятий в сфере внешнеэкономической деятельности с целями и задачами вышеупомянутой национальной программы, а также проведение в случае необходимости экспертизы законопроектов и других нормативных актов относительно их влияния на развитие отечественного экспортного потенциала;

- 3) широкое привлечение украинских деловых кругов к проведению общих мероприятий стимулирования экспорта;
- 4) создание системы внешнеторговой информации и информационно-консультативных служб, которые имели бы региональные и заграничные представительства;
- 5) организация оперативной работы государственных органов относительно активного продвижения украинской продукции на внешние рынки и защиты интересов отечественных экспортеров за рубежом.

Последовательная реализация указанных мер государственного регулирования экспортной деятельности позволит преодолеть имеющиеся кризисные явления в сфере торговой политики, повысит конкурентоспособность отечественных товаров на внешних рынках, будет способствовать укреплению внешнеэкономических связей Украины со странами-партнёрами, а также создаст условия для равноправного участия Украины в системе мирохозяйственных связей.

#### Источники и литература

1. Бутко Н.А. Инвестиционные аспекты повышения конкурентоспособности экономики // Экономика Украины. – 2005. – № 8. – С. 40-46.
2. Вахненко Т.А. Товарный экспорт Украины в системе мирохозяйственных связей // Экономика Украины. – 2006. – № 6. – С. 73-84.
3. Конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації / Жаліло Я.А., Базилюк Я.Б., Белінська Я.В. та ін. – К.: НІСД, 2005. – 388 с.
4. Кухарська Н.В. Експортно-імпортна політика України: роки незалежності // Регіональна економіка. – 2005. – № 3. – С. 57-66.
5. Макогон Ю.В., Орехова Т.В. Глобализация и Украина в мировой экономике. – Донецк: ДонНУ, 2004. – 478 с.
6. Масловская Л.Д. Управленческие аспекты внешнеэкономической деятельности Украины в переходный период // Экономика Украины. – 2006. – № 8. – С. 67-72.
7. Международные экономические отношения: Учебн. / Рыбалкин В.Е., Щербанин Ю.А., Балдин Л.В. и др. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 605 с.
8. Grossman Gene N., Rogoff K. Handbook of International Economics (vol. 3). – North Holland, 2001. – 843 pp.
9. Robert J. Carbaugh. (2005) International Economics. – London: South-Western. – 530 pp.
10. <http://www.transparency.org>
11. <http://www.ukrstat.gov.ua>
12. <http://www.worldbank.org>

#### Чжу Чжень

### ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ КАК ФАКТОР ОПТИМИЗАЦИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ

**Актуальность.** Маркетинговая стратегия развития предприятия применяется сегодня практически всеми фирмами цивилизованного мира. В маркетинговой деятельности основные решения касаются, как правило, четырех направлений: товарной политики, ценовой политики, распределительной и сбытовой политики, коммуникативной политики.

Товарная политика является ядром маркетинговых решений, вокруг которого формируются другие решения, связанные с условиями приобретения товара и методами его продвижения от производителя к конечному покупателю.

Сущность самой концепции, основные вопросы теории и практики маркетинга достаточно широко освещены в научных трудах Э. Альткорна, Б. Бермана, Э. Голубкова, П. Друккера, Ф. Котлера, С. Маджаро, Г. Портера, А. Романова, В. Руцкого, А. Чубали и других зарубежных ученых.

В последнее десятилетие появились также работы отечественных ученых, в которых исследуются современные проблемы маркетинга и логистики, в частности рыночной среды, проведения товарной, ценовой, сбытовой, коммуникационной политики, организации маркетинговой деятельности, управления материальными, информационными, финансовыми потоками и т.п. К ним можно отнести труды Е. Бойко, А. Войчак, С. Гаркавенко, В. Герасимчук, Г. Долишнего, В. Зарубы, В. Кардаша, А. Кредисова, Н. Куденко, Э. Крикавского, А. Кузьмина, В. Микловди, Л. Мороз, Т. Оболенской, В. Онищенко, П. Перервы, В. Прауде, Т. Решетиловой, И. Решетниковой, Е. Ромата, Е. Савельева, И. Семеняк, С. Скибинского, А. Старостиной, Н. Чухрай и других.

**Объектом исследования** является маркетинговая деятельность предприятий в современных условиях ведения хозяйства.

**Предметом исследования** являются некоторые процессы формирования и реализации международной товарной политики предприятия – туристической компании.

#### Результаты.

Формирование товарной политики туристического предприятия предполагает наличие множества туристских услуг с целью удовлетворения потребностей и спроса на туризм. При этом надо учитывать, что