

УДК 339.137.2:339.9:334.735

Сергій Семів

Організаційно-економічні засоби підвищення конкурентоспроможності підприємств споживчої кооперації на зовнішньому ринку

Глибокі економічні перетворення, здійснювані в економіці України, торкнулись і системи споживчої кооперації. Споживча кооперація є провідним кооперативним сектором економіки України і відіграє суттєву роль у забезпеченні товарами першої необхідності населення у сільській місцевості та у депресивних районах, заготівлі продукції АПК та лікарсько-технічної сировини. Суттєвого впливу дестабілізаційних явищ в кооперативному секторі зазнала і сфера зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) системи споживчої кооперації. Лише всебічний розвиток та диверсифікація ЗЕД і міжнародної інтеграції споживчої кооперації дозволить у поєднанні з впровадженням системи забезпечення конкурентоспроможності здійснити успішну трансформацію цього сектора економіки. Вказане обумовлює актуальність і вибір теми статті.

Значний внесок у дослідження проблем розвитку зовнішньоекономічних зв'язків і міжнародної інтеграції країн з перехідною економікою, конкурентоспроможності та ефективності ЗЕД економічних суб'єктів, трансформації АПК і кооперативного сектора в умовах відкритої економіки здійснили такі вітчизняні економісти, як В. Андрійчук, В. Апопій, С. Бабенко, А. Гальчинський, В. Гесць, Я. Гончарук, М. Долішній, В. Зіновчук, А. Мокій, А. Філіпенко. Проте ще недостатньою мірою висвітлені вплив окремих факторів конкурентоспроможності, економічні засоби та досвід її забезпечення у країнах з перехідною економікою, методичний інструментарій оцінки рівня конкурентоспроможності і економічної ефективності. Потребує системного аналізу проблема державного впливу на конкурентоспроможність суб'єктів ЗЕД на загальнодержавному та регіональному рівнях, особливо кооперативних підприємств та організацій,

які, поряд з економічними, виконують важливі соціальні функції у сільській місцевості.

Метою статті є обґрунтування стратегічних напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємств споживчої кооперації на зовнішньому ринку і покращання інвестиційного клімату у кооперативному секторі економіки.

В сучасних умовах основними тенденціями розвитку ЗЕД споживчої кооперації нашої країни є: зменшення обсягів зовнішньої торгівлі; посилення децентралізації у здійсненні ЗЕД підприємств системи, що призводило до неузгодженості дій, помилок у виборі партнерів і ціноутворенні, втрат в ефективності експорту продукції. Серед основних причин, які лежать в основі цих тенденцій, виокремимо відсутність належної державної підтримки; неконкурентоспроможність підприємств споживчої кооперації у порівнянні з приватними і закордонними фірмами-посередниками.

Динаміка обсягів експортних операцій (рис. 1), які сьогодні є головною формою ЗЕД споживчої кооперації, у 1991-2003 рр свідчить про починаючи з 1991 р. пониження ролі споживчої кооперації як суб'єкта зовнішньоекономічних зв'язків (ЗЕЗ) нашої країни, стрімке скорочення бази традиційної номенклатури експорту, витіснення споживчої кооперації з зовнішнього ринку товарів традиційної номенклатури кооперативної системи (лікарсько-технічної сировини, дикорослих плодів та ягід, сільськогосподарської сировини). Так у 2003 р. у порівнянні з 1991 р. експорт зменшився у 5,7 рази – з 17,04 млн. дол. США до 3,04 млн. дол. США. Структура експортних поставок у 2003 р. залишилася практично аналогічною як і у 2002 р. і складалася з замороженого м'яса (29,5% від загального обсягу експорту), концентрованого яблучного соку (20,6%), гарбузового насіння (8,6%), свіжозаморожених ягід (7,2%) та консервованої продукції (2,5%).

тис. дол. США

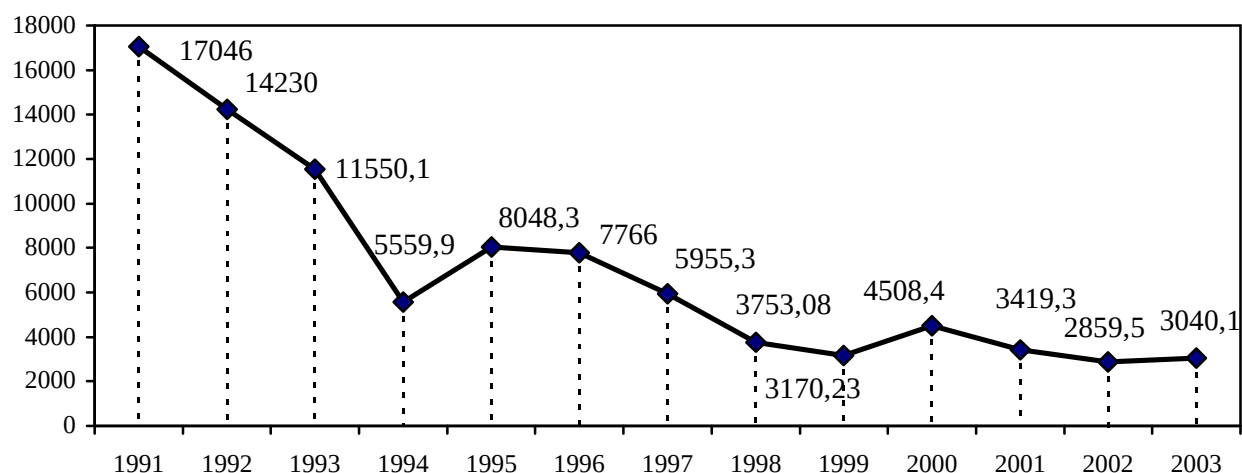


Рис. 1. Динаміка експортних операцій підприємств та організацій споживчої кооперації України у 1991-2003 рр.

Експортні операції, які є основною формою ЗЕД обласних організацій споживчої кооперації, носять, як це видно з табл. 1, спорадичний, разовий характер і не здійснюються в рамках реалізації довготривалої стратегії. Загальне погіршення або покращання результатів ЗЕД на рівні системи відбувається за рахунок зміни обсягів операцій окремих облспоживспілок, які є найбільшими експортерами. При цьому іноземні інвестиції, як важливе джерело фінансування операцій на внутрішньому та зовнішньому ринках є практично відсутніми.

Таблиця 1

Регіональний розподіл експортних операцій споживчої кооперації
у 1992-2003 рр.

№ п/ п	Облспоживспілки	Експортні поставки, тис. дол. США			1998 р. в % до 1992 р	2003 р. в % до 1992 р
		1992	1998	2003		
1	Кримспоживспілка	555	45	8	8,1	1,4
2	Вінницька	258	757	272	293,4	105,4
3	Волинська	6	333	567	5550,0	9450,0
4	Дніпропетровська	720	0	0	0,0	0,0
5	Житомирська	40	48	0	120,0	0,0
6	Закарпатська	23	0	327	0,0	1421,7
7	Кіровоградська	425	0	0	0,0	0,0
8	Луганська	338	0	0	0,0	0,0
9	Івано-Франківська	14	0	0	0,0	0,0

10	Львівська	71	25	189	35,2	266,2
11	Миколаївська	835	0	0	0,0	0,0
12	Одеська	1835	7	47	0,4	2,6
13	Полтавська	98	0	0	0,0	0,0
14	Рівненська	110	98	280	89,1	254,5
15	Сумська	125	0	0	0,0	0,0
16	Тернопільська	42	29	0	69,0	0,0
17	Харківська	325	40	2	12,3	0,6
18	Херсонська	536	350	14	65,3	2,6
19	Хмельницька	458	245	271	53,5	59,2
20	Черкаська	128	1332	756	1040,6	590,6
21	Чернівецька	64	69	0	107,8	0,0
22	Чернігівська	46	0	306	0,0	665,2
23	ЗО "Укоопзовнішторг"	18300	76	161	0,4	0,9
	Разом	14230*	3753	3040	26,4	22,5

* - без врахування обсягів експорту, який здійснювало ЗО "Укоопзовнішторг" через позасистемних постачальників експортної продукції

Головна мета розвитку ЗЕД споживчої кооперації України у процесі здійснення цільового програмування ЗЕД кооперативних підприємств полягає в підвищенні організаційно-економічної ефективності здійснення зовнішньоекономічних операцій як важливого напрямку підвищення конкурентоспроможності і динамічного розвитку споживчої кооперації, посилення її ролі у виконанні соціально-економічних завдань на сільському споживчому ринку в умовах зростання конкуренції.

Практичними цілями реалізації програмних заходів розвитку ЗЕД споживчої кооперації визначимо наступні:

- підтримка та розвиток існуючих форм зовнішньоекономічних операцій;
- розвиток нових для споживчої кооперації форм ЗЕД;
- формування та розвиток інфраструктури ЗЕД;
- залучення вітчизняних та іноземних інвестицій, направлених на фінансування проектів у сфері ЗЕД;
- підвищення ефективності зовнішньоторговельних операцій підприємств (організацій) споживчої кооперації;
- розвиток експортного потенціалу як необхідної передумови надходження валютних ресурсів, підвищення конкурентноздатності

продукції та забезпечення потреб в продукції критичного імпорту;

- розвиток співробітництва із зарубіжними кооперативними організаціями та міжнародними кооперативними банківсько-кредитними об'єднаннями.

Реалізація маркетингових заходів у сфері ЗЕД кооперативних підприємств є тим інструментом, який здатний істотно вплинути на розширення зовнішніх ринків, збільшення зовнішньоторговельного обороту, підвищення рівня інвестиційної привабливості системи споживчої кооперації. Серед можливих маркетингових заходів із підвищення конкурентоспроможності підприємств споживчої кооперації слід виокремити створення кооперативної інформаційно-консалтингової фірми, видання інформаційного бюлетеня з питань ЗЕД споживчої кооперації та поетапне впровадження маркетингових заходів в процесі реалізації політики залучення іноземних інвестицій та покращання інвестиційного клімату у сфері діяльності кооперації (Рис. 2).

При цьому наголосимо, що однієї з найсуттєвіших проблем, яка стримує економічний розвиток кооперативів країн Східної Європи, у т. ч. споживчої кооперації України, є проблема недостатнього фінансування господарської діяльності, у тому числі проблема нестачі оборотних коштів. Сьогодні обсяги прямих іноземних інвестицій і спільних довгострокових проектів споживчої кооперації України та іноземних фірм мають негативні тенденції розвитку. Окремі приклади співробітництва носять випадковий характер, а їх вплив на рівень ЗЕД Укоопспілки є незначним.

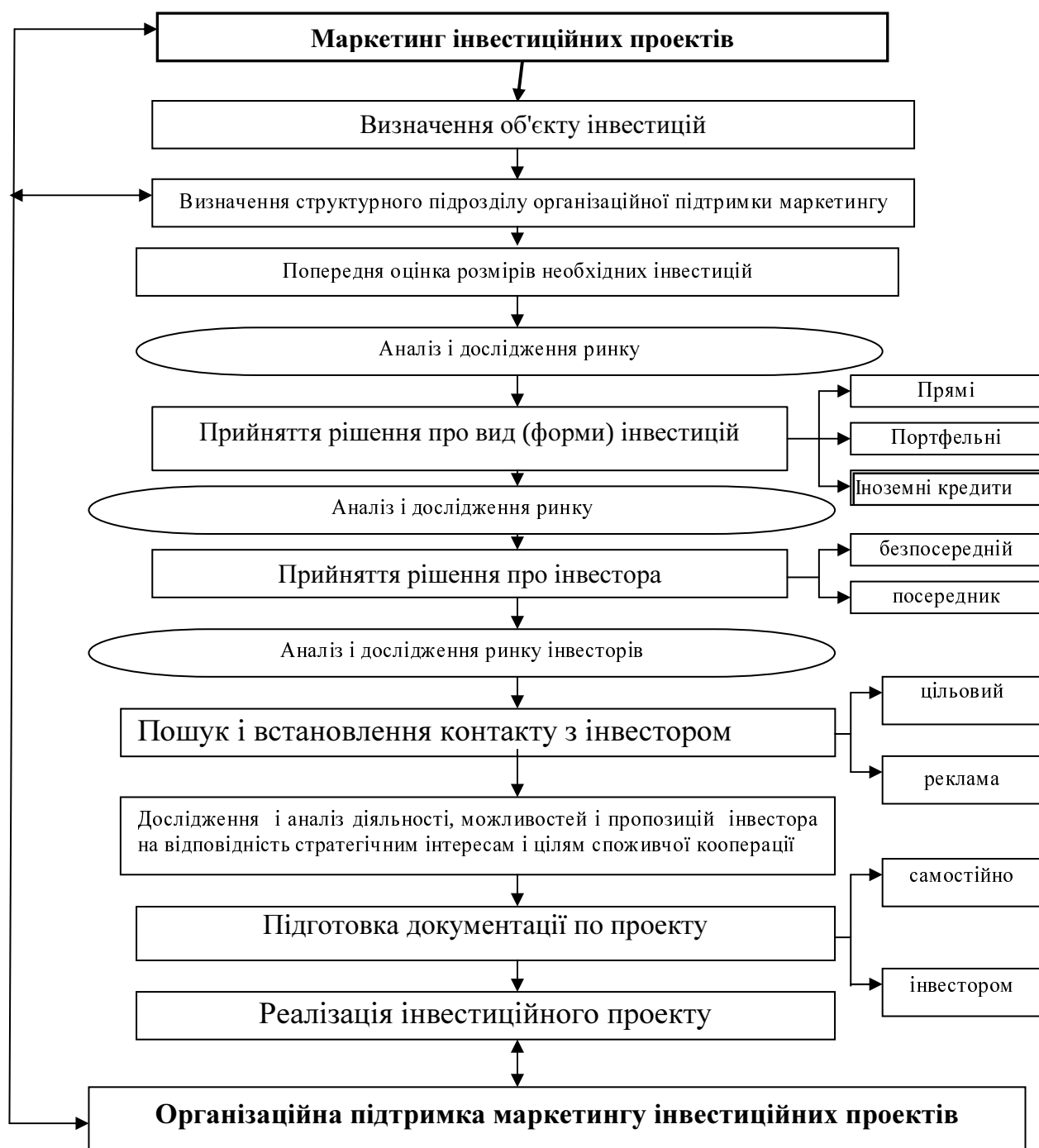


Рис. 2. Послідовність процесу маркетингу інвестиційних проектів підприємств та організацій споживчої кооперації.

У зв'язку з цим є корисним досвід вирішення цієї проблеми у країнах Західної Європи. Найбільшого поширення в країнах ЄС набула кредитна форма фінансування, яка передбачає надання державних і муніципальних кредитів, які носять, як правило, пільговий характер, позик кооперативних (менше комерційних) банків, деколи короткотермінових кредитів членів кооперативів. Слід наголосити, що у країнах Західної Європи не набула

поширення акціонерна і інші подібні форми фінансування, оскільки залучення стороннього капіталу часто передбачає втрату податкових та інших пільг зі сторони держави, які не поширюються на підприємства з акціонерною формою власності.

Слабкість і неконкурентоспроможність кооперативних банківських систем країн Центральної і Східної Європи обумовлює зростання значення іноземних інвестицій як важливого джерела фінансування кооперативного сектора перехідних економік. Як показав позитивний досвід країн Східної Європи (Польщі, Словенії, Чехії, Словаччини та Угорщини), залучення іноземних інвестицій (передусім кооперативних спілок західноєвропейських країн, зокрема Австрійського кооперативного союзу) відіграло вагомий роль у трансформації кооперативів та кооперативних банківських систем цих країн.

Серед основних стратегічних рішень стосовно маркетингових заходів, направлених на залучення іноземних інвестицій у систему споживчої кооперації України, виділимо наступні:

(1) Стратегічною метою першого етапу залучення іноземних інвестицій визначимо встановлення довіри інвесторів до партнерів та органів державного управління щодо умов інвестиційної діяльності в системі споживчої кооперації, активніше пропонування кооперативного господарського комплексу як об'єкту інвестиційної активності на зарубіжних ринках капіталів і, як наслідок, підвищення темпів зростання обсягів іноземних інвестицій.

(2) На другому етапі передбачається завершити формування системи залучення іноземних інвестицій в систему споживчої кооперації.

(3) Стратегічною метою третього етапу реалізації заходів із залучення іноземних інвестицій в систему споживчої кооперації визначимо створення інвестиційного клімату, основні параметри якого забезпечили б конкурентоспроможність системи споживчої кооперації як об'єкту інвестиційної діяльності, на рівні аналогічних секторів економіки країн Східної та Центральної Європи.

Вказані стратегічні завдання деталізуємо у вигляді таких першочергових операційних завдань:

(1) Формування системи та механізмів координації діяльності органів державного управління, кооперативних підприємств і організацій, фінансово-банківських установ, консультаційних фірм, громадських організацій, засобів масової інформації по усуненню нераціональних та незаконних перешкод в здійсненні іноземних інвестицій.

(2) Дерегулювання в раціонально допустимих межах інвестиційної діяльності на місцевому рівні та ініціювання змін в законодавчих та нормативних актах загальнодержавного рівня.

(3) Здійснення заходів з доопрацювання уніфікованих форм типових контрактів з іноземними інвесторами та їх запровадження у практику інвестиційної діяльності кооперативних підприємств та організацій.

(4) Обґрунтування доцільності створення кооперативних та змішаних інституціональних органів сприяння іноземним інвестиціям, включаючи формування фінансово-економічних та правових механізмів їх взаємодії з суб'єктами інвестиційного процесу і органами державного управління.

(5) Розробка графіку та організація контролю за виконанням стратегічного плану залучення іноземних інвестицій в систему споживчої кооперації.

(6) Організаційна підтримка досягнення визначених завдань передбачається забезпечити шляхом створення групи координації (ініціативної групи) виконання стратегічного плану. Для реалізації окремих напрямків плану чи супроводження крупних інвестиційних програм та проектів, в тому числі проектів в межах діяльності спеціальних (вільних) економічних зон, доцільно створити робочі групи з провідних спеціалістів управлінь та відділів Укоопспілки, зовнішньоторговельного об'єднання "Укоопзовнішторг" та облспоживспілок та окремих кооперативних підприємств, фахівців кооперативних навчальних закладів, які будуть приймати участь в інвестиційних програмах.

При цьому важливою є експертиза кожного інвестиційного проекту з погляду його відповідності інтересам економічної безпеки кооперативного сектору економіки, тобто недопущення в систему інвесторів, які основною метою своєї діяльності ставлять організацію ринку збуту своєї продукції, яка досить часто не є стратегічно необхідною для економічної трансформації організаційної структури сільськогосподарського виробництва.

Підсумовуючи зазначимо, що глобальні зміни, які відбуваються в економіці і політиці України показали, що здійснювати перебудову економічних відносин на селі необхідно через повернення кооперативної природи господарювання всім соціально-економічним відносинам в АПК. При цьому реформування сільського господарства повинне відбуватися в умовах всебічної державної підтримки діяльності споживчої кооперації, особливо у сфері залучення іноземних інвестицій та покращання інвестиційного клімату. Цей напрям досліджень є особливо актуальним і перспективним з огляду на вступ України до СОТ, який заплановано здійснити до кінця 2005 р. Споживчій кооперації необхідно використати всі переваги від посилення ділової активності, яка буде зростати внаслідок приєднання до СОТ. Диверсифікація діяльності кооперативних підприємств у високоприбуткових сферах ЗЕД повинна відбуватися у галузях іноземного туризму, митно-консигнаційної, лізингової діяльності, франчайзингу тощо, а одержані від подібної високоприбуткової діяльності фінансові ресурси доцільно спрямовувати на розвиток економічного потенціалу Укоопспілки.

Література

1. Дацків Р. М., Мокій А. І., Семів С. Р. Регіональні аспекти формування загальнодержавної стратегії залучення іноземних інвестицій // "Диверсифікація зовнішньоекономічних зв'язків України в умовах ринкової трансформації національної економіки". - Збірник матеріалів другої науково-практичної конференції УАЗТ, 3 червня 1999 р. – Київ: Видавництво УАЗТ, 1999. С. 84-88.
2. Портер М. Стратегія конкуренції / Пер. з англ. А. Олійник, Р. Скільський. – К.: Основи, 1998. - 390 с.
3. Рут Френклін Р., Філіпенко Антон. Міжнародна торгівля та інвестиції: Пер. с англ. – К.: Основи, 1998. – 750 с.
4. Berliner Beiträge zum Genossenschaftswesen 17. Auf dem Weg zum Marktwirtschaft - Der Transformationsprozeß der Genossenschaften in Bulgarien, Slovenien und der Ukraine.-Institut für Genossenschaftswesen an der Humboldt- Universität zu Berlin, 1994. -

60 S.

Анотація

Семів С.Р. Організаційно-економічні засоби підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств споживчої кооперації.

Досліджуються основні організаційно-економічні засоби підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств споживчої кооперації України. Обґрунтовується доцільність поетапного впровадження маркетингових заходів в процесі реалізації політики залучення іноземних інвестицій та покращання інвестиційного клімату у сфері діяльності споживчої кооперації

Annotation

Semiv S.R. The organization and economical tools of increasing competitiveness level of enterprises of Consumer Cooperation.

Main organization and economical tools of increasing competitiveness of enterprises of Consumer Cooperation in Ukraine are considered. The necessary of implementation the marketing tools and instruments step by step into the process of realization the policy of involvement the foreign investment and the improvement of the investment activity in sphere of Consumer Cooperation in Ukraine are grounded.

Аннотация

Семив С.Р. Организационно-экономические средства повышения уровня конкурентоспособности предприятий потребительской кооперации.

Исследуются основные организационно-экономические средства повышения уровня конкурентоспособности предприятий потребительской кооперации Украины. Обосновываются целесообразность поетапного внедрения маркетинговых мероприятий в процессе реализации политики привлечения иностранных инвестиций и улучшение инвестиционного климата в сфере деятельности потребительской кооперации.

Відомості про автора

Семів Сергій Романович -

кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародних економічних відносин Львівської комерційної академії, 79000 м. Львів, вул. Бр. Тершаківців 2-а, к. 318

дом. адреса: 79011, м. Львів, вул. Лемика 30-а, 15

тел. сл.: (0322) 79 76 53, тел. дом.: 76-66-56;

E-mail: iridium@mail.lviv.ua