

На сьогодні в інноваційній сфері України спостерігаються згортання процесів раціоналізації та винахідництва; зменшення кількості іноземного патентування; зниження темпів впровадження у виробництво науково-технологічних розробок; нерозвиненість внутрішнього ринку об'єктів промислової власності; низька питома вага досліджень і розробок у загальній сумі інноваційних витрат на підприємствах тощо. Низький рівень захисту інтелектуальної власності та ліцензування технологій, недоступність венчурного капіталу для нових проектів і кредитів для розвитку підприємництва, політика уряду й національне бізнес-середовище перешкоджають реалізації інноваційного потенціалу. За цим показником Україна посідає у світовому рейтингу 99 місце. Також недостатніми є витрати підприємств на дослідження та розвиток інновацій – 82 місце. Разом із тим в інноваційній сфері Україна має також одну конкурентну перевагу – це потреба й можливості для впровадження інновацій, за якими вона посідає 45 місце з 125 країн світу [6].

Виробники, досягнувши конкурентних переваг, можуть утримувати їх лише за допомогою постійного вдосконалення, оскільки практично будь-яке досягнення можна повторити – конкуренти відразу ж і обов'язково обійдуть будь-якого виробника, який припинить вдосконалення і впровадження інновацій. Тобто пріоритетним для забезпечення економічного розвитку є наявність, використання та утримання протягом тривалого періоду стійких інноваційних конкурентних переваг, які мають характерні риси: цінність для споживачів, особливість чи унікальність, складність для дублювання конкурентами тощо. Ступінь стійкості конкурентної переваги обумовлюється джерелами конкурентної переваги і можливостями їх постійного вдосконалення та розширення на основі продукування інноваційних ідей. За ступенем стійкості можна виділити конкурентні переваги з низьким, середнім і високим ступенями стійкості.

Конкурентні переваги з низьким ступенем стійкості можуть бути легко досягнуті чи скопійовані конкурентами (на основі використання дешевої робочої сили, забезпечення широким спектром сировинних ресурсів тощо) і не гарантують стабільного положення на ринку та утримання стійких конкурентних позицій, оскільки джерела цих переваг зазвичай мають зовнішній характер, і будь-яка істотна зміна навколишнього середовища може призвести до їх зникнення. До конкурентних переваг із середнім ступенем стійкості належать утримувані тривалий час конкурентні переваги, які є наслідком цілеспрямованої діяльності виробників, та зазвичай пов'язані зі значними витратами і важко піддаються копіюванню (сучасна патентована технологія, спеціалізовані програми підвищення кваліфікації персоналу).

Конкурентні переваги з високим ступенем стійкості зумовлені володінням інноваційними технологіями, патентами, ноу-хау, унікальними компетенціями працівників тощо, та й забезпечують можливість тривалого збереження досягнутих конкурентних позицій і захист упродовж тривалого часу.

Висновки. У ринкових умовах господарювання формування конкурентних переваг підприємства відбувається не внаслідок цінових переваг, а на основі втілення результатів інтелектуальних розробок у всі сфери економі-

ки. Ступінь стійкості конкурентних переваг зростає лише завдяки переходу від використання наявних факторів виробництва до переваг, заснованих на інтелектуальному потенціалі та інноваціях.

Література

1. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков. – М. : ОАО "Типография "НОВОСТИ", 2000. – 256 с.
2. Балабанова Л.В. Управление конкурентоспособностью предприятий на основе маркетинга : монография / Л.В. Балабанова, А.В. Кривченко – Донецк : Изд-во ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2004. – 147 с.
3. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е.П. Голубков. – М. : Изд-во "Финпресс", 1998. – 416 с.
2. Жаліло Я.А. Конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації / Я.А. Жаліло, Я.Б. Базилук, Я.В. Белінська та ін. / за ред. Я.А. Жаліло. – К. : Вид-во НІС, 2005. – 388 с.
3. Косенков Р.А. Иновационные модели экономики (теория, методы и сферы применения) / Р.А. Косенков. – Волгоград : Изд-во Волг. ГТУ, 2000. – 352 с.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга : учебн. пособ. / Ф. Котлер : пер. с англ. – Изд. 2-ое, [перераб. и доп.]. – К.-М.-СПб. : Изд. Дом "Вильямс", 1998. – 1056 с.
5. Куденко Н.В. Стратегический маркетинг : навч. посібн. / Н.В. Куденко. – К. : Вид-во КНЕУ, 2005. – 152 с.
6. Малицкий Б.А. Превращение науки и технологии в ключевой фактор исторического развития / Б.А. Малицкий // Наукоедение : журнал. – 2005. – № 2. – С. 41-45.
7. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер. – М. : Междунар. отношения, 1993. – С. 219.

Городня Т.А., Бенч В.В. Инновационные факторы формирования конкурентных преимуществ деятельности предприятий

Рассмотрено формирование конкурентных преимуществ деятельности предприятия на основе организационно-функциональных инноваций. Определена степень стойкости конкурентных преимуществ предприятия.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, конкурентные преимущества, информационное обеспечение, конкурентная среда.

Gorodnya T.A., Bench V.V. the Innovative factors of forming of competitive edges of activity of enterprises

The formation of competitive advantages of enterprise activity on the basis of organizational and functional innovation is considered. A stability level of enterprise competitive advantage is defined.

Keywords: enterprise competitiveness, competitive advantage, information providing, competitive environment.

УДК 339.[100+477]

Доц. Н.М. Заярна, канд. екон. наук;
студ. С.М. Олексин – Львівська КА

ЧЛЕНСТВО УКРАЇНИ У СВІТОВІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ ТОРГІВЛІ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

Представлено оцінку динамічних зміни розвитку торгівлі внаслідок вступу України до Світової організації торгівлі. Виявлено основні переваги та недоліки цієї співпраці. Встановлено, що на національному рівні теоретичні аспекти трансформуються в прагматичні потенційні можливості та проблеми, які визначають стратегію переговорного процесу щодо приєднання та конкретні заходи уряду протягом підготовчого та перехідного періодів.

Ключові слова: Світова організація торгівлі (СОТ), глобальна торгова політика, експорт, імпорт.

Вступ. Членство у СОТ формує міжнародний імідж України на світовому ринку товарів та послуг. Завдяки приєднанню до СОТ ми на крок наблизились до Євросоюзу. Саме завдяки лібералізації торгівлі послугами та товарами, а також разом зі зниженням ввізних мит на товари економіка України почала набувати вагомості на світовому ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вітчизняні вчені дослідили не лише сучасний стан співпраці України з СОТ, але й зробили припущення стосовно подальшого розвитку співпраці. Вагомий внесок у дослідженні співпраці України з СОТ та її впливу на розвиток вітчизняної економіки зробили такі науковці: І. Бараковський, О. Білорус, В. Лановий, В. Мазуренко, В. Черевко та інші.

Постановка завдання. Метою дослідження є не тільки вивчення сутності членства України у СОТ, а також визначення існуючих загроз та можливостей розвитку торговельної діяльності на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Виклад основного матеріалу. Світова організація торгівлі – це провідна міжнародна економічна організація, до її складу входять 153 країни, на частку яких припадає близько 96 % обсягу світової торгівлі [4]. Її функціями є встановлення правил міжнародної системи торгівлі та вирішення спірних питань між країнами-членами, що підписані під близько 30-ма угодами організації. Після приєднання низки країн, які зараз є кандидатами на вступ, у межах СОТ здійснюватиметься майже весь світовий торговельний оборот товарів та послуг. Зараз ведеться безліч розмов стосовно переваг та недоліків членства у СОТ, важко дійти одного спільного висновку, адже всі поділяють різні погляди, саме це пояснює актуальність цієї проблеми.

16 травня 2008 р. набув чинності ратифікований Верховною Радою України "Протокол про приєднання України до Марракеської Угоди про створення Світової організації торгівлі" і Україна стала повноправним 152-м членом цієї організації [3]. Характерною рисою розвитку зовнішніх економічних відносин України є диверсифікація її торговельних потоків. Якщо у 2006 р. експорт в країни СНД становив 47,6 %, а імпорт – 56,3 %, то вже у 2011 р. ці показники становили, відповідно, 37,9 % та 41,1 % [4]. За ці роки зросла роль Європейського Союзу як торговельного партнера, розширилась присутність українських виробників на ринках країн Близького Сходу. Україна стала більше імпортувати товарів з країн Азії, насамперед завдяки Китаю, який продовжує свою експансію практично на всі товарні ринки світу.

Україна – це держава з відкритою економікою, якщо оцінювати рівень відкритості за частками експорту та імпорту у ВВП. Так, у 2011 р. співвідношення експорту товарів та послуг до ВВП перевищувало 45 %, тоді як максимальне значення цього показника було досягнуто у 2008 р. на рівні майже 64 %. На імпорт товарів та послуг припадало 51 % від ВВП у 2010 р. [4]. Ці дані переконливо свідчать, що економічний розвиток України значною мірою залежить від постійного покращення, з одного боку, конкурентоспроможності

її товарів, а з іншого – від зменшення перепон, які існують у зовнішній торгівлі. Незважаючи на те, що Україна вже є повноправним членом СОТ, донині точаться запальні дискусії стосовно наслідків цієї події. Вважаємо, що позитивними наслідками вступу до СОТ для держави та загалом для економіки є:

1. Укріплення міжнародної стабільності: у межах своєї діяльності СОТ сприяє збереженню миру, запобігає виникненню військових конфліктів внаслідок створення можливості вирішення торговельних суперечок і гармонізації економічних інтересів.
2. Ефективний механізм вирішення суперечок: інституційні механізми організації, створені в межах СОТ дають змогу конструктивно вирішувати виникаючі торговельні суперечки.
3. Забезпечення однакових можливостей для всіх учасників: діяльність Світової організації торгівлі ґрунтується на правилах, вироблених і ухвалених усіма країнами-членами, а не на впливі (владі) окремих країн.
4. Зниження вартості життя: лібералізація світової торгівлі сприяє зниженню вартості життя (прожиткового мінімуму).
5. Більш широкий вибір товарів і послуг: розвиток міжнародної торгівлі забезпечує споживачам можливість ширшого вибору як за асортиментом, так і за якістю і цінними параметрами товарів і послуг.
6. Підвищення доходів: правила сучасної торговельної системи сприяють зниженню бар'єрів у торгівлі, що зумовлює зростання її обсягів і, одночасно, доходів держави, виробників і громадян.
7. Підвищення зайнятості: торгівля стимулює економічне зростання та створення нових робочих місць.
8. Підвищення ефективності зовнішньоторгівельної діяльності: реалізація основних принципів міжнародної торгівлі робить світову торговельно-економічну систему більш економічно ефективною.
9. Боротьба з корупцією: система міжнародних правил і норм щодо торгівлі й торговельної політики стимулює роботу урядів країн-учасниць, сприяє підвищенню дисципліни і порядку в діяльності державних установ, боротьбі з корупцією.
10. Захист від лобіювання: механізми торговельної системи сприяють формуванню більш широкого погляду урядів на національну торговельну політику, запобігаючи практиці лобіювання та реалізації інтересів вузьких груп людей.

Таким чином, переваги системи світової торгівлі можна поділити на основні чотири групи (рис. 1).



Рис. 1. Основні переваги членства України в СОТ

Мабуть, дійсні переваги існуючої системи міжнародної торгівлі доводить той факт, що всі економічно розвинені держави (за винятком Росії) на

сьогодні є членами СОТ. Крім суто економічних вигод, які досягнуто шляхом зниження бар'єрів для вільного обміну товарами та послугами, система позитивно впливає на політичну і соціальну ситуацію в країнах-членах, а також на добробут населення. Правильно використані переваги торгової системи СОТ проявляються на всіх рівнях – населення країни, галузі економіки, країни, регіонального інтеграційного угруповання та світової спільноти загалом.

Також із входженням у СОТ підвищилась ймовірність економічних ризиків внаслідок лібералізації зовнішньої торгівлі, а також виник перелік недоліків, що утворюють бар'єри в торгівлі, а члени груп експертів підходять до справи з формальних позицій (рис. 2).

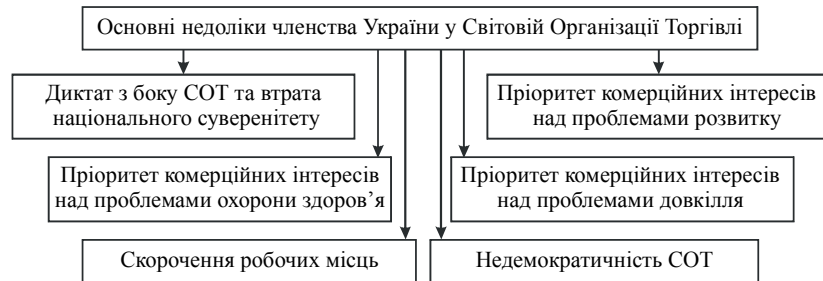


Рис. 2. Основні недоліки членства України в СОТ

Щодо негативних наслідків від вступу до СОТ для держави та для економіки загалом, то ними є:

1. Диктат з боку СОТ та втрат національного суверенітету: СОТ диктує урядам політику, що призводить до підризу національного суверенітету. Під тиском економічних санкцій уряди не можуть довго діяти на благо інтересів суспільства.
2. Скорочення робочих місць: наслідками діяльності СОТ є скорочення робочих місць і зайнятості, що збільшує дистанцію між багатими і бідними націями (на сьогодні 20 % населення, яке належить до індустріально розвинених країн споживає 86 % світових ресурсів, а решта 80 % найбідніших споживачів – тільки 14 %) [4].
3. Пріоритет комерційних інтересів над проблемами розвитку: СОТ цікавлять насамперед комерційні інтереси, а не проблеми соціально-економічного розвитку країн-членів організації.
4. Пріоритет комерційних інтересів над проблемами довкілля: комерційні інтереси в системі світової торгівлі превалюють над інтересами захисту навколишнього середовища, особливо в країнах що розвиваються.
5. Пріоритет комерційних інтересів над проблемами охорони здоров'я: комерційні інтереси є вищими за інтереси захисту здоров'я і життя людей (насамперед це стосується прав на інтелектуальну власність великих фармацевтичних компаній, захист яких блокує доступ населення найбідніших країн до життєво необхідних дешевих медичних препаратів).
6. Бідні країни не мають альтернативи приєднанню до СОТ: бідні країни не мають вибору і змушені приєднуватися до СОТ, яка є інструментом реалізації інтересів впливових груп тиску розвинених країн.

7. Маленькі країни в СОТ безсилі: найменш розвинені країни і країни, що розвиваються, безсилі в системі світової торгівлі внаслідок того, що вони не в змозі успішно реалізувати деякі можливості, якими користуються розвинені країни.
8. Недемократичність СОТ: Світова організація торгівлі є недемократичним інститутом, оскільки рішення приймаються на користь розвинених країн та їх транснаціональних корпорацій.

Висновки. Зрозуміло, що у кожній з наведених позицій як переваг, так і недоліків можна навести численні факти на користь підтримки справедливості твердження або його спростування. Але таке поглиблене дослідження потребує значних ресурсів і часу, а результат неважко спрогнозувати: членство України у СОТ має як сильні, так і слабкі сторони. Важливіше усвідомлювати плюси та мінуси, як загальний фон для визначення на їх основі національних пріоритетів приєднання до системи світової торгівлі. Треба зазначити, що на національному рівні ці теоретичні аспекти трансформуються в прагматичні потенційні можливості та проблеми, які визначають стратегію переговорного процесу щодо приєднання та конкретні заходи уряду протягом підготовчого та перехідного періодів. Вважаємо, що ще занадто рано очікувати колосальних результатів від членства у СОТ, оскільки потрібно керуватись результатами за довгостроковий період, а не короткостроковий. Лише з часом національна економіка України зможе досягнути певного стану економічної рівноваги.

Література

1. Головинська В. Україна і Світова організація торгівлі: стан, проблеми, перспективи інтеграції / Українська академія держ. управління при Президентів України; Центр дослідження адміністративної реформи. – К.: Вид-во УАДУ, 2006. – С. 167-173.
2. Волченко Н.В. Передбачувальні наслідки членства у СОТ для сільськогосподарських товаровиробників України / Н.В. Волченко // Економіка АПК: міжнар. наук.-виробн. журнал. – 2009. – № 6. – С. 122-128.
3. Олексієнко А.О. Політика державної підтримки сільського господарства в умовах СОТ / А.О. Олексієнко // Економіка АПК: міжнар. наук.-виробн. журнал. – 2010. – № 4. – С. 26-30.
4. Світова організація торгівлі. Довідка / Міністерство економіки України. [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/category/systemcat_id=38225.
5. Світова організація торгівлі. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.wto.org>.

Заярная Н.Н., Олексин С.М. Членство Украины в мировой организации торговли: преимущества и недостатки

Представлена оценка динамических изменений развития торговли в результате вступления Украины во Всемирную торговую организацию. Обнаружены основные преимущества и недостатки этого сотрудничества. Установлено, что на национальном уровне теоретические аспекты трансформируются в прагматичную потенциальную возможность и проблему, которая определяет стратегию переговорного процесса относительно присоединения и конкретную меру правительства в течение подготовительного и переходного периодов.

Ключевые слова: Всемирная торговая организация (ВТО), глобальная торговая политика, экспорт, импорт.

Zayarna N.M., Oleksyn S.M. Membership Ukraine in World Trade Organization: advantages and failings

The estimation of dynamic is presented changes of development of trade as a result of entering of Ukraine into World organization of trade. Found out basic advantages and lacks of this collaboration. It is set that at national level theoretical aspects are transformed in pragmatic potential possibility and problem which determines strategy of voice process in relation to joining and concrete measure of government during setup and transitional times.

Keywords: World Trade Organization (WTO), global trade policy, export, import.

УДК 336.70 Асист. О.С. Канцір – Закарпатський державний університет

СОЦІАЛЬНІ ФОРМИ ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Розглянуто підходи до розкриття сутності соціальних форм підприємництва та їх впливу на ділову репутацію суб'єктів підприємництва, охарактеризовано інструменти розвитку соціальних форм ділової репутації суб'єктів підприємництва.

Постановка проблеми. Сьогодні соціальна відповідальність бізнесу набуває помітного розвитку. У суспільстві утверджується думка про те, що роль компаній не має обмежуватися зароблянням прибутків і доцільніше купувати продукцію підприємств, які виділяють кошти на суспільно-громадські потреби. Нині суспільні очікування соціального внеску підприємств є дуже високими і тому безсистемна добродійність поступається місцем програмам соціальної відповідальності. Водночас підприємства повинні контролювати цільове використання наданих коштів і ставитись до них як до соціальних інвестицій, які сприятимуть закріпленню за ними статусу соціально відповідальних. У контексті цієї теми актуальним є розгляд соціальних форм діяльності підприємництва.

Питання щодо соціальності ділової репутації підприємств, соціальних відносин на діловому підприємстві є предметом дослідження як зарубіжних, так і вітчизняних авторів, зокрема значний внесок у розробку цих питань зробили: Л. Білорусець, О. Гирик, Л. Дмитриченко, Г. Захарчин, А. Зінченко, М. Липовська, С. Мошенський, В. Пеннер, І. Царик, О. Денис, О. Дубовик, І. Жеребило, Н. Реверчук, М. Саприкіна, Р. Семів, З. Скрипник, Т. Смовженко, К. Телюк; М. Туріяньська, Т. Чуніхіна, А. Хімченко та ін.

Незважаючи на значний внесок учених у розробку проблем соціальної складової бізнесу сьогодні питання соціальної відповідальності, їх форм, впливу чинників на соціальні відносини в діловому світі потребують подальшої розробки як в теоретичному, так і в організаційно-практичному аспектах.

Метою роботи є дослідження соціальних форм діяльності суб'єктів підприємництва та їх впливу на їхню ділову репутацію.

Виклад основного матеріалу. Кожне підприємство функціонує у певному соціальному середовищі, яке формується суспільними, економічними і духовними умовами і здатне змінюватись.

Соціальне середовище бізнесу доцільно розглядати у вузькому і широкому розумінні. У вузькому розумінні соціальне середовище бізнесу – це середовище, яке окреслене "територіальним, матеріальним, побутовим, освітнім і культурним оточенням" [1, с. 198]. У широкому розумінні соціальне середовище суб'єктів підприємництва – це середовище, яке складається в ме-

жах всієї суспільно-політичної системи і включає в себе продуктивні сили, економічні відносини та надбудову: суспільну свідомість, політику, культуру, релігію, мораль, етику тощо.

У ринковій системі підприємство змушене пристосовуватися до умов зовнішнього соціального середовища і при цьому впливати на нього. Так, підприємства допомагають медичним, освітнім, науковим, культурним, мистецьким установам і забезпечують розвиток людського і суспільного капіталу, що сприяє розвитку їх соціальних форм ділової репутації.

У сучасній науці соціальні відносини розглядаються у широкому і вузькому розумінні. У широкому розумінні – це "суспільний договір між соціальними групами щодо забезпечення певних умов співіснування на основі узгодження інтересів сторін", у вузькому – "як спосіб узгодження інтересів соціальних груп у сфері праці" [1, с. 218]. Однак за будь-якого розуміння соціальні відносини реалізуються через систему взаємних консультацій, переговорів, укладання колективних договорів на підприємствах чи в їх підрозділах, укладання індивідуальних трудових контрактів, вирішення трудових суперечок.

Система соціальних відносин на діловому підприємстві має будуватися за такими принципами: законність, повноважність і рівноправність сторін та їх представників; сприяння з боку держави розвитку соціально-трудового партнерства на демократичних засадах; свобода вибору та обговорення соціальних питань; добровільність і реальність зобов'язань сторін; обов'язковість досягнутих домовленостей; відповідальність за виконання прийнятих домовленостей; контроль за виконанням досягнутих домовленостей.

Отже, на розвиток соціальних форм ділової репутації суб'єктів підприємництва впливають такі інструменти: 1) соціальна відповідальність бізнесу; 2) соціально орієнтовані продукти і послуги; 3) соціальне інвестування; 4) соціальне підприємництво; 5) фінансова грамотність населення; 6) соціальна звітність; 7) соціальний маркетинг; 8) етичні кодекси.

Розглянемо докладніше кожен із них:

1. *Соціальна відповідальність бізнесу* – це етика або моральна ідеологія, за якої фізична або юридична особа зобов'язана діяти в інтересах суспільства. Ця відповідальність може бути активною – виконання заходів, які безпосередньо сприяють досягненню соціальних цілей – і пасивною – уникнення участі у соціально шкідливих діях і заходах.

Поняття "соціальної відповідальності бізнесу" має три основні інтерпретації:

- 1) перша теорія пов'язана з тим, що підприємець, який організував бізнес, уже цим самим забезпечив соціальні потреби певного кола споживачів. При цьому його єдиною соціальною відповідальністю є збільшення прибутків для своїх акціонерів;
- 2) друга теорія пов'язана з ідеєю про сумісництво, поєднання економічної прибутковості та соціальної відповідальності. Бізнес зобов'язаний взяти на себе відповідальність за соціальні проблеми і вирішувати їх шляхом спрямування частини своїх ресурсів на соціальні цілі;