

# **СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ**

**Гіляль А.С.**

*студентка,*

*Одеський національний економічний університет*

## **АНАЛІЗ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРИЛАДОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ТОВ «ТЕЛЕКАРТ-ПРИЛАД»**

З розвитком міжнародного поділу праці, глобалізацією і стрімкої інтеграцією фінансово-економічних систем з'явилася потреба у вивченні конкурентоспроможності конкретних підприємств, особливо пов'язаних із зовнішньоекономічною діяльністю, яка є базовою ланкою у формуванні конкурентоспроможності національної економіки.

Приладобудування є дуже перспективним напрямом розвитку економіки України, адже ця галузь наукоємка та відображає стан науково-технічного розвитку країни, який є одним з важливих критеріїв її конкурентоздатності на міжнародному ринку. Тому актуальним є вивчення економічного середовища підприємств приладобудування та оцінка їх конкурентних переваг відносно зарубіжних конкурентів.

Підприємство «Телекарт-Прилад» – одна з провідних компаній України у сфері розробки і виробництва електроприладів і радіоелектронної апаратури побутового і спеціального призначення. Вона спеціалізується також на створенні для кожного приладу унікального програмного забезпечення.

У 2006 році, будучи успішною компанією, присутньою на ринку понад 10 років, вона отримала нагороду «Лідеру зв'язку та інформатизації»; активно брала участь у щорічному конкурсі «100 кращих товарів України», де неодноразово ставала переможцем. За 10 років було випущено понад 70 тисяч карткових таксофонів та іншого телекомунікаційного обладнання, понад 25 млн. електронних карт. Важливим є те, що на підприємстві діє система якості виробництва, що відповідає міжнародним вимогам ISO 9001 [1].

Для оцінки конкурентоздатності підприємства на міжнародному ринку ми використаємо динамічний метод. Для цього ми зробили вибірку зі світових лідерів у галузі приладобудування як головних конкурентів підприємства на міжнародному ринку. Вони представлені

компаніями з Америки, Європи та Азії, які найбільш активно розвиваються у своєму сегменті. Ми проаналізували річні фінансові звіти цих компаній та отримали дані сукупних доходів, витрат та іншу інформацію, необхідну для розрахунків (табл. 1) [2].

Таблиця 1

**Фінансові показники зарубіжних конкурентів «Телекарт-Прилад»**

Компанії Індикатори	Emerson Process Management (США)		HollySys Automation Technologies (Китай)		Schneider Electric (Франція)		Всього	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Дохід від реалізації продукції, млн \$	24537	22304	521,3	531,4	2844,0	3038,0	27902,3	25873,4
Затрати на виробництво і реалізацію продукції, млн \$	20094	18440	413,7	394,0	2384,5	2558,0	22892,2	21392,0
Чистий дохід, млн \$	2184	2733	71,5	99,2	235,1	171,4	2490,6	3003,6

*Джерело: розроблено автором за даними [2]*

За динамічним методом оцінка конкурентоздатності здійснюється за наступною формулою:

$$K = \frac{R}{R^{\Sigma}} \times \sqrt{\frac{I}{I^{\Sigma}}}$$

де R – операційна ефективність підприємства;

$R^{\Sigma}$  – операційна ефективність підприємств з вибірки;

I – індекс зміни обсягів виручки підприємства;

$I^{\Sigma}$  – індекс зміни обсягів виручки підприємств з вибірки.

Коефіцієнт операційної ефективності ( $K_R$ ) показує рентабельність фірми і розраховується як співвідношення її доходів і витрат. Коефіцієнт стратегічного позиціонування ( $K_I$ ) демонструє зміну обсягів виручки або долі ринку та виражається як співвідношення доходів компанії за попередній і звітний період [3]. Визначимо ці коефіцієнти як для аналізованого підприємства, так і для групи обраних конкурентів. Розрахунки наведені нижче:

$$1) K_R = \frac{R}{R\Sigma} = \frac{1,43}{2,48} \times \frac{21392,0}{25873,4} = 0,48$$

$$2) K_I = \sqrt{\frac{I}{I\Sigma}} = \sqrt{\frac{2702,5}{92519,3} \times \frac{3003,6}{2490,6}} = \sqrt{0,0363} = 0,19$$

Отже, загальна конкурентоспроможність компанії «Телекарт-Прилад» на зовнішніх ринках визначається як добуток цих коефіцієнтів:

$$K = K_R \times K_I = 0,48 \times 0,19 = 0,09$$

Таким чином, міжнародна конкурентоздатність української фірми «Телекарт-Прилад» дуже близька до нуля, що означає, що воно абсолютно не може конкурувати з міжнародними лідерами у галузі приладобудування.

Міжнародна конкурентоспроможність підприємства неможлива без зовнішньоекономічної діяльності. Її стан та ефективність суттєво впливає на можливість компанії отримати конкурентні переваги на світовому ринку. У «Телекарт-Прилад» зовнішньоекономічна діяльність здійснюється у формі зовнішньої торгівлі: експорту та імпорту комплектуючих та готових виробів.

Найбільшою статтею імпорту є деталі та комплектуючі, необхідні для виробництва товарів промислового та споживчого призначення. Це також матеріали та сировина, яку потім безпосередньо завод обробляє, перетворює у деталі пристроїв та використовує для майбутніх виробів [1].

Найголовнішим партнером з імпорту є Китай. Підприємство протягом довгих років здійснювало спроби налагодити власне виробництво необхідних деталей, але керівництво дійшло до висновку, що доцільнішим, якіснішим та дешевшим варіантом є імпорт саме з Китаю.

Однак іноді для реалізації більш складних та ресурсомістких потрібні складові більш високої якості. В таких випадках підприємство співпрацює з країнами Європи та США. Компанія постійно модернізується, впроваджує нові технології; більшість обладнання імпортується з передових країн у галузі машинобудування – Німеччини, Франції, Японії, Швейцарії, США.

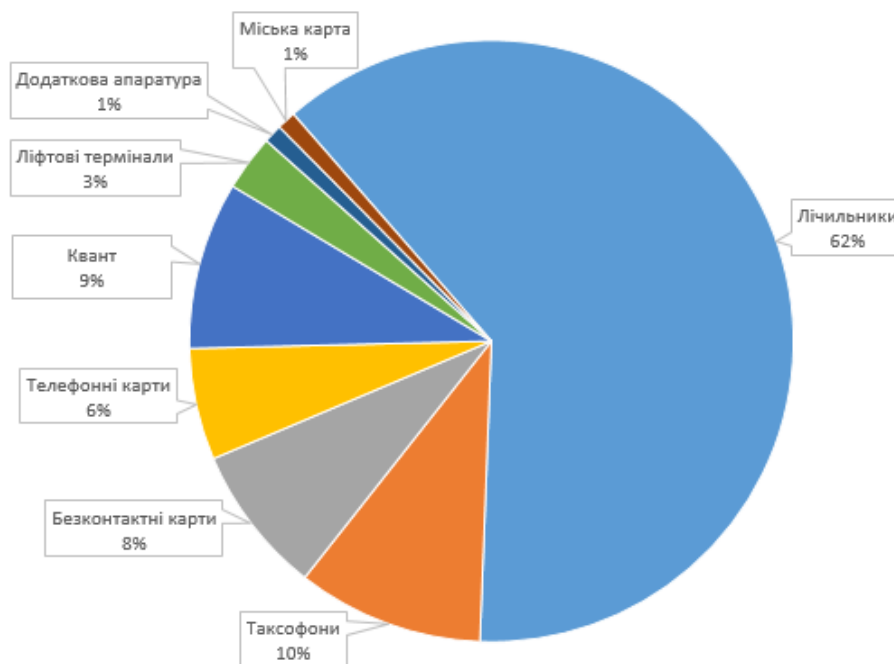
Експорт. За географічною структурою експорт направляється у три регіони: Центральна і Східна Європа та Центральна Азія. Продукція компанії поставляється в Білорусь, Молдову, Азербайджан, Казахстан, Узбекистан, Таджикистан, Грузію, Болгарію, Трансністрію, країни Прибалтики (в основному Латвію) – найбільшим телекомунікаційним операторам, енергопостачальним компаніям, промисловим та іншим споживачам. Тобто пріоритетом в експортній діяльності підприємства є країни СНД [1].

Раніше компанія знаходилася у тісному співробітництві з Росією, активно експортувалися телекомунікаційні та електротехнічні вироби. Крім того, користувалися попитом різні послуги: розробка проектів

спеціальних пристроїв під замовлення, інжиніринг у електроніці, консультації з питань ефективності використання і утилізації енергії, впровадження альтернативних джерел енергії. Однак у зв'язку з політичним конфліктом та економічною не вигідністю для компанії (ускладнилися митні умови експорту, зросла вартість проведення таких операцій) обсяги експорту в Росію спочатку поступово знижувалися, а зараз підприємство зовсім втратило російський ринок.

Вступ у силу Указу Президента України 2014 року «Про невідкладні заходи щодо захисту України та зміцнення її обороноздатності» ввів обмеження на вивіз продукції приладобудування в Росію. Це істотно вплинуло на конкурентоздатність компанії, оскільки через додаткові збори продукція стала дорожчою і втратила одну з конкурентних переваг [4].

За товарною структурою, більшість експорту продукції заводу складають лічильники. Важливою статтею зарубіжних поставок є таксофонні вироби, а також безконтактні карти та карти телефонії. Також на зовнішніх ринках часто з'являються квантові системи (рис. 1).



**Рис. 1. Структура експорту продукції ТОВ «Телекарт-Прилад»**

*Джерело: розроблено автором за даними [1]*

Окрім торгової діяльності, підприємство намагається представляти себе на міжнародних виставках, ярмарках, просувати свою продукцію. Наприклад, «Телекарт-Прилад» щорічно приймає участь у міжнародних навчаннях військ зв'язку «Combined Endeavor» у Німеччині, де вироби заводу успішно проходять тести на сумісність з телекомунікаційними системами країн НАТО.

Отже, компанія «Телекарт-Прилад» є досить успішною на національному ринку, та її продукція широко представлена на зовнішніх

ринках. Але компанії бракує необхідних ресурсів для виходу на нові ринки та конкурентної боротьби з існуючими лідерами у галузі приладобудування.

#### **Список використаних джерел:**

1. Офіційні матеріали ТОВ «Телекарт-Прилад».
2. Річні фінансові звіти Emerson Process Management, Schneider Electronic, HollySys Automation Technologies.
3. Воронов Д. С., Криворотов В. В. Оценка конкурентоспособности крупнейших российских компаний // Вестник УрФУ. Серия экономика и управление. – 2015. – Том 14. № 5. – С. 717-740.
4. С февраля украинским компаниям запрещен экспорт в Россию [Електронний ресурс]. – [Режим доступу]: <http://minfin.com.ua/2015/02/11/6133386/>

**Лисковець Ю.Р.**

*студентка;*

**Науменко Н.С.**

*кандидат економічних наук, доцент,*

*член-кореспондент АЕНУ,*

*Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки*

### **УЧАСТЬ УКРАЇНСЬКИХ ТОВАРОВИРОБНИКІВ В РЕАЛІЗАЦІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ НА РИНКУ ЄС**

Нині Україна – стабільний, надійний постачальник базових видів сільськогосподарської продукції на глобальні ринки. За даними Міністерства аграрної політики та продовольства України, аграрна галузь забезпечує понад 35% експортного потенціалу держави. За розрахунками, агросектор дає Україні 30 млн. дол. США чистої валютної виручки щодня.

В Україні виробляється значно більше агропродукції, ніж потрібно для внутрішнього споживання. При виробництві зернових (пшениця, рис, кукурудза, ячмінь) на рівні 57,2 млн. тонн, споживання становить трохи більше 25,5 млн. тонн. Частка України на світовому ринку кукурудзи становить 13% (3 місце), ячменю – 16% (4 місце), пшениці – 10% (6 місце). Наша країна експортує 3% обсягів світової торгівлі насіння олійних культур (6 місце в світі). За обсягами експорту соняшникової олії Україна займає 1 місце в світі, за експортом курятини – 6 місце [4].