



УДК 656.078

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОГО ПРОФІЛЮ ВІТЧИЗНЯНИХ КОМПАНІЙ У ГЛОБАЛЬНОМУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ

Наталія Скрипник; Богдан Захарченко

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Дніпро, Україна

Резюме. Досліджено ключові аспекти процесу виходу українських компаній на світовий ринок: передумови та фактори, що впливають на міжнародний розвиток компаній під час експансії та становлення в умовах сучасних конкурентних відносин; форми розвитку бізнесу та підприємств. Проведено короткий структурний аналіз основних стратегій розвитку компаній в умовах виходу на ринки інших країн, наведено приклади стратегій міжнародного розвитку великих вітчизняних компаній, міжнародного співробітництва та побудови успішних підприємств. Висвітлено основні тенденції входження вітчизняних компаній у міжнародний бізнес-середовище та розкрито особливості конкурентних можливостей українських підприємств, проаналізовано проблеми конкурентоспроможності українських компаній на міжнародній бізнес-арені. Проаналізовано, яким чином глобальні економічні процеси впливають на міжнародний поділ факторів виробництва й на територіальне розміщення продуктивних сил. Міжнародна конкуренція, глобалізація ринків, масштабне проникнення іноземних товарів на український ринок переводять проблему управління конкурентоспроможністю підприємства до числа пріоритетних управлінських завдань, успішне вирішення яких забезпечить виживання і розвиток підприємств у новому середовищі. Глобалізація світового господарства відкриває небувалі можливості для розвитку міжнародного бізнесу, характерними рисами якого стають: доступність і загальність, ступінчастість розвитку, можливість здійснення діяльності в режимі реального часу, охоплення за допомогою телекомунікацій усіх ринків товарів та послуг. Значущість і цінність бізнесу для світової економіки визначається підтриманням конкурентного ринкового середовища, що є ключовою функцією на всіх етапах розвитку світової економіки. Сучасна конкуренція – це конкуренція нових за стратегією, організацією виробництва та бізнес-культурою компаній. Досліджено ключові фактори успішного розвитку вітчизняних та міжнародних компаній, такі як залучення інвестицій, використання наукових, інноваційних розробок, використання організаційно-управлінського досвіду.

Ключові слова: міжнародна компанія, бізнес-середовище, конкурентні відносини, міжнародний бізнес, світові ринки, експортно-імпортні операції, транснаціональні компанії, фінансово-промислові групи.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2023.04.171

Отримано 17.05.2023

UDC 656.078

FORMATION OF A COMPETITIVE PROFILE OF DOMESTIC COMPANIES IN THE GLOBAL BUSINESS ENVIRONMENT

Nataliia Skrypnyk; Bohdan Zakharchenko

Oles Honchar Dnipro National University, Dnipro, Ukraine

Summary. The article examines the key aspects of the process of Ukrainian companies entering the global market: prerequisites and factors influencing the international development of companies during expansion and establishment in the context of modern competitive relations; forms of business and enterprise development. A brief structural analysis of the main development strategies of companies in the conditions of entering the markets

of other countries is carried out, examples of the strategies of international development of large domestic companies, international cooperation and the construction of successful enterprises are given. The main trends of the entry of domestic companies into the international business environment are highlighted and the features of competitive opportunities of Ukrainian enterprises are revealed, the problems of competitiveness of Ukrainian companies in the international business arena are analyzed. It is analyzed how global economic processes affect the international division of production factors and the territorial location of productive forces. International competition, globalization of markets, large-scale penetration of foreign goods into the Ukrainian market transfer the problem of managing the competitiveness of the enterprise to the number of priority management tasks, the successful solution of which will ensure the survival and development of enterprises in the new environment. The globalization of the world economy opens up unprecedented opportunities for the development of international business, the characteristic features of which are: accessibility and generality, gradual development, the possibility of carrying out activities in real time, covering all markets of goods and services with the help of telecommunications. The importance and value of business for the world economy is determined by maintaining a competitive market environment, which is a key function at all stages of the development of the world economy. Modern competition is the competition of new companies in terms of strategy, production organization and business culture. The key factors of the successful development of domestic and international companies, such as investment attraction, the use of scientific and innovative developments, and the use of organizational and management experience, were studied.

Key words: international company, business environment, competitive relations, international business, foreign markets, export-import operations, transnational companies, financial and industrial groups.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2023.04.171

Received 17.05.2023

Постановка проблеми. Закон України «Про захист економічної конкуренції» визначає конкуренцію як «змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку».

В умовах посилення конкурентної боротьби для кожного підприємства на перший план виходить завдання збереження та підвищення власної конкурентоспроможності.

Дедалі більше підприємств орієнтується на досягнення перемоги в конкуренції та домагається намічених цілей у результаті постійних зусиль менеджменту у здійсненні ефективної конкурентної стратегії розвитку.

У контексті світових кризових явищ проблема формування стійкої конкурентоспроможності набула особливої актуальності в міру підвищення мінливості зовнішнього середовища та недостатньої науково-методичної розробленості багатьох аспектів формування та реалізації конкурентних переваг підприємств. Проблема управління конкурентоспроможністю підприємств актуальна і з практичної точки зору в міру далеко не повного володіння керівництвом підприємств сучасними методами оцінювання конкурентоспроможності та механізми розроблення конкурентоспроможних стратегій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання сутності конкуренції та конкурентних переваг досліджувалися у працях В. Андріанова, В. Диканя, А.Маршала, Дж. С. Міля, М. Портера, Дж. Робінсона, А. Сміта, Ф. Хайека, П.Хейне, Е. Чемберлена, Й.Шумпетера та ін. Необхідність забезпечення конкурентоспроможності національних товаровиробників потребує поглибленого дослідження напрацювань зарубіжних і вітчизняних вчених з позицій формування і розвитку ринку, що зумовлено особливостями формування ринкових відносин в Україні. Серед зарубіжних учених, які аналізували та вивчали проблеми підвищення конкурентоспроможності окремих країн, варто назвати Д. Еванса, М. Енрайта, Е. Вольфа, М. Данна, К. Долара, П. Кругмана, Б.-А. Ландвел, Дж. Мура, Х.Одагірі, М. Портера, К. Прахалада, Дж. Робінсона, Дж. Сакса, Б.Скотта, А.Чандлера, Г. Хамела, Дж. Хікса, К. Фрімена та ін.

Вітчизняна економічна наука збагатилась низкою нових вагомих досліджень щодо підвищення конкурентоспроможності національної економіки. Заслугують

на особливу увагу наукові праці українських мислителів Л. В. Балабанової, Я. Б. Базилюка, А. С. Гальчинського, В. М. Геєця, Н. В. Геселева, О. Г. Білоруса, Г. В. Гейера, Л. К. Кульпінської, О. В. Механіка, В. А. Павлова, О. Б. Чернеги, А. А. Стрелеца, І. П. Бідзюри, А. А. Чухно та ін. Міжнародна конкурентоспроможність країн є однією із найактуальніших тем не лише зарубіжних економічних досліджень, але й вітчизняних. Проблемам встановлення рівня міжнародної конкурентоспроможності країн присвячено праці багатьох вчених, зокрема: О. М. Паламарчука, В. В. Дергачової., О. О. Шевченко, Й. Шумпетера, Дж. Сакса, М. Портера та інших. Проте, незважаючи на численні досягнення в теорії та практиці дослідження конкурентоспроможності країни, подальшого вивчення потребують інструменти підвищення конкурентних позицій нашої держави на світовому ринку.

Метою дослідження є аналіз конкурентоспроможності українських підприємств в глобальному бізнес-середовищі.

Постановка завдання. Для досягнення мети роботи було поставлено та виконано наступні завдання: дослідити поняття та складові конкурентоспроможності підприємств на світовому ринку; узагальнити сучасні підходи щодо оцінки конкурентоспроможності та її нормативно-правове забезпечення; дослідити механізм та принципи визначення рівня конкурентоспроможності підприємств; з'ясувати особливості, чинники та проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємств України на світовому ринку; розкрити особливості конкурентних можливостей вітчизняних підприємств.

У процесі дослідження використано загальнонаукові та спеціальні методи наукового пізнання, а саме: критичного, історично-логічного та діалектичного аналізу й синтезу, наукової абстракції, індукції та дедукції, узагальнення та порівняння.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні, в умовах невизначеності зовнішнього середовища, кожне підприємство бажає закріпити свої позиції на ринку й успішно розвиватися. Для цього воно намагається втримати тривалий час ті чи інші досягнуті ним переваги на конкурентному ринку, де конкурентоспроможність виступає як засіб, а конкурентна перевага – як результат. З одного боку конкурентоспроможність – це здатність задовольнити потреби споживачів та отримати стабільний прибуток. З іншого боку, конкурентоспроможність окремого підприємства на певному сегменті товарного чи регіонального ринку виступає як узагальнююче оцінювання його конкурентних переваг у питаннях формування ресурсного потенціалу.

Актуальною проблемою сучасної вітчизняної теорії й практики підприємства є управління його конкурентоспроможністю. Міжнародна конкуренція, глобалізація ринків, масштабне проникнення іноземних товарів на український ринок переводять проблему управління конкурентоспроможністю підприємства до числа пріоритетних управлінських завдань, успішне вирішення яких забезпечить виживання й розвиток підприємств у новому середовищі [1].

Глобалізація світового господарства відкриває небувалі можливості для розвитку міжнародного бізнесу, характерними рисами якого стають: доступність і загальність, ступінчастість розвитку, можливість здійснення «не виходячи з офісу» в режимі реального часу, охоплення за допомогою телекомунікацій усіх ринків товарів та послуг, що цікавлять компанію. Значущість і цінність бізнесу для світової економіки визначається підтриманням конкурентного ринкового середовища, що є базисною функцією на всіх етапах розвитку світової економіки. Сучасна конкуренція – це конкуренція нових за стратегією, організацією виробництва та бізнес-культурою фірм.

Міжнародний бізнес є системою, що динамічно розвивається, в яку об'єктивно може увійти будь-яка компанія. При цьому географічні кордони не перешкоджають проведенню бізнес-угод. Масштаби діяльності міжнародних компаній зростають з кожним роком. Міжнародні компанії істотно впливають на світову економіку. Вони

охоплюють чи не всі сфери та галузі економіки. Основну перевагу в своїй діяльності міжнародні компанії все ж таки віддають новим галузям промисловості, що швидко розвиваються. Нині до них можна віднести електронну промисловість, сферу телекомунікацій, інформаційних та біотехнологій. Важливе значення займають компанії, що працюють у хімічній, видобувній, автомобілебудівній, легкій, харчовій та торговій галузях. При цьому необхідно пам'ятати, що найважливішими сприятливими умовами розвитку міжнародного бізнесу є розроблення та впровадження прогресивних бізнес-технологій, пільговий режим оподаткування, привабливість ділового та інвестиційного клімату, що сприяють діловій активності. Крім того, слід враховувати прогрес у галузі процедур створення та застосування стратегій ведення бізнесу в умовах міжнародної ринкової конкуренції.

Цілком очевидно, що міжнародний бізнес не отримав би такого розвитку, якби в основі його не лежали мотиваційні фактори. Теоретики міжнародного менеджменту поділяють їх на фактори «виштовхування» та фактори «втягування». Перші породжуються недоліком можливостей для розвитку бізнесу на місцевому (державному) ринку у зв'язку з обмеженістю його ємності, низькими цінами на продукцію або жорсткістю антимонопольного законодавства. Другі зумовлені найкращими умовами для розвитку бізнесу за кордоном. При цьому компанії орієнтуються на переваги міждержавних ділових операцій, тобто на те, що продаж чи виробництво даного товару в іншій країні або надання послуг спільно з підприємством іншої країни забезпечить їм більше переваг, ніж вони мали, здійснюючи діяльність у своїх країнах.

Одночасно слід мати на увазі, що входження до міжнародного бізнесу пов'язане з досить високими ризиками та серйозними проблемами [2].

До них відносяться: вибір профілю бізнес-діяльності для встановлення ділових контактів, що є основою договору, ознайомлення з національним законодавством країни, в якому працюватиме підприємство. Проблема полягає у подоланні відмінностей національних культур, що виявляються в особливостях ведення бізнесу. Зокрема, у багатьох східних країнах сильно розвинена сімейність ведення справ на відміну від західних країн, де керівники передусім прагнуть розвинути у свого персоналу творчий потенціал та прагнення до зростання. Адаптаційний та підготовчий період зазвичай займає не менше півроку та пов'язаний з певними витратами.

Типовими труднощами, з якими стикаються компанії, виходячи на зарубіжні ринки, є проблеми адаптації продуктового асортименту до вимог різних іноземних ринків; питання, пов'язані з прогнозуванням витрат і прибутку; вибір оптимальної організаційної структури та моделі управління; взаємодія національного та міжнародного чинників; наявність політичних ризиків; мінімізація податкових відрахувань.

При виборі напрямів міжнародного розвитку компанії можуть орієнтуватися такі стратегічні альтернативи: організацію експортно-імпортних операцій; створення зарубіжних філій, мережі дочірніх та залежних фірм; укладання договору про франшизу; заснування спільних підприємств; організацію офшорного виробництва та інші.

Входження компаній у міжнародний бізнес, як правило, починається з найпростіших форм, а саме, з організації експортно-імпортних операцій, які часто є єдиним вибором для невеликих компаній. Це також варіант для великих підприємств, які намагаються прорватися на закордонні ринки з мінімальними обсягами вкладень.

Перевагами експортно-імпортного варіанта входження компанії у міжнародний бізнес є: маловитратний та малоризиковий метод продажу за кордон; доступність для компаній будь-яких масштабів; можливість залучення зовнішніх експертів для роботи з документацією, що вимагає спеціальних навичок. Однак при цьому компанії стикаються із проблемами адаптації своєї продукції до вимог споживачів інших країн, вирішення

яких часто потребує значних витрат; митними труднощами; наявністю жорсткої конкурентної боротьби, що перешкоджає проникненню на нові ринки. Зазвичай, установка на експорт-імпорт є перехідною стратегією міжнародного розвитку компанії.

Отримання компанією міжнародного статусу передбачає наявність у неї повністю або частково контрольованих зарубіжних родинних підприємств: філій, дочірніх та залежних фірм. Нове підприємство в іноземній державі може бути як новостворене, так і в результаті часткового чи повного поглинання зарубіжних фірм. До аргументів на користь першого варіанта проникнення на закордонний ринок належать такі:

- уряди в країнах упровадження, як правило, підтримують створення нових підприємств, тому можливе надання субсидій та податкових пільг;

- компанія не бере на свої плечі проблеми існуючого підприємства, такі як борги, перебудова застарілих технологій, звільнення працівників, що не відповідають вимогам тощо;

- такий шлях може бути дешевшою формою проникнення, оскільки дозволяє вибрати ділянку під забудову з мінімальною вартістю землі або в регіоні, де не буде проблем із пошуком працівників, що особливо важливо для малих підприємств, що мають обмежені ресурси.

Позитивним фактом можна вважати те, що процеси реформування, які відбуваються в Україні в останні десятиліття, зростання відкритості економіки, вступ до СОТ створюють об'єктивну основу для поширення процесів транснаціоналізації, тобто залучення іноземних транснаціональних компаній (далі – ТНК) до національної економіки та створення власних ТНК [3].

Необхідність зміцнення конкурентних позицій українських компаній на міжнародних ринках зумовлює пошук адекватних моделей їх розвитку та впровадження відповідних форм та способів організації діяльності як на національному, так і на світовій економічній арені. Слід визнати, що сьогодні Україна посідає далеко не найкращі позиції щодо показників експорту. Сальдо торговельного балансу не перший рік має негативне значення. Саме зараз українській державі необхідно знайти можливі шляхи збільшення експорту, зміцнювати свої позиції в торгівлі тими товарами, які мають конкурентні переваги на світовому ринку. Одним із найперспективніших напрямків вирішення поставленої проблеми є реалізація моделі зовнішнього розвитку в форматі створення транснаціональних компаній за участю українських експортоорієнтованих підприємств.

Останнім часом науковою спільнотою активно обговорюються різні аспекти проблеми набуття конкурентних переваг компаній у контексті підвищення ефективності їхньої зовнішньоекономічної діяльності. Зокрема, досліджуються проблеми стратегічного співробітництва підприємств, органічного поєднання внутрішнього та зовнішнього розвитку компаній. Продовжується активний пошук нових джерел конкурентних переваг підприємства у його зовнішньому середовищі. Не залишаються осторонь і практика бізнесу, інтерес яких у межах окресленого проблемного поля фокусується на питаннях доцільності ТНК, перевагах та недоліках виступу України в міжнародних економічних організаціях, інвестиційних аспектах міжнародної економічної діяльності вітчизняних компаній.

Не зважаючи на жваві дискусії наукового та прикладного характеру, більшість питань придбання вітчизняними компаніями конкурентних переваг на міжнародних ринках залишаються відкритими. Найгострішими з них слід визнати проблеми утримання лідерами української економіки (серед яких насамперед слід згадати металургійні та «горілчані» компанії) набутого ними на світових та регіональних товарних ринках конкурентного статусу, досягти чого, на нашу думку, можна шляхом реалізації моделі зовнішнього розвитку [4].

Не претендуючи на повне охоплення всіх аспектів певної проблеми, в рамках цієї статті проаналізуємо ключові індикатори та виявимо перспективи зміцнення конкурентних переваг провідних вітчизняних експортоорієнтованих компаній з урахуванням можливостей реалізації їх зовнішнього розвитку.

Важливою проблемою для менеджменту вітчизняних підприємств залишається вибір адекватної умовам господарювання підприємства моделі розвитку. Залишається дискусійним також питання рушійних сил розвитку.

У сучасній теорії менеджменту існують три відомі першопричини, що зумовлюють зміни в організаціях:

- екстерналістська, згідно з якою першопричини змін будь-якої соціокультурної системи, у тому числі організації, що знаходяться за межами самої системи. Прихильники теорії визнають, що організація сама по собі не має жодної здатності до спонтанної зміни, без впливу зовнішніх сил залишається незмінною;

- теорія іманентної зміни, яка стверджує, що певна система перетворюється в результаті її невід'ємної властивості мінливості та виходячи із власних можливостей і ресурсів. Причому зовнішні чинники (якими є системи, що іманентно трансформуються) не відкидаються, а розглядаються як додаткові;

- інтегральна теорія, прихильники якої намагаються пояснити природу змін в організації як результат взаємодії внутрішніх та зовнішніх сил.

Важко погодитися з тим, що такі системні процеси, як розвиток складної соціально-економічної й техніко-технологічної системи, якою є сучасне підприємство, можна пояснювати виключно внутрішніми чи зовнішніми причинами. Тому, виходячи з позицій інтегрального підходу, вважаємо, що розвиток сучасної компанії (підприємства, фірми, ін. економічних організацій) може здійснюватися в межах двох основних моделей – органічного та/або зовнішнього розвитку. Органічний (або внутрішній) розвиток передбачає впровадження якісних змін за рахунок накопичених підприємством знань, навичок, фінансових, матеріальних та нематеріальних активів, а також залучених ресурсів, що спрямовуються на вдосконалення його матеріально-технічної бази, створення нових продуктів, трансформацію внутрішніх систем та процесів, проникнення на нові ринки. Усі економічні організації застосовують цю модель на тому чи іншому етапі свого життєвого циклу. Основною метою внутрішнього розвитку є прагнення підприємства до забезпечення своєї господарсько-правової, фінансової та організаційної незалежності.

Друга модель – модель зовнішнього розвитку – передбачає якісну зміну складу та взаємозв'язків системи підприємства через залучення та використання компетенцій і підсистем сторонніх організацій для здійснення певних (вже засвоєних або принципово нових) видів діяльності або їх комбінування, результатом чого може бути створення нової бізнес-системи (неоструктури). Основна причина зовнішнього розвитку полягає у прагненні отримати синергійний ефект унаслідок взаємодоповнюючої дії активів двох або кількох компаній, сукупний результат якого суттєво перевищує сукупні результати самостійних дій цих компаній.

Розвиток підприємства в межах виключно однієї з моделей навряд чи можливий: турбулентність довкілля, а також підвищена вимогливість до гнучкості та адаптивності внутрішніх систем і процесів сучасних організацій зумовлює доцільність органічного поєднання різних моделей розвитку підприємств на різних етапах їхнього існування. Отже, при реалізації своєї конкурентної стратегії підприємство має певний набір можливих за певних умов функціонування способів досягнення конкурентних переваг, що знаходяться в межах від повної автономності й самодостатності підприємства щодо джерел забезпечення свого розвитку до таких, що передбачають залучення та

використання компетенцій та підсистем інших учасників ринкових відносин задля досягнення встановлених довготермінових цілей діяльності [5].

В умовах обмеженості доступу до економічних та фінансових ресурсів, загострення конкурентної боротьби та повільної «вичерпаності» внутрішніх можливостей досягнення стратегічних цілей, компанії все частіше використовують форми та методи зовнішнього розвитку, серед яких найпоширенішими залишаються операції злиття та поглинання, формування стратегічних альянсів, створення спільних підприємств, формування міжнародних та регіональних мереж.

Для вітчизняної бізнес-середовища зазначені стратегії ринкової поведінки поки що залишаються поодинокими спробами реалізації завдань зовнішньоекономічної діяльності, а на макрорівні спостерігається тенденція «відкриття кордонів» для ТНК. Наведемо кілька аргументів на користь зазначеного.

Звичайно, залучення інвестицій, використання наукових, інноваційних розробок, організаційно-управлінського досвіду є важливими факторами успіху розвитку. Проте необхідно пам'ятати, що для взаємодії з ТНК як у своїй країні, так і на світових ринках потрібно створювати власні транснаціональні структури, які б могли скласти конкуренцію західним компаніям. Особливо актуальним є це питання для України у зв'язку з її вступом до Світової організації торгівлі. Національний капітал здатний витримувати конкуренцію з ТНК тільки якщо він сам структурується у потужну фінансово-промислову освіту, адекватну міжнародним аналогам та здатні проводити активну зовнішньоекономічну політику.

Необхідність та важливість подальшої інтернаціоналізації української економіки зумовлюють розвиток ТНК за участю українського капіталу. Переваги такої стратегії для окремих компаній та держави загалом полягають у наступному:

- фундаментальні інтереси держави та українських ТНК збігаються, оскільки транснаціональні корпорації дозволяють державі отримати доступ до ресурсів інших країн (і не так природних та людських, як науково-технічних);
- ТНК, які розміщують своє виробництво за кордоном, позбавляються необхідності долати протекціоністські бар'єри, отримують можливість обійти тарифні та нетарифні бар'єри приймаючої держави;
- за кордоном створюються нові ринки збуту, стимулюється попит на вітчизняну продукцію;
- ТНК зміцнюють позиції своєї держави на території інших країн, створюючи там анклав своєї власності, формує реальний міжнародний вплив держави;
- ТНК сприятливо впливають на міжнародні відносини і, як наслідок, сприяють розвитку міждержавних відносин;
- транснаціоналізація українських компаній – це і шлях вирішення проблеми реструктуризації економіки, тобто організації виробництва та збуту наукомісткої продукції.

Стимулювати створення українських ТНК необхідно насамперед у тих галузях, які спроможні забезпечити міжнародну конкурентоспроможність економіки України на багато років наперед. Важливо враховувати, що в тих сферах, де наша країна накопичила певний технологічний потенціал (ракетно-космічної, авіаційної, металургійної, хімічної промисловості), не варто покладатися на іноземний капітал як основне джерело фінансування розвитку. Тут важливо формувати власні ТНК. Навряд чи варто «віддавати» іноземним компаніям сектор харчової промисловості, який забезпечує продовольчу безпеку країни. У зазначених сферах доцільно активно реалізовувати модель органічного (внутрішнього) розвитку підприємств [6].

У сферах економіки, де є серйозне технологічне відставання, залучення іноземного капіталу може значно прискорити технологічну модернізацію вітчизняних

підприємств. Провідними галузями для формування ТНК за участю українських компаній можуть бути ВПК, машинобудування, електроніка, транспорт, легка промисловість, наукові дослідження, програмування.

Потужний природний потенціал нашої країни забезпечує Україні широкі можливості для створення в окремих галузях корпорацій повного замкненого циклу, які займаються видобутком сировини, її переробкою, виготовленням продукції та її реалізацією. І певні кроки в цьому напрямі вже зроблено – деякі фінансово-промислові групи, які фактично змогли створити повний цикл виробництва і мають власні компанії за кордоном, формально відповідають статусу ТНК, хоча вони й поступаються закордонним транснаціональним конкурентам величиною своїх активів, доступними ресурсами, рівнем менеджменту, вартістю запатентованих технологій.

Якщо раніше великий український капітал не заглядав далеко наперед, то вже сьогодні реалізуються комплексні довготермінові інвестиційні програми. На даний момент українські фінансово-промислові групи (ФПГ) власними силами реалізують проекти з реструктуризації компаній, інвестиційні плани модернізації основних фондів. Активно здійснюється перехід на міжнародні стандарти фінансової звітності, набувають частки капіталу в іноземних компаніях. Це призводить до створення вертикально інтегрованих структур, які є конкурентоспроможними на міжнародному рівні.

Ще одним позитивним чинником на шляху інтеграції українських ФПГ до національної економіки стає розширення кола їхніх економічних інтересів, яке включає не лише профільні, експортно-орієнтовані сегменти, а й галузі, спрямовані на внутрішній ринок. У власності «SCM», «ІСД», групи «Приват» знаходяться численні активи в АПК, будівельній індустрії, харчовій промисловості, сфері обслуговування. Інвестиції багатьох компаній спрямовані на розвиток транспортної та інформаційно-комунікаційної інфраструктури, що не тільки стимулює внутрішній ринок, а й сприяє розвитку в Україні нових високотехнологічних сегментів.

Великі можливості на міжнародному ринку мають українські виробники горілки, більша частина виробництва прямує на експорт. Українські компанії «Nemiroff», «Союз-Віктан», «Хортиця» вже визнані на світовому рівні й мають одні з найбільших у світі темпи зростання. Великим проривом на світовій арені стала українська ТМ «Хортиця», яка хоч і має на сьогоднішні статус регіонального (експорт не перевищує 30% обсягів виробництва), посіла третє місце у рейтингу. Темп її зростання у 2006 році проти 2005 склав 209,3%, що є чи не найвищим у світі виробництва алкогольних напоїв. Вітчизняні виробники горілки активно проникають у виробничий сектор економік країн ближнього зарубіжжя – Білорусі, Казахстану, Польщі, Чехії та ін [7].

Сьогодні для великих вітчизняних господарських структур привабливим варіантом створення міжнаціональних корпорацій може бути їхнє об'єднання з галузевими партнерами країн Євросоюзу. Це допоможе активізувати діяльність з подолання економічної шкоди, яку зазнає Україна внаслідок неповного використання потенціалу розвитку коопераційних зв'язків із традиційними партнерами в рамках Євросоюзу та має перспективи виходу на ринки інших країн.

У перспективі кооперація та співпраця українських компаній з компаніями країн Європи сприятимуть їхньому спільному просуванню на Захід і створять передумови для експансії на західні ринки. Подальший розвиток та стимулювання створення нових транснаціональних корпорацій – ось нагальне завдання, поставлене перед Україною в умовах глобалізації.

Слід визнати, що існує низка перешкод на шляху формування українських транснаціональних структур:

- нестабільність економічної та політичної ситуації у державі;

- нерозвиненість законодавчої бази у питаннях статусу та діяльності транснаціональних корпорацій;
- потужна конкуренція з боку існуючих світових ТНК, які є лідерами більшості галузей;
- низька конкурентоспроможність української продукції (переважно через високу енергоємність) – відсутність відповідної науково-технічної, інноваційної бази, яка б могла конкурувати з технологіями іноземних ТНК;
- порівняно низький рівень менеджменту;
- висока «тінізація» економіки;
- велике податкове навантаження;
- високий рівень інфляції тощо [8].

Проте існують певні можливості, які слід використовувати для створення ТНК українського походження. Серед них – вступ до СОТ, внаслідок чого українські компанії набувають переваги вільного доступу на ринки, які надає членство у СОТ, стають у рівні умови із закордонними учасниками ринку. Виникають умови для:

- перетворення неформальних міжнародних зв'язків на формалізовані, що створюють повноцінний статус ТНК – досить потужних у фінансовому відношенні для конкуренції на світових ринках;
- використання досвіду країн, що розвиваються при створенні національних ТНК;
- використання можливостей національних ресурсів і насамперед – кваліфікованого персоналу [9].

Сьогодні, коли ТНК українського походження набувають міжнародного визнання, держава більше не може їх ігнорувати, а тим більше вдавати, що вони не існують. На основі досвіду розвинених країн можна сказати, що національні ТНК і держава повинні перебувати у відносинах «партнерства та співробітництва». Більше того, ТНК необхідна підтримка держави, здатної агресивно відстоювати свої інтереси на зовнішніх ринках.

Для формування необхідних передумов створення Українських транснаціональних корпорацій та забезпечення можливостей для розвитку існуючих ФПГ та інших великих компаній, на нашу думку, необхідно вжити певних заходів. По-перше, потрібна суспільна реабілітація великого національного капіталу, визнання важливості формування національних ТНК як основи української економіки, забезпечення економічного суверенітету й економічної стійкості. По-друге, потрібно інституалізувати й поставити на систематичну основу стратегічний діалог між державою та представниками національних ТНК.

З одного боку, державна стратегія має враховувати об'єктивні проблеми, з якими стикаються національні ТНК на етапі свого розвитку.

З іншого боку, для корпорацій важливим є розуміння стратегічних цілей та економічних завдань, які ставить перед собою держава. Без цього неможливо співвіднести корпоративні та державні стратегії, виробити кроки, що дозволяють пов'язати інтереси бізнесу з метою розвитку української економіки та її успішної інтеграції у світову господарську систему.

По-третє, з урахуванням політичних змін у світі на передній план виходять питання забезпечення економічних інтересів держав, посилення конкурентоспроможності їхніх товарів та послуг на світових ринках. Підтримка та захист національних товаровиробників, збільшення їхнього експорту зводиться багатьма країнами до рангу державної політики, одного з пріоритетів національної безпеки.

По-четверте, необхідно відмовитися від штучних галузевих обмежень чи дискримінації ТНК українського походження у питаннях інвестування в ті чи інші галузі

вітчизняної економіки. У галузевому аспекті увагу ТНК дедалі більше привертають сферу послуг та інфраструктури, що раніше мало цікавили міжнародні компанії та були переважно сферами діяльності природних монополій. Нині вони перетворилися на конкурентні галузі з великим потенціалом для прибуткового інвестування.

По-п'яте, важливо сприяти участі українських компаній у спільних проектах зі світовими ТНК. Державна стратегія підтримання українських компаній, орієнтованих на закордонні ринки, має базуватися на прискореному розвитку підприємств певних ключових галузей, піднятті технологічного, наукового, інноваційного потенціалу українських підприємств [10].

Висновки. Перспективною моделлю розвитку вітчизняних великих компаній, які набувають статусу ТНК, а також ФПГ, слід визнати зовнішнє зростання, припустити вихід українських виробників на закордонні ринки та синергійне поєднання активів національних компаній із закордонними партнерами. Особливо актуальною така стратегія розвитку для експортоорієнтованих компаній.

За раціонального підходу Україна може отримати цілу низку конкурентних переваг від присутності на її території іноземних ТНК, але для залучення ТНК до своєї економіки держава має вжити заходів щодо покращення інвестиційного клімату.

Українські фінансово-промислові групи, перетворюючись на ТНК, здатні скласти індустріальну та інфраструктурну основи національної економіки, і вже зараз представляють її на провідних світових ринках товарів та послуг, беруть участь у регіональному поділі праці Європи та Азії. Тільки через державну підтримку розвитку ТНК з національним корінням Україна буде здатна включатися до масштабних трансконтинентальних проектів, бути активним гравцем у макрорегіональних проектах промислової та інфраструктурної кооперації.

Conclusions. A perspective model for the development of domestic large companies that acquire the status of TNCs, as well as FIGs, should be recognized as external growth, the exit of Ukrainian manufacturers to foreign markets and the synergistic combination of assets of national companies with foreign partners should be assumed. Such a development strategy is especially relevant for export-oriented companies.

With a rational approach, Ukraine can gain a number of competitive advantages from the presence of foreign TNCs on its territory, but in order to attract TNCs to its economy, the state must take measures to improve the investment climate.

Ukrainian financial and industrial groups, turning into TNCs, are able to form the industrial and infrastructural basis of the national economy, and are already representing it on the leading world markets of goods and services, participating in the regional division of labor in Europe and Asia. But only through state support for the development of TNCs with national roots, Ukraine will be able to be included in large-scale transcontinental projects, to be an active player in macro-regional industrial and infrastructure cooperation projects.

Список використаних джерел

1. Портер М. Конкурентна перевага. Як досягати стабільно високих результатів. Пер. з англ. Київ: Наш Формат. 2019. 624 с.
2. Портер М. Конкурентна стратегія. Техніки аналізу галузей і конкурентів. Пер. з англ. Київ: Наш Формат. 2020. 424 с.
3. Швиданенко О. А. Глобальна конкурентоспроможність: теоретичні та прикладні аспекти : монографія. Київ: КНЕУ, 2007. 312 с.
4. Антонюк Л. Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації: монографія. Київ: КНЕУ, 2004. 275 с.
5. Лук'яненко О. Д. Інноваційні фактори глобальної конкурентоспроможності: монографія. Київ: КНЕУ, 2015. 298 с.
6. Skrupnyk N. Ye., Sydorenko K. V. (2019). The Key Components in Forming a Modern Innovation Basis of Competitiveness in the Context of Globalization Transformations. *Business Inform* 4:115–123. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-4-115-123>

7. Котлер Ф., Касліоне Дж. А. Хаотика: управління та маркетинг в епоху турбулентності / пер. з англ. під ред. Т. В. Співаковської, С. В. Співаковського. Київ: Хімджест, ПЛАСКЕ, 2009. 208 с.
8. Глобалізаційні процеси у світовій економіці: виклики та можливості для України : колективна монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. О. О. Борзенко; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України». Електрон. дані. Київ, 2022. 264 с.
9. Борзенко О. О., Панфілова Т. О. Передумови довгострокової депресії світової економіки. *East European Scientific Journal*. 2021. № 2 (66). Part 3. P. 20–25.
10. Горбач Л. М., Плотніков О. В. Глобалізація: світова економіка та українські реалії: монографія. Київ: Видавничий дім «Кондор», 2020. 224 с.

References

1. Porter M. (2019). Konkurentna perevaha. Yak dosiahaty stabilno vysokyykh rezul'tativ [Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance]. Kyiv: Nash Format. [In Ukrainian].
2. Porter M. (2020). Konkurentna stratehiia. Tekhniky analizu haluzei i konkurentiv [Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competit]. Kyiv: Nash Format. [In Ukrainian].
3. Shvydanenko O. A. (2007). Hlobalna konkurentospromozhnist: teoretychni ta prykladni aspekty [Global competitiveness: theoretical and applied aspects]. Kyiv: KNEU. [In Ukrainian].
4. Antoniuk L. L. (2004). Mizhnarodna konkurentospromozhnist krain: teoriia ta mekhanizm realizatsii [International competitiveness of countries: theory and implementation mechanism]. Kyiv: KNEU. [In Ukrainian].
5. Lukianenko O. D. (2015). Innovatsiini faktory hlobalnoi konkurentospromozhnosti [Innovative factors of global competitiveness]. Kyiv: KNEU. [In Ukrainian].
6. Skrypnyk N. Ye., Sydorenko K. V. (2019). The Key Components in Forming a Modern Innovation Basis of Competitiveness in the Context of Globalization Transformations. *Business Inform* 4:115–123. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-4-115-123>
7. Kotler F., Kaslione Dzh. A. (2009). Khaotyka upravlinnia ta marketynh v epokhu turbulentnosti [Chaotics: The Business of Managing and Marketing in the Age of Turbulenc]. Kyiv: Khimdzhest, PLASKE. [In Ukrainian].
8. Borzenko O. O. (2022). Hlobalizatsiini protsesy u svitovii ekonomitsi: vyklyky ta mozhlyvosti dlia Ukrainy [Globalization processes in the world economy: challenges and opportunities for Ukraine]. Kyiv: DU “Ін-т екон. та прогнозув. НАН України”. [In Ukrainian].
9. Borzenko O. O., Panfilova T. O. (2021). Peredumovy dovghostrokovoji depresiji svitovoji ekonomiky. *East European Scientific Journal*. No. 2 (66). Part 3. P. 20–25.
10. Horbach L. M., Plotnikov O. V. (2020). Hlobalizatsiia: svitova ekonomika ta ukrainski realii [Globalization: world economy and Ukrainian realities]. Kyiv: Vydavnychi dim “Kondor”. [In Ukrainian].