

УДК 339.012 (048)

О. Пригара, канд. екон. наук, асист. (КНУ імені Тараса Шевченка),
Л. Ярош-Дмитренко, асист. (КНУ імені Тараса Шевченка)

ПРИВАБЛИВІСТЬ МІЖНАРОДНИХ РИНКІВ ДЛЯ УКРАЇНСЬКИХ ВИРОБНИКІВ МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ

Розглянуто питання оцінки привабливості міжнародних ринків і запропоновано багаторівневу систему показників їх оцінки. Здійснено SWOT – аналіз діяльності українських виробників на світовому ринку машинобудування, відібрано потенційні ринки для реалізації зовнішньоекономічної діяльності підприємств за фільтровою моделлю і проведено оцінку привабливості міжнародних ринків для українських виробників машинобудівної галузі.

Ключові слова: привабливість ринку, міжнародні ринки, стратегії проникнення, машинобудівна галузь, вибір привабливих ринків.

Рассмотрены вопросы оценки привлекательности международных рынков и введена многоуровневая система показателей их оценки. Проведен SWOT-анализ деятельности украинских производителей с помощью фильтровой модели и произведена оценка привлекательности международных рынков для украинских производителей машиностроительной отрасли.

Ключевые слова: привлекательность рынка, международные рынки, стратегии проникновения, машиностроительная отрасль, выбор привлекательных рынков.

The questions of international markets' attractiveness estimation are viewed and multilevel system of international markets' attractiveness is offered. SWOT-analysis of Ukrainian producers on the world market of machine-building industry is carried out. Potential markets are selected for realization of foreign economic activity of enterprises by usage of a filter model and the estimation of international markets' attractiveness is conducted for the Ukrainian producers of machine-building industry.

Keywords: markets' attractiveness, international markets, market penetration strategies, machine-building industry, choice of attractive markets.

Сучасні процеси глобалізації, які проявляються у зростаючій взаємодії між країнами та створенні єдиного світогосподарського простору, обумовлюють значний динамізм, якісні та кількісні трансформації товарних ринків та супроводжуються посиленням конкуренції на міжнародних ринках. Глобальний характер сучасних економічних процесів знаходить своє вираження у реалізації політики відкритості національних ринків, поглибленні міжнародного поділу і кооперації праці, які проявляються у нарощуванні масштабів міжнародної торгівлі товарами, послугами та факторами виробництва. Наростання відкритості національних економік, загальної лібералізації зовнішньоекономічних зв'язків, науково-технічний прогрес сприяє залученню національних підприємств до світогосподарської системи. А це, у свою чергу, сприяє пошуку вітчизняними підприємствами привабливих міжнародних ринків для ведення міжнародної підприємницької діяльності. Підприємствам, які орієнтовані на міжнародні ринки, слід враховувати вплив світової економіки і проводити ретельний аналіз середовища міжнародного підприємництва з метою вибору привабливих ринків.

Одним з найбільш глобалізованих ринків на сьогодні є ринок машинобудування, який часто визначає міжнародну конкурентоспроможність країни. Машинобудування є провідною галуззю економіки України, розвиток якої дозволить зайняти їй гідне місце на міжнародній арені та посилить конкурентні позиції національної економіки. В цьому аспекті особливої актуальності набувають питання пошуку привабливих міжнародних ринків для вітчизняних підприємств машинобудівної галузі.

Розглядаючи існуючі теоретичні підходи до вибору привабливих ринків, слід зазначити, що як правило, вони зводяться до проведення аналізу впливу окремих факторів ринкового середовища країни на діяльність підприємства, яке виходить на ці ринки [1, 3, 5], пов'язуються з аналізом кількісних та якісних характеристик галузевого ринку [2, 9, 10] конкурентної ситуації на ринку і оцінкою конкурентоспроможності ринку [6, 7]. Серед найбільш розповсюджених моделей вибору зовнішніх ринків для ведення підприємницької діяльності найбільш популярними є фільтрові моделі, які передбачають поступове виключення ринків з переліку потенційних ринків за окремими показниками – фільтрами, в результаті чого можна отримати перелік потенційних ринків для ведення зовнішньоекономічної діяльності [2,

10]. Незважаючи на численні наукові праці, які досліджують питання вибору привабливих для ведення підприємницької діяльності ринків, практично відсутні роботи, в яких визначено процес проведення аналізу привабливості міжнародних товарних ринків.

Більшість авторів при розгляді питань вибору привабливих ринків зосереджують увагу на дослідженні маркетингового середовища цих ринків. Звісно, вибір привабливих ринків вимагає врахування особливостей міжнародного середовища підприємництва для пошуку ефективних напрямків проникнення та розробки успішних стратегій розвитку. Однак це не дасть змогу зробити остаточний висновок щодо рівня привабливості ринку. Поширеним у літературі методом аналізу зовнішнього ринкового середовища підприємства є здійснення SLEPT аналізу (social/cultural, legal, economic, political, technological), який використовується з метою ідентифікації тих чинників макросередовища (соціокультурних, правових, економічних, політико-правових, технологічних), які суттєво впливають або можуть вплинути на майбутню діяльність фірми на зарубіжних ринках. Усі автори, які досліджують дані питання, пропонують власні моделі аналізу факторів зовнішнього середовища підприємства на міжнародних ринках. Як правило, – це перелік питань чи проблем, на які варто звернути увагу, аналізуючи ту чи іншу складову, однак у цілому їх структури досить схожі, орієнтовані на виявлення потенційних можливостей тієї чи іншої країни приймати капітал у певних масштабах і формах.

Метою статті є розгляд питання оцінки привабливості міжнародних ринків. Для цього сформуємо багаторівневу систему показників і проілюструємо її на прикладі вітчизняної машинобудівної галузі.

Дослідження середовища міжнародного підприємництва має на меті визначення привабливих напрямків проникнення для підприємства. В цьому аспекті ми вважаємо, що доцільно використати категорію доступності ринку, яка являє собою набір сприятливих для діяльності підприємства факторів міжнародних ринків. Її складовими є політико-правова доступність, економічна доступність, соціо-культурна доступність (відповідність мовного фонду, культури ведення бізнесу, традицій, менталітету), науково-технічна. Тобто всі фактори зовнішнього середовища підприємства, які можуть являти собою фактори можливостей, ми називаємо факторами ринкової доступності. Пов'язуючи аналіз ринкового се-

редовища міжнародного підприємництва та ринкової доступності з аналізом привабливості ринку, слід зазначити, що вести мову взагалі про сприятливі економічну кон'юнктуру, політичний клімат тощо для ведення бізнесу безпідставно, необхідно зважати на можливості та інтереси кожного конкретного підприємства. І вести мову про привабливість ринку доцільно лише у розрізі такої характеристики для підприємства, яка залежить від його компетентності, потенціалу діяльності на ринку, ресурсів та ноу-хау, за рахунок яких підприємство буде мати успіх на ринку. Крім того, з нашої точки зору, привабливим для діяльності підприємства є ринок, на якому воно може успішно діяти і який буде відповідати його можливостям і економічним інтересам.

Враховуючи глобальний характер світогосподарського простору, при розгляді поняття привабливості міжнародного товарного ринку ми пропонуємо застосовувати багаторівневу систему показників (рис. 1). Таким чином, у процесі аналізу привабливості ринку на мега-

рівні слід враховувати глобальний характер світогосподарського простору і оцінювати глобально-економічні фактори. Розглядаючи макрорівень, перш за все, слід вести мову про зовнішнє середовище міжнародного ринку, ступінь привабливості для підприємства країни в цілому, факторів її ринкового середовища. Ринкове середовище міжнародного підприємництва слід розглядати за окремим переліком показників і на мезорівні – рівні окремої галузі, оскільки висока привабливість підприємницького середовища країни та позитивна динаміка її ринкових факторів ще не означатиме достатній рівень розвитку і привабливості галузевого ринку даної країни. Остаточний висновок щодо рівня привабливості ринків можна зробити через визначення ступеню відповідності стану факторів ринкового середовища на мегамакро- мезорівнях економічним інтересам підприємств, їх ресурсам, можливостям і цілям (привабливість ринку на мікрорівні), пов'язаних з виходом та стратегіями їх діяльності на міжнародних товарних ринках.



Рис.1. Багаторівнева система показників привабливості міжнародних ринків*

*Джерело: розроблено авторами

Для аналізу привабливості міжнародних ринків доцільно дотримуватись наступних етапів:

1. Визначення економічних інтересів підприємства (аналіз ступеня інтернаціоналізації діяльності підприємства та цілей його зовнішньоекономічної діяльності).
2. Аналіз можливостей міжнародної діяльності підприємства та попередній відбір цільових ринків.
3. Дослідження доступності ринку шляхом аналізу кількісно-якісних показників його маркетингового середовища.
4. Дослідження можливостей реалізації економічного інтересу підприємства на цільових ринках.
5. Розподіл ринків за ступенем привабливості і вибір ефективних стратегій проникнення на обрані ринки.

Розглянемо запропоновану методику аналізу привабливості міжнародних ринків на прикладі вітчизняної галузі машинобудування. Аналізуючи перспективи розвитку машинобудівної галузі України, слід зазначити, що наразі вона перебуває у доволі складному стані поряд з її значним експортним потенціалом. У табл. 1

наведено аналіз сильних, слабких сторін, загроз та можливостей діяльності українських виробників на світовому ринку машинобудування (SWOT – аналіз).

З проведеного аналізу випливає, що українська машинобудівна галузь хоча і має багато слабких сторін та загроз з боку ринкового середовища міжнародного підприємництва, але має й сильні сторони та можливості, які можуть бути враховані та використані українськими підприємствами машинобудування при виході на світовий ринок. Це означає, що при виборі оптимальної для українських виробників форми виходу на світовий ринок, адекватній оцінці їх потенціалу конкурентоспроможності та можливостей реалізації економічних інтересів, можуть бути обрані привабливі ринки для їх проникнення. Тобто ті ринки, на яких українські виробники зможуть реалізувати власні економічні інтереси, потенціал і ринкові можливості, при цьому мінімізувавши слабкі сторони та загрози ринкового середовища.

Таблиця 1. SWOT – аналіз діяльності українських виробників на світовому ринку машинобудування*

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> вигідне географічне положення у просторі європейських та світових ринків; достатньо розвинута та диверсифікована транспортна інфраструктура; наявність галузевих науково-дослідних інститутів; кваліфіковані трудові ресурси; наявний досвід виробництва продукції машинобудівної галузі; помірна ціна; високий конкурентний потенціал окремих галузей машинобудування (літако- та ракетобудування, суднобудування); наявність підприємств, які випускають унікальну продукцію. 	<ul style="list-style-type: none"> скорочення виробництва; застарілі основні фонди виробництва; відсутність замкненого циклу виробництва; слабка популярність на світових ринках; обмежений внутрішній попит на вітчизняну продукцію, що спонукає до пошуку іноземних споживачів; низький рівень використання нових технологій; низький рівень інноваційної активності; залежність від постачань вузлів, деталей та комплектуючих виробів з інших країн; відтік кваліфікованих кадрів за кордон; експорт переважно в країни СНД; низька ефективність просування на закордонні ринки; невисокий рівень конкурентоспроможності порівняно з продукцією розвинутих країн.
Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> можливість пожевлення внутрішнього ринку України; високі ціни на продукцію машинобудування на ринках розвинутих країн; висока інноваційна активність галузі і поява нових технологій на ринку; можливість часткового освоєння ринків Азії, Африки та Південної Америки; відносно стабільний попит на ринку Росії та Китаю. 	<ul style="list-style-type: none"> скорочення зовнішнього попиту на машинобудівну продукцію; зростання конкуренції на ринках країн СНД; активна діяльність основних світових лідерів; недосконалість державних заходів для розвитку машинобудівної галузі; відсутність стабільного фінансування урядових програм за термінами і обсягами; нестабільність курсів світових валют; зростання цін на продукти і послуги природних монополій.

*Джерело: розроблено авторами

З метою попереднього відбору цільових ринків скористаємося фільтровою моделлю вибору ринків машинобудівної галузі України (рис. 2).

У наведеній схемі на рис. 2 за фільтром 1 визначається загальний потенціал регіонів світу і враховуються географічна близькість країн, політичне сприяння та соціально-економічна ситуація, а також глобальні ризики. За фільтром 2 здійснюється визначення потенційних ринків з урахуванням конкурентних можливостей підприємств. За фільтром 3 визначаються пріоритетні кра-

їни з обраних регіонів. В результаті здійсненого аналізу для подальшого дослідження привабливості обрано ринки Росії та Китаю. Наступним етапом є оцінка доступності обраних ринків для українських виробників. Аналіз слід здійснювати за широким колом кількісно-якісних характеристик. При цьому слід враховувати, що сприятливе маркетингове середовище для ведення бізнесу на ринках ще не означає, що дані ринки є привабливими для ведення діяльності вітчизняними виробниками.

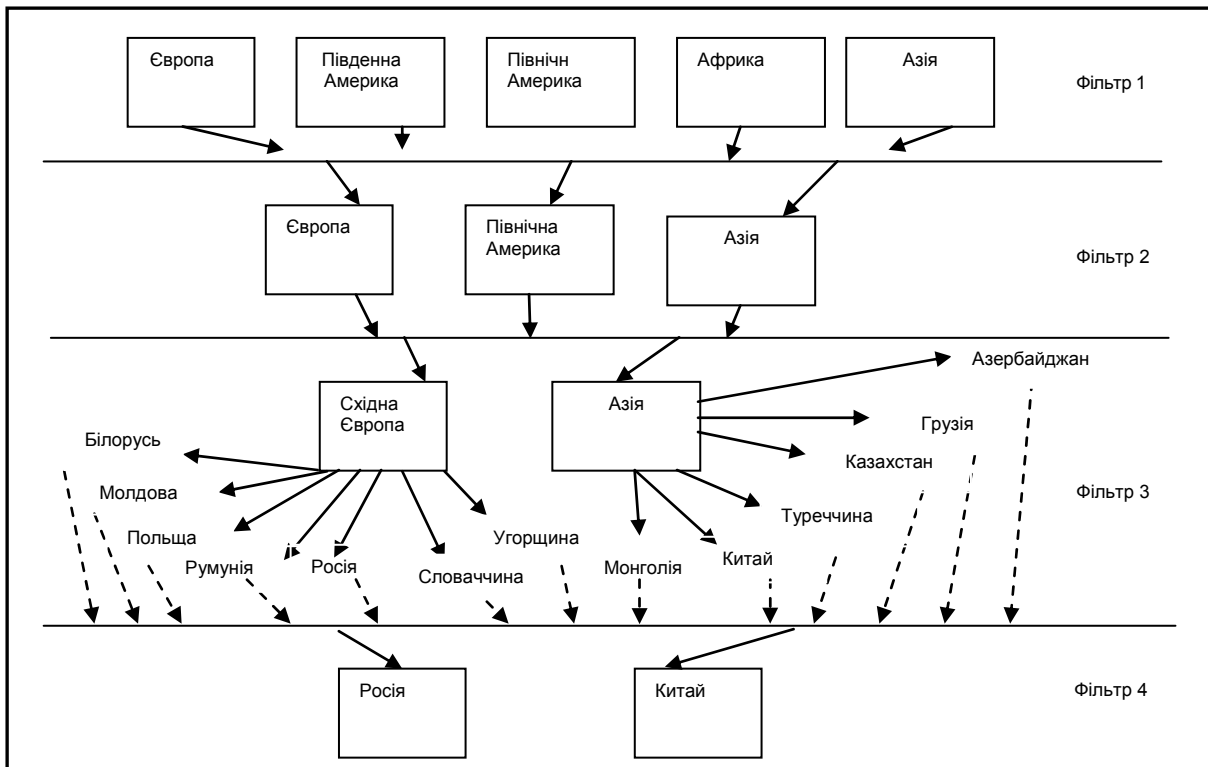


Рис. 2. Схема відбору привабливих міжнародних ринків для підприємств машинобудівної галузі України*

*Джерело: розроблено авторами

Аналізуючи ринки за показниками оцінки привабливості ринків, наведеними на рис. 1, можна зробити наступні висновки. Ринки обох країн є привабливими для проникнення вітчизняних підприємств. Найбільш перспективною галуззю для проникнення українських виробників на обрані ринки є авіаційне машинобудування. Україна експортує до Росії та імпортує з неї продукцію майже всіх галузей машинобудівного комплексу, але найбільш пріоритетною та перспективною є авіабудівна галузь, так як до розпаду СРСР вона займала лідируючі позиції, майже на рівні зі США. Для ринку Китаю, який виробляє свої швидкісні потяги та займає 42% світового ринку суднобудування [4] експортувати українську продукцію залізничного машинобудування та суднобудування не доцільно. На авіаперевезення в Китаї у 2010 р. припадало 26,3% від загальної кількості місцевих перевезень. Головним видом транспортування є автобусні перевезення – майже 40% та залізничні – 34%. Враховуючи незначну частку власного виробництва літаків (44%) та невеликий парк авіації загального призначення Китаю, перспективною для виходу українських виробників є галузь авіабудування [11].

Згідно запропонованого підходу до аналізу привабливості ринків і зважаючи на оцінку можливостей реалізації економічних інтересів вітчизняних підприємств машинобудівної галузі на ринках обраних країн, доцільно розглядати наступні форми проникнення на ринки: експорт продукції на ринок Китаю, створення стратегічного альянсу з Росією, створення спільного підприємства з Китаєм. Російська авіабудівна промисловість має високий потенціал, що пояснює доцільність та необхідність співпраці українських авіабудівних підприємств з російськими. До сприятливих факторів, за якими ринок Росії може бути обраний як привабливий, слід віднести: високу ємність ринку, розвиток міждержавної співпраці, наявність розвитку кластера пов'язаних та підтримуваних галузей авіаційної галузі, а саме, наявність науково-проектних інститутів та дослідно-конструкторських бюро, високий рівень розвитку точного та електротехнічного машинобудування, авіаремонтної галузі та інфраструктури.

Найбільш привабливою формою співпраці, як для ринку Росії, так і для ринку України, є кооперація. Для українських авіабудівних підприємств при виході на ринок Росії доцільно створювати стратегічні альянси, оскільки українські та російські авіабудівні підприємства з позиції їх на ринку скоріше доповнюють один одного, ніж конкурують із ними, що склалося ще історично з часів існування СРСР. В результаті такої співпраці може бути поновлено цілісну авіаційну промисловість колишнього СРСР, що може становити передумови для створення потужного авіаційного альянсу, який зможе скласти конкуренцію світовим лідерам. Головними конкурентними перевагами для українських авіабудівних підприємств при створенні стратегічного альянсу з Росією є: науково-дослідні розробки, кваліфікація робочої сили та високі виробничі потужності – можливість виготовляти повітряні судна будь-якого призначення та габаритів.

Ринок авіабудівної галузі Китаю має високу привабливість для українських авіавиробників, враховуючи швидкі темпи соціально-економічного розвитку країни та її зацікавленість у співпраці з українськими під-

приємствами авіабудування. До факторів привабливості даного ринку ще можна віднести наступні фактори: висока ємність даного ринку, низький рівень розвитку авіаремонтної галузі та інфраструктури, низький рівень підготовки кадрів для авіабудування та авіаремонту, низька частка власного виробництва літаків, спеціалізація на військовій та комерційній авіації (гелікоптери та легкі літаки), нерозвиненість транспортної інфраструктури в країні, високий рівень розвитку металургійного та хімічного комплексу.

Україна може запропонувати ринку Китаю великогабаритні повітряні судна, радарну техніку, двигуни та інші вузли та деталі, від імпорту яких залежить китайський авіабудівний комплекс. Головними конкурентними перевагами України при реалізації стратегії експорту української авіабудівної продукції в Китай можуть бути: ексклюзивні технічні характеристики українських літаків, наявність потужних науково-дослідних інститутів та дослідно-конструкторських бюро, висококваліфікована робоча сила, наявний досвід роботи, виробництво великогабаритних пасажирських та вантажних літаків та забезпечення повним комплексом післяпродажного обслуговування. Головними конкурентними перевагами України при створенні спільного підприємства з Китаєм можуть бути: висока кваліфікація кадрів та наявність серйозних наукових розробок, високий потенціал галузі точного машинобудування, наявність виробництва вузлів та комплектуючих, наявність авіаремонтних підприємств, які здійснюють повний комплекс послуг від технічного обслуговування до післяпродажного обслуговування.

З наведеного аналізу можна зробити висновки, що поряд зі значним рядом проблем, які має вітчизняна галузь машинобудування, вона володіє дійсно значним потенціалом для розвитку та покращення світового іміджу України. При здійсненні пошуку привабливих ринків для вітчизняних підприємств слід аналізувати їх можливість та економічні інтереси і обирати ті ринки серед потенційно доступних з точки зору сприятливості умов ведення бізнесу, на яких вітчизняні підприємства можуть мати потенціал конкурентоспроможності і можуть реалізувати власні економічні інтереси.

1. Дзнієлс Д. Международный бизнес: внешняя среда и деловые операции : пер. с англ. / Д.Дзнієлс, Л. Радеба. – 6-е изд. – М.: Дело, 1998. – 784 с.
2. Канищенко О.Л. Міжнародний маркетинг в діяльності українських підприємств: монографія / О.Л. Канищенко – К.: Знання-Прес, 2007. – 448 с.
3. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок : пер. с англ. / Ж.-Ж. Ламбен. – С.Пб.: Питер, 2004. – 800 с.
4. Мацкевич Р. Мировое судностроение [Електрон. ресурс] / Р. Мацкевич. // Infra News. – 2010. – 28 серпня. – Режим доступу : <http://www.infranews.ru/?object=news&id=9798&catid=4>
5. О'Шонесси Д. Конкурентный маркетинг. Стратегический подход / Д. О'Шонесси; пер. с англ. С. Жильцов – С.Пб.: Питер, 2002. – 857 с.
6. Пахомов Ю.М. Національна економіка в глобальному конкурентному середовищі / Ю.М. Пахомов, Д.Г. Лук'яненко, Б.В. Губський. – К.: Україна, 1997. – 237 с.
7. Портер М. Стратегія конкуренції / М. Портер; пер. з англ. А. Олійник, Р. Сільський. – К.: Основи, 1998. – 390 с.
8. Пригара О. Інформаційне забезпечення аналізу привабливості міжнародних товарних ринків / О. Пригара // Вісн. Київ. нац. ун-ту імені Тараса Шевченка. – Економіка. – 2007. – Вип. 98. – С. 20-23.
9. Холленсен С. Глобальный маркетинг : пер. с англ. / С. Холленсен. – Минск : Новое знание, 2004. – 832 с.
10. Циганкова Т.М. Міжнародний маркетинг: теоретичні моделі та бізнес-технології: монографія / Т.М. Циганкова. – К.: КНЕУ, 2004. – 400 с.
11. Global Market Research and Analysis for Industries, Countries and Consumers [Електрон. ресурс]. – Режим доступу : <http://www.euromonitor.com>

Надійшла до редколегії 22.12.11