

СУЧАСНИЙ СТАН І ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МІЖКОРПОРАТИВНИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ

Рунчева Н.В., к.е.н.

Бердянський університет менеджменту і бізнесу

У статті розкрито сучасний стан і проблеми розвитку міжкорпоративних відносин в Україні і доведено що сучасний стан економіки, її інтернаціоналізація зумовлюють необхідність розробки організаційно-економічних основ формування інтегрованих форм бізнесу.

The article explores the current state and problems of Intercorporate relations in Ukraine and proved that the present state of the economy, its internationalization determine the need for organizational and economic foundations of the integrated forms of business.

Постановка проблеми. В умовах відкритої економіки в українських підприємств з'являється можливість стати учасниками міжнародних об'єднань і тим самим покращити свої позиції на внутрішньому та зовнішньому ринках і, одночасно, зміцнити міжкорпоративні відносини. Але для надання потрібної динаміки цьому процесу необхідний принципово новий стратегічний підхід до вибору цілей і напрямів розвитку, визначенню галузей спеціалізації, а також систематична робота, що полягає не стільки у вирішенні досить розпливчатої задачі загальної модернізації економіки, скільки у формуванні конкретних ключових компетенцій і динамічних можливостей у вітчизняних підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні і практичні аспекти інтеграційних процесів в агропромисловому виробництві знаходяться під неухильною увагою багатьох закордонних і вітчизняних вчених. Науковими працями, присвяченими дослідженню цієї проблеми, відомі: В. Г. Андрійчук, Ю. А. Борков, С. Ю. Вайнштейн, О. Вільямсон, С. Дж. Вінтер, М. Ю. Коденська, Д. Ф. Крисанов, І. Лукінов, В. З. Мазлоєв, О. В. Мазуренко, П. М. Макаренко, М. Й. Малік, Л. О. Мармуль, Ю. О. Нестерчук, В. Н. Парсяк, О. А. Родіонова, П. Т. Саблук, В. П. Ситник, І. Г. Ушачов, Л. І. Федулова, Г. В. Черевко, К. С. Шапошников, М. Д. Янків, В. М. Яценко й інші.

Більшість із зазначених вчених погоджується у тому, що у своєму становленні інтегровані структури мають пройти тернистий шлях від пошуку найбільш ефективних форм організації бізнесу до соціально-економічного розвитку села. Проте, недивлячись на зростаючу кількість наукових публікацій, міжкорпоративні відносини, які у більшості випадків складаються між підприємствами АПК сьогодні характеризуються опортунізмом та тяжінням до рейдерства, що викликано невідповідністю інституціонального середовища національної економіки та організаційної культури відповідних підприємств сучасним тенденціям переходу бізнесу із функціонування у вигляді пірамідальних структур до функціонування у вигляді мереж. Така ситуація свідчить про недостатнє наукове вивчення даних проблем.

Постановка завдання. Дослідження сучасного стану і проблем розвитку міжкорпоративних відносин в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Безумовно, вагомий вплив у цій сфері здійснює державна політика. Офіційний сайт Міністерства аграрної політики України містить інформацію про те, що Міжурядовою Радою з питань АПК СНД було підготовлено, а пізніше затверджено в установленому порядку документ щодо «Основних напрямків створення і функціонування ринку зерна СНД». Основні цілі програми – створення сприятливих умов для розвитку взаємовигідної торгівлі зерном і продукцією його переробки між державами-учасниками СНД (і, безумовно, між відповідними економічними агентами країн СНД), сприяння зростанню виробництва зерна, формуванню необхідних резервів для забезпечення продовольчої безпеки кожної держави і Співдружності в цілому.

Рішенням Міжурядової ради з питань АПК СНД Міністерству аграрної політики України доручена розробка проекту програми «Основні напрями створення і функціонування ринку цукру СНД на період до 2012 року». Робота по вказаному напрямку була продовжена в рамках реалізації «Стратегії економічного розвитку СНД на період до 2020 року», що передбачає активізацію роботи держав-учасниць СНД по формуванню спільного аграрного ринку, включаючи послідовну інтеграцію ринку цукру і плодоовочевої продукції.

На виконання рішення Міжурядової ради з питань АПК СНД від 4 грудня 2008 року Республікою Білорусь було розроблено і направлено урядам держав-учасниць СНД на опрацювання проект «Основних напрямків створення і функціонування ринку м'ясо-молочної продукції держав учасниць СНД». 29-30 липня 2009 року було проведено засідання Робочої групи експертів з доопрацювання проекту «Основних напрямків створення та функціонування ринку м'ясо-молочної продукції держав-учасниць СНД». Основним завданням Робочої групи було обговорити зауваження та пропозиції міністерств сільського господарства держав-учасниць СНД до проекту основних напрямків та підготувати його до розгляду на черговому засіданні Міжурядової ради з питань АПК СНД 26 листопада 2009 року, м. Ашгабат. Згаданий проект було погоджено Економічною радою СНД 17 вересня 2010 року та внесено на розгляд під час проведення Ради глав урядів.

26 січня 2010 року відбулося засідання Робочої групи по внесенню змін до Правил визначення країни походження товарів. Під час його проведення було узгоджено пропозиції, які згодом було внесено до додатків Угоди про правила визначення країни походження товарів в СНД. 20 листопада 2009 році в рамках засідання Голів урядів у м. Ялта було підписано Угоду про Правила визначення країни походження товарів в СНД, що виводить режим вільної торгівлі в СНД на якісно новий ступінь.

Останнє засідання Робочої групи по внесенню змін до Правил визначення країни походження товарів відбулось 8-9 квітня 2010 року. Під час обговорення Сторонами повністю узгоджені пропозиції за товарними позиціями «0206» (харчові субпродукти великої рогатої худоби, свиней, овець, кіз, коней, мулів чи віслюків, свіжі, охолоджені чи морожені). Але українською стороною не підтримано пропозицію Російської Федерації стосовно виключення з Переліку товарних позицій «із 1507-1515» (олії рослинні рафіновані,

фракції рослинних олій нерафінованих або рафінованих, але без зміни складу) та доповнення Переліку товарними позиціями «1516» (жири масла або рослинні та їх фракції, повністю або частково гідрогенізовані, переетерфіковані, реетерфіковані або елаїдинізовані, нерафіновані або рафіновані, але такі, що підлягають подальшій обробці), «1517» (маргарин; придатні для вживання в їжу суміші або готові продукти з тваринних або рослинних жирів або масел або фракцій різних жирів або масел даної групи, крім харчових жирів або масел або їх фракцій товарної позиції 1516). Питання про внесення змін до «Правил визначення країни походження товарів по коду ТН ЗЕД 0206 «Пищевые субпродукты крупного рогатого скота, свиней, овец, коз, лошадей, ослов, мулов или лошаков, свежие, охлаждённые или замороженные» планувалося вирішити під час проведення 10 листопада 2010 року 48-го засідання Економічної ради СНД.

Наведені дані свідчать про розуміння урядами країн-учасниць СНД необхідності поживлення співробітництва у АПК. Проте, ця офіційна інформація не містить вичерпних даних про стимулювання розвитку саме міжкорпоративних відносин, а саме вони сьогодні перетворюються на провідний чинник інтеграційного економічного розвитку. При цьому особливо вагомим цей чинник є у розвитку тих галузей, у яких успішно діють транснаціональні та міжнаціональні корпорації.

Венчурний капітал в Україні перебуває на початковій стадії розвитку і його роль у фінансовій системі незначна. Низька активність венчурних фондів пов'язана з низкою причин: триває реструктуризація економіки; простежується нерозуміння сутності венчурного капіталу не лише серед підприємців, а й банківських спеціалістів і консалтингових фірм; брак прозорості й відкритості у бізнесі та інформації; нерозвиненість інфраструктури венчурного капіталу; відсутність спеціалістів з управління венчурними фондами; відсутність податкових пільг для венчурних інвестицій.

Врешті-решт розвиток венчурного бізнесу в Україні потребує істотного удосконалення законодавчої бази, захисту й підтримки з боку держави. Усунення більшості наявних перешкод на шляху венчурного капіталу створить у подальшому сприятливі умови для його розвитку в Україні.

Станом на 30.06.11 р. всього в Україні зареєстровано 651 інститут спільного інвестування, з них венчурних пайових – 486 (74,65%), а венчурних корпоративних – 35 (5,38%). Сукупний обсяг активів венчурних фондів досяг 21 430,38 млн. грн. і за останні три роки зріс на 35,88% (за даними Української асоціації інвестиційного бізнесу). Аналогічно венчурні фонди превалюють і в структурі зареєстрованої емісії – 87%. Основними об'єктами вкладень вітчизняних венчурів є цінні папери та боргові зобов'язання афілійованих осіб, будівництво житла, офісів, об'єктів торгівлі, операції з нерухомістю, пряме фінансування в об'єкти “своїх” інвесторів [1].

Ми погоджуємось з тим, що відмінностями українського ринку венчурного інвестування є [3]: основними сферами вкладення венчурного капіталу є будівництво, переробка сільгосппродукції, харчова промисловість, роздрібна торгівля; практично немає стартових вкладень і вкладень в інновації, в Україні це перева-

жно інвестиції в розвиток компаній; учасниками фондів можуть бути тільки юридичні особи (ні приватні особи, ні пенсійні фонди, ні страхові компанії).

Тому для успішного розвитку венчурного капіталу в Україні, на нашу думку, необхідно: вчасно, різносторонньо й ефективно надавати державну підтримку; звернути увагу на деякі особливості в законодавчому забезпеченні діяльності венчурного підприємництва; сприяти підвищенню прозорості венчурних фондів; створити інфраструктурну мережу на базі консалтингових фірм; сприяти розвитку фінансових інститутів і ринків, зокрема фондового.

В Україні з'являються фірми, що використовують бенчмаркінг, але поки їх можна перелічити на пальцях. Сьогодні бенчмаркінг – це альтернативний метод стратегічного планування, у якому завдання визначаються не від досягнутого, а на основі аналізу показників конкурентів. Технологія бенчмаркінгу стягує в єдину систему розроблення стратегії, галузевий аналіз і аналіз конкурентів. Практика показує, що грамотне використання досвіду конкурентів і успішних компаній дозволяє скоротити витрати, підвищити прибуток і оптимізувати вибір стратегії діяльності організації, що дуже важливо для підприємств, які працюють в умовах економічної кризи.

Основними причинами, що гальмують розвиток бенчмаркінгу в Україні і знижують ефективність його функціонування, на нашу думку, слід вважати: економічну та правову нестабільність в країні, непрозорість середовища функціонування підприємств, недоступність відкритої інформації для порівняння й обміну досвідом, нерозвиненість інфраструктури бенчмаркінгу в Україні, превентивна закритість компаній і власний комплекс «засекреченості», існуючі системи фінансового обліку компанії й оподатковування не завжди дозволяють отримати реальні дані за тими або іншими показниками, відсутність «клубів» для пошуку партнерів з бенчмаркінгу; відсутність програм бенчмаркінгу, які фінансуються державою.

Важлива і, напевно, на даний момент основна причина невикористання потенціалу бенчмаркінга як ефективного інструменту корпоративного управління і розвитку міжкорпоративних відносин – це погане уявлення про нього чи повне незнання його методів. Застосування бенчмаркінгу в антикризовому управлінні нам дозволяє визначити такі перспективи:

- створення конкурентної переваги за рахунок використання постулату «не копіюйте, а створюйте». Підприємству не слід копіювати підходи, прийняті іншими компаніями, оскільки вони можуть не відповідати її діловому середовищу, продукції, ринку або культурі;
- рішення і підходи мають бути спрямовані у майбутнє;
- об'єктом для еталонного зіставлення мають бути показники, що корелюють з ключовими чинниками успіху в конкурентній боротьбі;
- бенчмаркінг – це процес, що приносить користь, але він вимагає правильного застосування.

Галузь консалтингових послуг в Україні також є відносно молодого, але достатньо перспективною. У 1992 р. була створена асоціація консалтингових фірм «Укрконсалтинг» з метою об'єднання консультантів для забезпечення процесів масової приватизації. Після завершення становлення українські

консалтингові компанії розширили спектр своїх філій у всіх великих містах України. В Україні існує безліч компаній, що надають послуги в певних напрямках консалтингу: інвестиційному, управлінському, ІТ-консалтингу, кадровому, юридичному тощо, але говорити про завершення формування ринку консалтингових послуг передчасно. Оцінити його насиченість також достатньо проблематично. Але в цілому ринок консалтингу України можна охарактеризувати як такий, що швидко розвивається [2].

Сьогодні спостерігається зростання кількості клієнтів консалтингових послуг в Україні. Це зумовлено частково і тим фактором, що європейські консалтингові компанії починають виходити на український ринок, пропонуючи інноваційні рішення. Така ситуація спонукає український консалтинговий бізнес розвиватися швидше, обирати свої пріоритети, вміло залучати європейський досвід для власної економіки й шукати свою нішу на ринку консалтингових послуг [4].

Загалом, в світі, як і в Україні, ринок консалтингових послуг чітко сегментований, і конкуренція між продавцями консалтингових продуктів, в основному, ведеться усередині свого сегмента. Сучасний розвиток консалтингового бізнесу показав, що невеликі консультаційні фірми не суперничають із провідними компаніями, які здійснюють фінансовий менеджмент, маркетинг, управління персоналом, зовнішньоекономічну діяльність тощо, даючи їм тим самим можливість мати переваги у боротьбі за клієнта.

Оскільки багато традиційних ринків аутсорсингу, таких як Індія та південно-східна Азія, вже перенасичені, досліджуються нові альтернативні варіанти в інших частинах світу, і Україна є потужним претендентом у цьому сегменті. Сьогодні, наша країна також входить до першої десятки країн-постачальників послуг аутсорсингу. У цій сфері задіяно більш ніж 20 тис. вітчизняних фахівців, більшість із яких – висококваліфікований персонал із вищою освітою.

Основною передумовою розвитку аутсорсингу ми вважаємо освіту, бо в Україні є багато вищих навчальних закладів, які спеціалізуються на навчанні студентів точним наукам. Українські ІТ-спеціалісти сертифіковані, і це є сильним мотиватором для іноземних компаній. За даними дослідження кваліфікацій спеціалістів у світі, яке у 2008 проводила компанія Brainbench (лідер онлайн сертифікацій), Україна зайняла 4-те місце за кількістю отриманих українцями сертифікатів у сфері ІТ-технологій [5]. Україна має високий показник освіченості, що становить 99,6%, а також спеціалісти цієї ніші мають хороші знання англійської мови. Оскільки рівень життя в Україні нижчий, ніж у Західній Європі, очікування щодо зарплати є меншими. Також Україна займає вигідну позицію по відношенню до решти світу у плані логістики, тобто знаходиться лише за кілька годин перельоту від більшості столиць Європи. Рівень «відтоку мізків» з України досить низький, оскільки Україна не є членом ЄС, і тому рівень мобільності робочої сили країни не є високим, а процес еміграції в інші країни є дуже довготривалим та складним.

На сьогодні найбільшою зоною росту аутсорсингу залишаються софт-проекти дрібного і середнього рівня. Незалежно, чи це Львів чи Харків, Оде-

са, Дніпропетровськ - нижчий рівень заробітної плати, кваліфіковані працівники та наближеність до потенційних клієнтів роблять цей бізнес привабливим для іноземних інвесторів.

Одним із ринків, який Україні потрібно захопити – це дослідження, розвиток та підтримка мережі CDMA, оскільки на сьогодні лише Польща, Україна та Румунія мають необхідні знання та кваліфікацію, щоб підтримувати CDMA технології. Місцеві українські ІТ-компанії можуть використовувати свої кваліфікаційні знання, щоб обслуговувати потужний 200 мільйонний ринок абонентів CDMA у Сполучених Штатах та Західній Європі. Одна з українських компаній, яка продає послуги CDMA, вже зробила для цього певні кроки – запустила веб-сайт, який призначений для того, щоб залучити іноземних інвесторів та клієнтів.

Ще один важливий сектор ринку, який Україна повинна охопити – це інтегроване системне програмування, технологія якого застосовується в основному у АПК, ПК, телекомунікаціях, та у сферах медицини і автоматизації. На сьогодні вартість цього ринку перевищує 80 млрд. доларів, і Україна з її сильним потенціалом у сфері інженерії та електроніки має всі передумови влитися в цей величезний світовий ринок.

Отже, наша країна має всі підстави для нарощування потенціалу в аутсорсингу та підвищення свого статусу як країни-експортера високотехнічних послуг, незважаючи на те, що в очах багатьох людей Європи та світу, Україна залишається зоною ризику в умовах фінансової нестабільності. Передумовою формування віртуальних організацій є процес розпаду вертикальної раціональної бюрократичної моделі, що характерна для великих компаній в умовах стандартизованого масового виробництва та олігополістичних ринків, який стає на сьогоднішній час тенденційним явищем в економіці.

Сьогодні в бізнесі паралельно з реальним середовищем, в якому функціонує підприємство, створюється віртуальний світ. Проводиться цикл експериментальних досліджень, які пов'язані з імітаційним моделюванням життєвого циклу самого підприємства, його продукції та дій на ринку. Віртуалізація, як інноваційна форма забезпечення конкурентоспроможності на ринку, революційно вривається в бізнес, подібно концепціям «точного часу», «управління клієнтами». Основною метою створення віртуальних партнерів є взаємовигідність та отримання прибутку шляхом максимального задоволення потреб споживачів в інноваційних товарах (послугах) та потенційних конкурентів.

Вагомими причинами розвитку в Україні віртуальних підприємств, на нашу думку, є: гнучкість у виборі робочої сили (компанії-виконавці кожної функції можуть бути замінені більш кращими без особливих обмежень); легкість переходу на нову продукцію (модульна організація може змінити свою структуру); можливості для невеликих підприємств виходити на міжнародні ринки (і в якості брендів, і в якості підрядчиків). Завдяки своїй здатності створювати та експлуатувати більш новаторські і цілеспрямовані служби за менших капіталовкладень у більш стислі терміни і зі значно меншим фінансовим ризиком вони складуть серйозну конкуренцію великим традиційним корпораціям.

На сьогодні найбільші галузеві підприємства України готові до впровадження систем електронного бізнесу. Але невирішеними залишається цілий

ряд проблем: незадовільність телекомунікаційної інфраструктури України (необхідність широкополосних каналів зв'язку для організації телеконференцій в віртуальних організаціях); відсутність відповідної законодавчої бази (зокрема, закону про електронний цифровий підпис); нерозвиненість електронних платіжних систем.

Створення віртуальних підприємств і тим самим розширення мережі електронного бізнесу є інноваційною концепцією. Однак, процес становлення сітьових структур характеризується значним відставанням фундаментальних наукових досліджень від практичного досвіду. Такі структури існують в зарубіжній практиці, проте створення та робота віртуальних підприємств на Україні, чи за участю вітчизняних товаровиробників, потребує вирішення не лише виробничих питань, а й філософських, психологічних, соціальних, правових та інших аспектів розвитку суспільства. Таким чином, можливість існування підприємства у віртуальному просторі на сьогоднішній день не є неможливою, оскільки вірталізуються банки, навчальні заклади, біржі, консультаційні агенції тощо. І якщо поєднати необхідні компоненти науково-технічної інфраструктури в одному віртуальному полі, можна реалізувати міжнародну науково-технічну кооперацію у віртуальному середовищі, що вплине на підвищення інноваційної активності малих і середніх інноваційних підприємств. Таким чином, дана ситуація призведе до підвищення рівня інвестиційної привабливості окремих найбільш інноваційно активних регіонів, надасть стимули розвитку механізму регулювання партнерських відносин не лише всередині країни, а й за її межами, що вплине на показники зовнішньоекономічної діяльності підприємств, регіонів та країни в цілому позитивно.

Висновки. Підсумовуючи вищевикладене, відмітимо, що сучасний стан економіки, її інтернаціоналізація зумовлюють необхідність розробки організаційно – економічних основ формування інтегрованих форм бізнесу. Сучасні форми організації бізнесу сприяють оперативному розширенню ринку збуту своєї продукції та послуг; при розробці стратегій розвитку підприємства більше уваги приділяється споживачам, що призводить до формування засад клієнт – орієнтованого ділового співробітництва; активізує діяльність підприємств, а це потребує необхідних розробок і обґрунтування принципів та культури взаємовідносин, розподілу функцій управління між партнерам, інформаційного забезпечення всього процесу спільної діяльності.

Література:

1. Валентинов В. Л. Регулювання міжгалузевих відносин як складова інституційного розвитку АПК / В.Л. Валентинов // Економіка АПК. – 2004. – № 11. – С. 48–50.
2. Джупина Ю.І Вертикальна інтеграція на кооперативних засадах: доцільність і перспективи в сільському господарстві/ Ю.І. Джупина // Економіка АПК. – 2004. – № 12.– С. 123–126.
3. Захарчук О. В. Міжгалужева інтеграція підприємств в зернопродуктовому під комплексі / О. В. Захарчук // Економіка АПК. – 2002. – № 5. – С. 106–109.
4. Макаренко П.М. Економічні відносини в інтегрованих формуваннях у сфері переробки та реалізації молочної продукції /П.М. Макаренко, В.І. Пілявський // Агро світ. – 2011. – №6. – С. 13–17.
5. Мармуль Л.О. Розвиток інтеграції та кооперації в аграрному секторі економіки / Л.О. Мармуль // Актуальні проблеми розвитку кооперації в ринкових умовах. – Херсон : Айлант. – 2008. – С. 32–38.