

**КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**«УПРАВЛЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ»**

Тема 1. Конкуренция в системе рыночной экономики

1.1 Экономическая сущность, функции и методы конкуренции.

1.2 Типы конкурентной среды.

1.3 Оценка рыночной части и интенсивности конкуренции.

1.1 Экономическая сущность, функции и методы конкуренции

Ученые придерживаются одной из трех трактовок конкуренции: поведенческой, структурной, функциональной.

Поведенческая трактовка – это понимание конкуренции как борьбы за деньги потребителей путем удовлетворения их потребностей.

Структурная трактовка – анализ структуры рынка для определения степени свободы продавца и покупателя на рынке, а также способа выхода на него.

Функциональная трактовка – это соперничество старого с новым.

Наиболее типовые толкования понятия конкуренции

- соревнование на рынке в условиях отсутствия монополии;
- соперничество между двумя или несколькими экономическими субъектами хозяйственной деятельности с целью получения высшего результата от своей коммерческой деятельности;
- это вид экономической борьбы, где победу получает более изобретательный, умный и сильный соперник;
- соперничество среди участников рынка за лучшие условия производства и реализации продукции.

Исходя из выше приведенного, Конкуренция — **один** из важнейших элементов рыночного механизма. Именно конкуренции принадлежит роль координации действий независимых экономических субъектов в рыночной экономической системе через систему цен, спрос и предложение.

*Конкуренция, прежде всего, предусматривает наличие **объекта и субъектов** конкуренции.*

В международном аспекте **субъектами** мирового рынка выступают: государства, регионы (региональные группировки), отрасли, предприятия, транснациональные корпорации.

Объектом конкуренции *субъектов рынка* являются экономические блага — товары и услуги (их цены, качество и тому подобное).

Формы конкуренции:

1) предметная — конкуренция между товарами одной ассортиментной группы, между аналогичными объектами, которые удовлетворяют ту же потребность;

2) функциональная — конкуренция между товарами (объектами) — заменителями.

Конкуренция охватывает микро-, мезо-, макро- и мегауровни экономической системы.

Микроуровень конкуренции (внутриотраслевая конкуренция) — это конкуренция между предприятиями одной отрасли. Ее результатом является формирование средней цены производства в целом по отрасли.

Мезоуровень конкуренции (межотраслевая конкуренция) — это конкуренция между предприятиями разных отраслей. Объектом мезоуровневой конкуренции являются не взаимозаменяемые товары и услуги. Ее результатом является установление средней нормы прибыли в экономике в целом.

Макро- и мегауровни конкуренции охватывают конкуренцию (соперничество) стран и региональных группировок за создание лучших условий для бизнеса и повышения качества жизни их населения.

Международная конкуренция — явление международной экономической среды, которая возникает в результате развития и интенсификации международного экономического обмена и формирования мирового рынка.

Как явление международных экономических отношений международная конкуренция — это форма соперничества субъектов мирового рынка, который возникает в процессе их взаимодействия и направленная на достижение целей их международной экономической деятельности.

Как процесс международная конкуренция является проявлением специфического (трансграничного) вида взаимодействия субъектов мирового рынка, который характеризуется определенной структурой и техникой, последствиями и результатами, а также определенными условиями и правилами его ведения.

Главным условием возникновения международной конкуренции как явления и как процессу есть наличие у субъекта такого уровня конкурентных преимуществ, который через де-факто ведет к признанию его в этом качестве другими субъектами, которые раньше определили и распределили между собой свои позиции и роли в мировых хозяйственных процессах.

Специфические особенности международной конкуренции как процесса предопределяются, прежде всего, тем, что реализация конкурентных преимуществ даже наивысшего ранга в международной среде осуществляется далеко не по принципам и постулатам классических теорий международной торговли, а на основе более сложного стратегического поведения субъектов мирового рынка.

Важнейшей особенностью международной конкуренции является ее специфическое экономическое, законодательное и политическое поле конкуренции, а также его социокультурный фон, которые существенно отличают его от внутренних рынков стран.

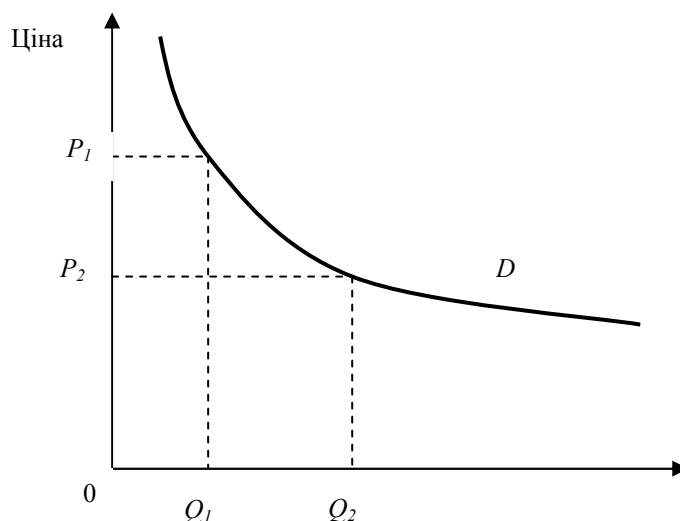
Современный мировой рынок, несмотря на насыщенность нормами и правилами поведения на нем экономических субъектов, формирования международных регулятивных механизмов и институций, качественно и количественно отличается от внутренних национальных рынков, правовое функционирование которых имеет законодательный характер.

Законов функционирования и регулирования мирового рынка не существует вообще: международное право имеет прецедентный и согласительный, но не законодательный характер.

По виду конкурентной борьбы конкуренция носит **ценовой** и **неценовой** характер.

Ценовая конкуренция — это вид конкурентной борьбы, которая ведется с помощью цен, и проявляется прежде всего в их снижении с целью стимулирования спроса.

Графически это показывает движение по кривой спроса D (рис.3). Компания, которая реализует OQ_1 товаров по цене P_1 может увеличить сбыт к OQ_2 изделий, снизив цену к уровню P_2 .



Ценовую конкуренцию может начать лидер или доминирующая в отрасли фирма с целью подавления экономической активности конкурентов. Но ее может инициировать и более мелкое предприятие, которое бросает вызов другим производителям как шанс выжить в конкурентной борьбе.

Основными приемами ценовой конкуренции является:

1) **«ценовая война»** путем ощутимого снижения цен на свои товары отдельной фирмой. В этом случае конкуренты, которые не могут снизить цену из-за высоких расходов производства, терпят убытки, нередко разоряются и уходят из отрасли. Потом цены поднимаются снова, и инициатор «войны» компенсирует расходы, связанные с вытеснением конкурентов.

Однако если конкуренты могут предпринять в ответ определенные шаги, ценовая война оказывается малоэффективной. Более того, фирма может попасть в так называемую «мертвую петлю» — процесс стремительного падения компании, которая вошла в текущий круг неудач.

2) **«сдерживание цен»**. Этот прием эффективен в условиях инфляции. Однако воспользоваться им могут не все.

3) **«маневрирование ценами»** путем предоставления разных скидок, тайного снижения цен, установления одинаковых цен или максимального уравнивания цен на товары разного качества.

Наибольшее распространение среди этих мероприятий получило установление цен со скидками.

Отметим, что использование скидок оправдано только относительно товаров с эластичным спросом. Тогда низкие цены обуславливают такое увеличение спроса, при котором прибыль фирмы, получаемая от реализации большего количества товаров, не только не уменьшается, но и растет;

4) **«ценовой прорыв»** - метод, который означает проникновение на рынок с принципиально новой продукцией. Он допускает установление начальной цены на продукцию фирмы ниже уровня рыночных цен (в среднем на 30—50 %) при высоком качестве продукции с целью привлечения массового покупателя и увеличения доли фирмы на рынке.

Стратегия эффективна, если существует значительный потребительский рынок, спрос покупателей достаточно эластичен, а «цена внедрения» ниже уровня расходов производства основных конкурентов, что не позволяет им быстро и существенно снизить свои цены.

Вместе с тем следует помнить о неминуемых расходах и пределах ценовой конкуренции:

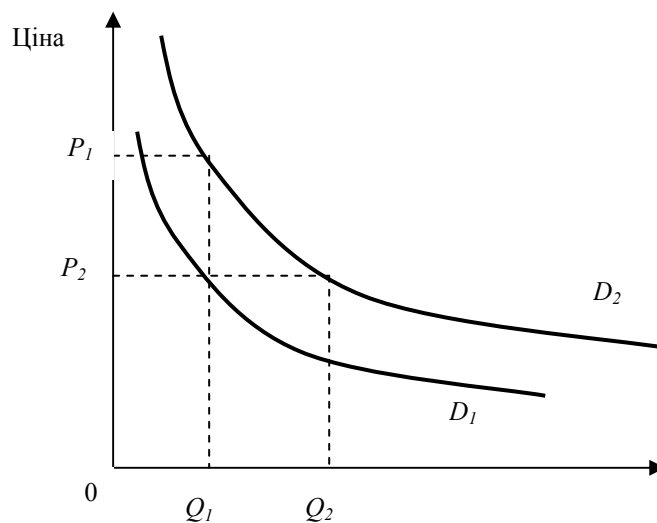
во-первых, понижение цены ведет к уменьшению прибыли, причем снижение последней идет тем сильнее, чем больше падают цены;

во-вторых, постоянное манипулирование ценами взрывает финансовую стабильность фирмы, осложняет планирование ее деятельности и весь цикл менеджмента;

в-третьих, ценовая конкуренция в большинстве стран ограничена законодательством; снижение цен не должно доходить до уровня демпинга.

Неценовая конкуренция базируется на выделении отдельных товаров из ряда товаров-конкурентов и придании им уникальных, отличительных для покупателя свойств. Для этого производители прибегают к улучшению качества своей продукции, выпуска новых изделий, предоставления широкого круга дополнительных услуг, организации после продажного обслуживания клиентов, активной рекламной кампании и других методов. В результате удается увеличить сбыт при данной цене или продавать первичное количество товаров по высшей цене.

Графически это показывают сдвиги кривой спроса D , (на продукцию без отличительных особенностей) к состоянию D_2 (на продукцию с отличительными особенностями). Причем по прежней цене P_1 фирма может реализовать уже не OQ_1 , а OQ_2 товаров, но она может продавать и прежнее количество OQ_1 товаров по высшей цене P_2 (рис.).



Особенной разновидностью неценовой конкуренции является конкуренция, **основанная на времени**. Ее концепция, *предложенная консалтинговой «группой Бостона»*, заключается в том, чтобы превратить в фактор конкурентного преимущества время от зарождения идеи продукта к началу его поставок клиентам.

Дело и в том, что время, которое тратится фирмой на выполнение заказа клиента (производительное время), определяет не только величину расходов компании, но и служит лакмусовой бумажкой того, насколько внимательные ее сотрудники к клиентам. Концентрация усилий компании на сокращении времени выполнения заказов позволяет снижать расходы и улучшать сервис одновременно.

Дж. Сток и Т. Хаут открыли правило «от 0,05 до 5», которое свидетельствует: для большинства продуктов только от 0,05 до 5% всего времени является «производительным», что увеличивает ценность продукта. Больше 95% времени, когда продукт в той или другой форме проводит в производящей его компании, теряется даром. Устранив потери, - время выхода продукции на рынок можно сократить в 20—200 раз. Время выхода продукции на рынок должно сопоставляться с аналогичными показателями конкурентов. Значение конкуренции — опередить соперников в этой гонке.

Не меньшую актуальность имеет и **конкуренция, основанная на времени потребления товара**. Она вытекает из распределения товаров на такие товары, которые способны сохранять личное время покупателей. *Например, потребителями личного времени является: пересмотр телепередач, рыбалка, занятие спортом, то есть все, что относится к досугу. Приобретение таких товаров и услуг зависит от распределения свободного времени конкретным потребителем. Причем оплачиваемое таким образом время обычно увеличивается по мере роста заработного труда и уровня жизни покупателей.*

Товарами, которые сохраняют время, чаще всего являются услуги: уборка дома, отложенная «на потом»; обеды в ресторанах быстрого обслуживания; покупка еды, которую можно брать с собой и употреблять дома или на улице; покупки в небольших магазинах, на АЗС и т. п.; приготовление еды из замороженных готовых продуктов; осуществление покупок по почте, по телефону, через Internet; наем работников для ухода за

домом; приобретение таких товаров длительного пользования, как посудомоечные машины или печи СВЧ.

В отдельных случаях применяется двойное использование времени, или *полихрония* — сочетание разных видов деятельности. Учитывая это, много продуктов позиционируются именно как те, которые позволяют выполнять несколько дел одновременно.

Некоторые производители товаров и услуг постоянно ориентируются на «цену времени»:

создавая товары, которые уменьшают цену времени;

удобно располагая свои торговые предприятия или предоставляя информацию о том, как лучше к ним добраться;

предлагая быструю доставку товару.

Ценовая и неценовая конкуренция не является антиподами друг другу, их механизмы могут совмещаться и приносить дополнительные выгоды производителям.

1.2 Типы конкурентной среды.

Форма конкурентной борьбы зависит от характера конкурентной ситуации на рынке, который обуславливает степень взаимозависимости конкурентов и результаты их хозяйственной деятельности.

За обычаем различают четыре основных рыночных структуры:

- 1) совершенная (чистая, полная) конкуренция;
- 2) монополистическая (несовершенная) конкуренция;
- 3) олигополия;
- 4) монополия.

Рассмотрим их детально, обращая внимание на особенности поведения конкурентов в отдельно взятой ситуации.

В условиях **совершенной (чистой, полной)** конкуренции на рынке насчитывается большое количество независимых продавцов и покупателей. При

этом продавцы предлагают стандартную (однородную), полностью взаимозаменяемую без отличительных характеристик продукцию, одного вида и одного качества.

Поскольку же фирм-продавцов много, то доля каждой на рынке незначительная и ни одна из фирм не может диктовать свои условия и цену потребителю, равно как и влиять на решение других участников рынка.

Цена устанавливается самим рынком, в зависимости от соотношения спроса и предложения, а фирма принимает эту рыночную цену.

При чистой конкуренции нет никаких серьезных препятствий относительно перемещения ресурсов из отрасли в отрасль. Новые фирмы могут свободно проникать в отрасль, а уже существующие фирмы свободно ее покидать, поскольку отсутствуют законодательные, технологические и финансовые барьеры. Иначе говоря, конкуренция протекает в чистом виде.

Чистая конкуренция наиболее благоприятна для общества и потребителей, поскольку в этом случае производство продукции осуществляется самым экономным способом при ценовой конкуренции производителей. Именно продажей товаров по низким ценам последние стремятся привлечь к себе потребителей, создавая одновременно надежную деловую репутацию в долгосрочной перспективе, при этом интерес фирмы заключается в том, чтобы уменьшить степень однородности и заменяемости, избавиться обезличенности чистой конкуренции.

При монополистической конкуренции в отрасли и на рынке существует относительно большое число самостоятельно хозяйничающих фирм-производителей. Основу монополии создает дифференциация товара, то есть те отличительные преимущества, благодаря которым отдельная группа покупателей отдает свое предпочтение именно данному товару. Производство дифференцированных продуктов позволяет отдельно взятой фирме контролировать цену на свою продукцию. При этом степень контроля над ценами прямо зависит от степени дифференциации продукта. Дифференциация товара требует значительных финансовых средств, чем создает экономические барьеры для вступления в отрасль новых фирм. Дополнительным препятствием для проникновения в среду монополистической конкуренции часто является также владение фирмами-

производителями патентами на свою продукцию и авторскими правами (товарным знаком), которые охраняются законодательством.

Однако фирмы, действующие в условиях монополистической конкуренции, нередко прибегают и к ценовой конкуренции, в частности к скрытой ценовой конкуренции. Для этого используется такой критерий конкурентоспособности, как цена потребления, то есть расходы покупателя не только на покупку товара (цена товара), но и на его последующее потребление и эксплуатацию. Цена потребления, таким образом, значительно выше продажной цены товара, а по отдельным наименованиям продукции может превышать ее в несколько раз.

Олигополия, или «продажа немногими», относится к отрасли и рынкам с ограниченным числом крупных продавцов, которые концентрируют в своих руках предложение какого-либо товара. Обобщенное правило заключается в следующем: олигополия возникает и существует тогда, когда число фирм в отрасли и на рынке настолько мало, что каждая, из них, осуществляя какие-либо изменения в своей ценовой и другой хозяйственной практике, вынужденная принимать во внимание реакцию со стороны конкурентов, то есть зависит от них.

Допустимо, что в отрасли пять фирм, и каждая владеет приблизительно 20 % рынку некоторого продукта. Если одна из фирм уценит на свой товар, то рыночный спрос повысится на эту продукцию, которая немедленно отобразится на других фирмах. Последние должны будут принять меры пресечений — также снизить цены, причем возможно, еще более ощутимо, чем это сделала первая фирма, то есть, в сущности, начать ценовую войну. Однако, понимая, что в выигрыше никто из конкурентов не останется, ни одна из фирм в олигополистичной отрасли на деле не меняет свою ценовую политику, не спрогнозировав действий конкурентов в ответ .

В условиях олигополии фирмы производят как однородные, так и дифференцированные товары. В этом случае большие фирмы с абсолютно однородной продукцией в базовых отраслях образуют **олигополию первого вида, или недифференцированную олигополию.** В то же время производство многих потребительских товаров (автомобили, моющие средства, бытовые приборы, швейные изделия и др.) является дифференцированным, а потому большие фирмы, в данном случае

образуют **олигополию второго вида**, или дифференцированную олигополию.

Чистая (абсолютная) монополия (от греч. «монос» — один, «полео» — продаю) — это отрасль, которую представляет только один производитель. Продукт уникален, не имеет близких заменителей и не требует значительных денежных средств на свою рекламу и продвижение. У покупателя нет альтернативы: нужно или покупать продукцию у монополиста, или не покупать вообще. В отличие от других рыночных структур и конкурентных ситуаций монополия полностью контролирует цену на свою продукцию, будучи «Price maker» — «поставщиком цены», которая «делает цену на рынке. Одновременно она контролирует и общий объем производства и предложения.

Такая ситуация содержится с помощью весьма серьезных барьеров для вступления в отрасль, которые полностью блокируют всю потенциальную конкуренцию.

Тема 2 Конкурентоспособность товаров и услуг на мировом рынке

2.1 Понятие конкурентоспособности и конкурентных преимуществ товара (услуги)

2.2 Методы оценивания конкурентоспособности товара (услуги).

2.1 Понятие конкурентоспособности и конкурентных преимуществ товара (услуги)

В общем виде, «конкурентоспособность» можно определить как способность достичь наилучших результатов в конкретной сфере деятельности в процессе соперничества. *Важнейшее значение в данном определении имеет аспект рыночного соперничества, потому что именно он образует принципы определения понятия „конкурентоспособность“.*

В экономической сфере соперничество приобретает форму экономического соревнования субъектов ведения хозяйства. Поэтому для данной сферы оценки и анализа конкурентоспособности она трактуется как владение свойствами, которые формируют преимущества для субъекта экономического соревнования. При этом главный предмет экономического соперничества заключается в борьбе за потребителя и ресурсы.

Понятие конкурентоспособности, критерии ее оценки не стандартизированы - чаще это понятие касается товара [], но отождествление понятий конкурентоспособности товара и предприятия не является корректным. Поэтому следует отметить, что понятие „конкурентоспособность“ распространяется не только на продукцию, но и на предприятия, отрасли, страны.

Конкурентоспособность товара является условием конкурентоспособности предприятия, поскольку последнее не может быть конкурентоспособным если его продукция не имеет сбыт.

Да, Ю.Иванов отмечает: „ во-первых, под конкурентоспособностью понимают степень соответствия конкретного товара в каждый данный момент времени требованиям выбранного рынка по техническим экономическим и вторым характеристикам. Во-вторых это комплекс факторов, отражающих как технико-экономические характеристики продукции, так и условия их реализации. В-третьих, под конкурентоспособностью товара понимается комплекс потребительских и стоимостных характеристик, в связи с которыми происходит распределение спроса между теми или иными обращающимися на рынке товарами. Уровень конкурентоспособности товара определяется в конечном итоге покупателем, который, приобретая продукцию, признает ее соответствие своим потребностям” [].

Конкурентоспособность продукции определяется ее техническими, качественными, эргономичными и другими характеристиками, которые, как минимум, должны отвечать, уровню аналогичных характеристик продукции

конкурентов или иметь более низкую цену при более слабых характеристиках, а как максимум – превосходить характеристики продукции, которая выпускается конкурентами.

Конкурентоспособным является товар, у которого совокупный полезный эффект (I) на единицу расходов (P) выше, чем у других, и при этом величина, ни одного из критериев не должны являться неприемлемой для потребителя:

$$K = \frac{P}{I} \rightarrow \min$$

То есть комплекс потребительских и качественных свойств товара обеспечивает ему коммерческий успех, позволяет выгодно (получив прибыль) обменять его на денежный эквивалент в условиях распространенного предложения.

Анализ приведенных определений конкурентоспособности продукции позволяет выделить следующие ее особенности.

Во-первых, конкурентоспособность продукции – это степень ее привлекательности и соответствия потребностям потребителя.

Во-вторых, конкурентоспособности присущий динамический характер (присутствует влияние фактора времени).

В-третьих, конкурентоспособность зависит от стадии жизненного цикла продукции.

В-четвертых, определение уровня конкурентоспособности происходит по сравнению с товарами-аналогами конкурентов.

В-пятых, в числе наиболее сложных проблем оценки конкурентоспособности продукции находится проблема оценки конкурентоспособности наукоемкой продукции, как объекта стратегического развития предприятия, региона, государства.

То есть, конкурентоспособным является тот товар, который способен максимально удовлетворять требованиям и потребностям потребителя, обеспечивая при этом оптимальное соотношение своих стоимостных и качественных характеристик, чем и создает преимущество на конкурентном рынке.

Конкурентоспособность продукции — весомый критерий целесообразности выхода предприятия на внешний рынок, условие эффективного проведения внешнеэкономических операций и составляющая выбора средств и методов производственно-экспортной деятельности, которая представляет собой совокупность качественных и стоимостных признаков продукции, которые обеспечивают удовлетворение конкретных потребностей потребителей.

Критериями оценки конкурентоспособности продукции на внешнем рынке следует считать факторы, которые определяют его конъюнктуру:

- наличие потребителя данного вида продукции;
- количество конкурентов, которые выпускают аналогичную продукцию;
- объемы производства и реализации продукции предприятий-

конкурентов в целом и в сфере деятельности украинского предприятия;

- важность для конкурентов «лидерства» на том сегменте рынка, который овладел или планируется к «завоеванию» отечественным предприятием;

- основные направления конкурентной борьбы на внешнем рынке;

- оценка стратегической деятельности конкурентов (контроль за каналами сбыта и деятельностью предприятий-поставщиков с целью снижения уровня расходов);

- политика горизонтальной интеграции (с целью выявления возможностей проведения контроля и управления состоянием секторов определенной отрасли);

- разнообразие методов конкуренции (цены, качество, технологический уровень, дизайн продукции, сервисные услуги, имидж предприятия, товарный знак и тому подобное);

- стабильность спроса на продукцию, который имеет предприятие на каждом сегменте рынка.

В современных условиях на мировом рынке на смену ценовой конкуренции пришла неценовая, то есть конкуренция технического и качественного уровня продукции. В конкурентной борьбе за рынки сбыта побеждает не тот, кто предлагает низшие цены, а тот, кто предлагает высшее качество, поскольку продукция с лучшим качеством значительно более эффективна в использовании. Однако при этом роль цены не уменьшается, она всегда была и будет выступать самым влиятельным критерием максимизации прибыли.

Конкурентоспособность экспортной продукции характеризуют показатели спроса на нее, а экономический эффект выражается величиной полученной прибыли от реализации продукции на внешнем рынке. Кроме этого, на уровень конкурентоспособности продукции указывают такие экономические показатели, как:

- 1) динамика экспорта продукции в стоимостном и натуральном воспроизведении (*превышение темпов роста стоимостного объема продукции с учетом инфляционного повышения цен над ростом ее физического объема свидетельствует о повышении спроса на нее*);

- 2) отношение прибыли от реализации продукции на внешнем рынке к объему ее экспорта (*увеличение такого показателя указывает на повышение конкурентоспособности продукции*);

- 3) отношение объемов реализации экспортной продукции к стоимости материально-производственных запасов (*уменьшение этого показателя свидетельствует о замедлении оборотности запасов из-за снижения спроса на продукцию или увеличение материальных запасов*);

- 4) отношение объемов реализации экспорта к нереализованной экспортной продукции (*уменьшение этого показателя свидетельствует о снижении спроса или перепроизводстве экспортной продукции*);

- 5) отношение объемов реализации экспорта к дебиторской задолженности, которое отображает объемы коммерческих кредитов,

предоставленных иностранным покупателям (чем высший спрос на экспортную продукцию, тем низший размер кредита, меньшая дебиторская задолженность);

б) «портфель» иностранных заказов, объем которого характеризует уровень спроса на продукцию отечественных предприятий;

7) загрузка производственных мощностей изготовлением продукции на экспорт (снижение спроса вызывает уменьшение данного показателя);

8) объемы и направления капиталовложений (показатель воспроизводит степень направления капитальных инвестиций на производство самых перспективных и конкурентоспособных видов продукции).

При определении конкурентоспособности продукции нужно опираться на следующие основные методологические принципы:

- конкурентоспособность продукции оценивается путем сравнения двух или больше аналогов, что предопределяет относительность данного показателя;
- при оценке конкурентоспособности продукции учитываются не все свойства, а лишь те, которые вызывают интерес иностранного потребителя, удовлетворяя его потребности;
- уровень конкурентоспособности определяется для отдельного вида продукции с учетом конкретных условий ее реализации и потребления, то есть для конкретного рынка сбыта или его сектора.

На конкурентоспособность экспортной продукции влияет ряд факторов (рис.)

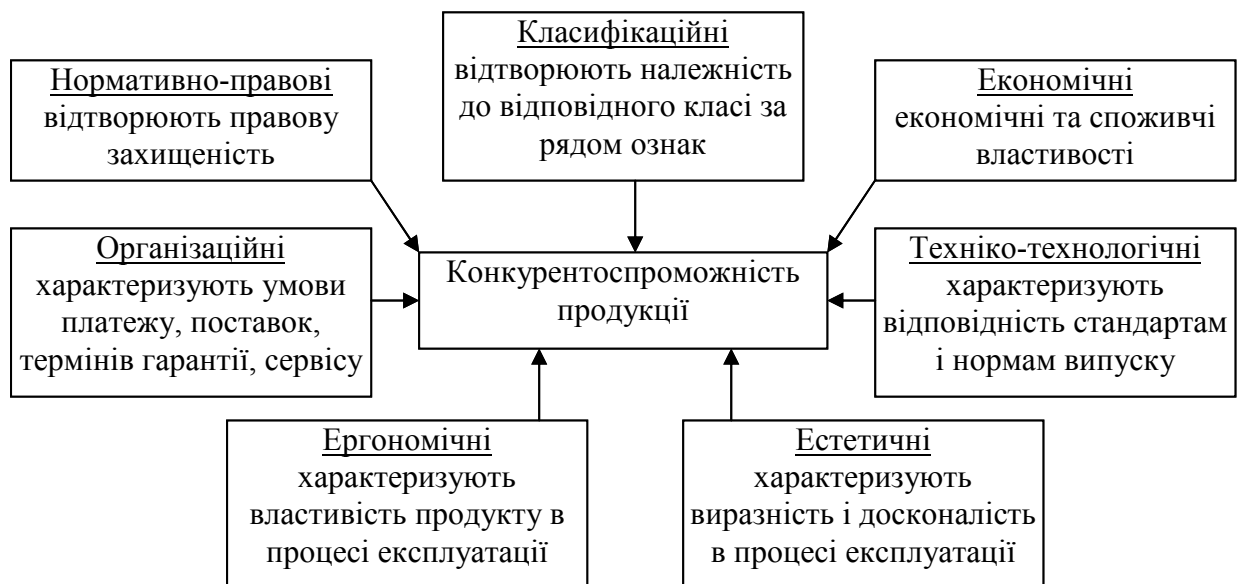


Рис. Основные факторы влияния на конкурентоспособность продукции

К факторам, которые непосредственно влияют на обеспечение конкурентоспособности экспортной продукции, следует отнести не только высокое качество и экономические условия продажи, но и ряд неценовых факторов: уникальность, эффективность базы для распространения

информации о продукции, динамизме сбыта и возможности быстрого реагирования на рыночные достижения.

Проблема повышения конкурентоспособности имеет несколько аспектов: технический, организационный, экономический, социальный, психологический, юридический (правовой), коммерческим, и хотя все они составляют единую систему обеспечения конкурентоспособности продукции, существует соответствующая последовательность в решении вопросов каждого из аспектов с учетом их «весомости»:

- 1) ценовая политика относительно конкурентоспособности продукции;
- 2) инвестиционная политика государства относительно выпуска конкурентоспособной продукции;
- 3) налогообложение предприятий, которые выпускают конкурентоспособную продукцию;
- 4) кредитная политика государства и банковских структур относительно предприятий, которые выпускают конкурентоспособную экспортную продукцию, и относительно самой конкурентоспособной продукции (разработка, освоение, производство);
- 5) регулирование импорта продукции;
- 6) регулирование финансового учета;
- 7) антимонопольная политика.

Мероприятия повышения конкурентоспособности на уровне государственного регулирования приведены на рис.



Организационные меры, направленные на повышение конкурентоспособности предприятия, через повышение конкурентоспособности выпускаемой продукции представлены на рисунке 2.

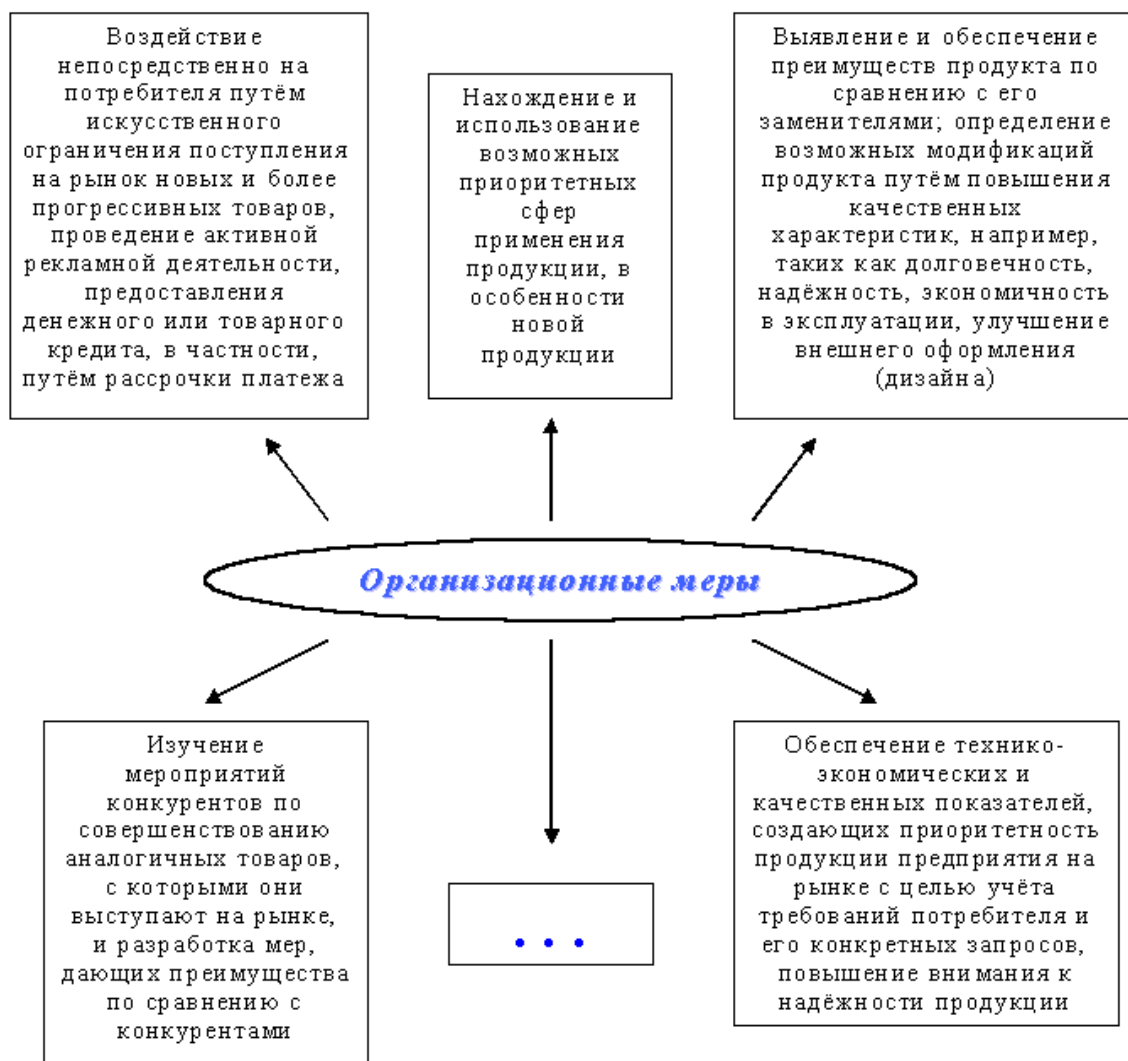


Рис.2. Организационные меры по повышению конкурентоспособности продукции.

Как следствие, отметим: если в результате проведения мероприятий наша продукция выдержит соперничество, то есть потребитель примет установленную на товар цену, то продукцию (в относительном смысле) можно будет считать действительно качественной и способной к существованию на рынке. Что и предопределяет конкурентоспособность самой фирмы [6].

Тема 3. Факторы влияния на конкурентоспособность предприятия

Одним из направлений, **которые** объясняет источники конкурентоспособности на уровне стран, их групп, отраслей и корпоративных объединений предприятий, является классическая теория международного деления труда. *Еще классика политической экономики задумывалась над тем, почему некоторые государства являются производителями и экспортерами определенных товаров. Адаму Смиту принадлежит теория абсолютных расходов, согласно которой страна экспортирует продукцию, если ее расходы ниже, чем в других странах.*

Давид Рикардо усовершенствовал и предложил концепцию сравнительных расходов: рыночные силы сами направят ресурсы страны туда, где они могут быть применены наиболее производительно; основой торговли являются различия в производительности труда в разных странах, и в обмене преимущество получают те страны, которые производят продукцию с меньшими расходами. В соответствии с законом сравнительных расходов страна специализируется на производстве и экспорте продукции, которая относительно более дешевая, и импорте той, которая в других странах относительно более дорогая, сравнительно с внутренним рынком.

Теория сравнительных расходов была модифицирована в теорию сравнительных преимуществ Она (теория Хекшнера и Олина) базируется на том, что все страны имеют приблизительно одинаковую технологию, но по-разному наделенные такими факторами производства, как земля, рабочая сила, природные ресурсы и капитал. Эти факторы являются предпосылкой производственного процесса. Выводы, какие они получили, имеют название "Теорема Хекшнера-Олина", суть которой в следующем: страна экспортирует продукцию, в производстве которой наиболее эффективно использованы избыточные факторы производства, и импортирует продукцию с дефицитными факторами производства.

На конкурентоспособность предприятия влияют факторы всех уровней **конкурентных** отношений.

Фактор конкурентоспособности — это условие (причина), которое непосредственно влияет на уровень конкурентоспособности предприятия и обуславливает его конкурентную позицию на внешнем рынке.

Факторы, которые влияют на конкурентную борьбу:

- 1) размер рынка — чем больший, тем более сильные конкуренты;
- 2) темпы роста рынка — быстрый рост облегчает проникновение на рынок;
- 3) мощности — лишние мощности приводят к падению цен;
- 4) препятствия для входа или выхода из рынка — барьеры защищают позицию фирмы, их отсутствие делает рынки уязвимыми для проникновения туда неконкурентоспособных новичков;
- 5) цена;
- 6) уровень стандартизации товаров — покупатели имеют преимущество, потому что им легко перейти из одного товара на другой;
- 7) мобильные технологические модули;
- 8) требования к размерам необходимых капитальных вложений — твердые требования повышают риск, создают дополнительные барьеры входа — выходу;
- 9) вертикальная интеграция повышает требования к размерам капитала, приводит к сильным расхождениям в конкурентоспособности и расходах на производство — интегрированных, частично интегрированных и неинтегрируемых фирмах;
- 10) экономия на масштабе — увеличивает долю рынка, необходимую для достижения конкурентоспособности товара;
- 11) быстрое возобновление ассортимента.

Обобщая сказанное отметим, что одним из источников конкурентного преимущества страны является разный уровень производственных расходов,

который может быть следствием влияния таких факторов: цена на природные ресурсы, уровень оплаты труда, затраты на электроэнергию и др.

М. Портер разработал **концепцию** конкурентных преимуществ, которая базируется на принципе эффективности использования факторов производства и предложил *три* концептуальных положения **конкурентоспособности**:

1.Изменение технологии в полном смысле слова. Поставив технологию на первое место, Портер подчеркивает инновационность как главный фактор конкурентоспособности.

2.Овладение факторами, которые решают судьбу производства и сбыта (какие эти факторы Портер не указывает).

3.Интернационализация хозяйственных связей, глобализация стратегий и необходимость использования перспективных "источников силы и могущества", опережения потенциальных конкурентов, благодаря чему достигается значительный отрыв от распространенных технологий.

Поиском возможных источников конкурентоспособности на отраслевом уровне занимается теория ключевых факторов успеха. Согласно этой теории для всех предприятий отрасли существуют общие факторы, реализация которых открывает перспективы укрепить свои конкурентные позиции. Ключевые факторы успеха (КФУ) - это те факторы, которые vyplывают из требований рынка, те действия относительно реализации стратегии, конкурентные возможности, результаты деятельности, которые дают предприятию преимущества перед его конкурентами, позволяют ему быть конкурентоспособным, достичь финансового успеха

КФУ всегда оказываются в процессе сравнения своей продукции и своего предприятия с конкурентами.

Ниже подан список групп основных факторов успеха (КФУ), которые иллюстрируют этот подход [Лапуста]:

1.КФУ, что основываются на научно-технических преимуществах: опыт организации научных исследований (важные в отраслях высоких технологий),

способность быстро провести технологические и организационные изменения.

2.КФУ, связанные с лучшей организацией производства: низкие расходы на производство, высокое качество продукции, доступ к квалифицированной рабочей силе, высокая производительность труда.

3.КФУ, что касаются реализации продукции: широкая сеть гуртовых дистрибьюторов и дилеров, широкий доступ к розничной торговле, низкие расходы на реализацию, быстрая доставка.

4.КФУ, что основываются на маркетинге: четкое выполнение заказов покупателей, привлекательный дизайн товара или упаковка, доступный и хорошо организован сервис, широкий ассортимент и тому подобное.

5.КФУ, что основываются на владении специальными знаниями и опытом: владение секретами производства, профессиональное преимущество, умение быстро разрабатывать и продвигать на рынок новую продукцию, признан талант.

6.КФУ, связанные с организацией и управлением: опытная в этой сфере деятельности и хорошо сбалансирована управленческая команда, способность руководства быстро реагировать на изменения рыночных условий.

7.Другие КФУ: наличие доступа к финансовому капиталу, наличие возможностей и лоббирования интересов в государственных органах, безукоризненная репутация но др.

Исследованием источников конкурентоспособности на уровне предприятия занимается ресурсная концепция [Hunt]. Основной особенностью ориентированного на ресурсы подхода является то, что на первый план в исследовании источников конкурентоспособности выдвигаются сильные и слабые стороны предприятия. Только исходя из этого, утверждают сторонники данного подхода, можно обнаружить возможность завоевания и сохранения конкурентных преимуществ.

Основное положение ресурсной концепции заключается в том, что предприятие - это совокупность ресурсов, которые включают у себя:

- технические ресурсы (оборудование, инструмент, инвентарь, материалы и тому подобное);
- технологические ресурсы (квалификационный состав рабочих, их профессиональный уровень, способность к учебе и адаптации в новых условиях);
- ресурсы пространства (производственные помещения, коммуникации, возможность расширения);
- информационные ресурсы (наличие информации о внутренней и внешней среде, ее достоверности);
- финансовые ресурсы (активы, их ликвидность, возможность получения кредитов);
- управленческие ресурсы (гибкость системы управления, скорость принятия решений)
- другие виды ресурсов.

Чтобы иметь стратегическое значение и постоянно влиять на успех предприятия, ресурсы должны отвечать таким требованиям:

иметь определенную ценность, то есть обеспечивать внедрение той стратегии, которая способствует повышению эффективности;

быть особенными или исключительными, если конкуренты имеют такие же ресурсы, то предприятие не получает специфических преимуществ относительно них, так как они могут осуществлять такую же стратегию;

не подлежать имитации, в противном случае конкуренты также могут взять на вооружение аналогичную стратегию;

не иметь заменители, другими словами не повинные существовать эквивалентные ресурсы, на базе которых может реализоваться подобная стратегия.

Однако, если дан ресурс масс большое количество существующих и потенциальных конкурентов, то он не может быть источником стойкого конкурентного преимущества. То есть, ресурсы, которые являются основой

конкурентного преимущества, повинны противостоять дублированию другими предприятиями.

Относительно содержания конкурентного преимущества, существует целый ряд факторов конкурентоспособности:

низкого ранга - дешевая рабочая сила или сырье, которые могут легко получить конкуренты, то есть в целом это преимущества, которые базируются на уровне расходов;

высокого рангу-патентована технология, дифференциация на базе уникальных товаров и услуг, репутация предприятия - их можно удерживать длительное время. Им присущи такие особенности: нужны большие способности и навыки: таких преимуществ достигают при условии долговременных и интенсивных капиталовложений (в производственные мощности, учебы персонала, НИР и ОКР, рекламу, сбыт), они связаны с высоким риском. Преимущества высокого порядка не только дольше сохраняются, но и связанные с высшим уровнем производительности использования ресурсов, что с в предприятия.

За обеспечением видов конкурентных преимуществ факторы конкурентоспособности предприятия разделяют на тех, что:

обеспечивают низкий уровень расходов (эффект масштаба, основные фонды, технологические возможности, гибкость и оперативность системы управления);

обеспечивают дифференциацию (инновации, наличие специфических знаний, высокий уровень квалификации работников, информационные технологии, наличие известной марки, наличие ноу-хау, географическое расположение, доступность рынков);

факторы смешанного действия (эффекты синергии, которые являются источником конкурентных преимуществ как относительно расходов, так и относительно дифференциации).

Заслуживает на внимание технологический подход в исследовании конкурентоспособности. Основной постулат данного подхода заключается в

следующем: для того, чтобы система (организация, продукт) была высоко конкурентной, она должна быть спроектирована высоко конкурентной. Для этого существует ряд технологий: бизнесовые технологии, технологии управления расходами, человеческие технологии, математические технологии, технологии качества. системные технологии, технологии проектирования потребительской стоимости и др. Именно применение специальных технологий является источником конкурентного преимущества предприятия.

Главный лозунг данной теории: чтобы оставаться конкурентоспособной, организация должна стать на путь постоянных прогрессивных изменений.

Оригинальную модель факторов конкурентоспособности, построенную на основе много годового исследования японских компаний, предлагает японский ученый Т. Коно [Коно] (рис.1).

Главным показателем конкурентоспособности он считает долю предприятия на рынке. Конкурентоспособность предприятия можно выразить иерархией факторов пяти уровней.



Рис. 1. Иерархия факторов конкурентоспособности предприятия

1. Доля предприятия на рынке - функция $F(Q, P, S, C)$ (частица в предыдущем периоде), где Q - сравнительное качество товара, P -

относительная цена товара, S - фактор, который учитывает продвижение продукции на рынок, C - фактор, который учитывает мощность сбытовую компании.

2. На втором уровне этой иерархии конкурентоспособность необходимо подкрепить тремя важными факторами - способностью к развитию, производственными и сбытовыми мощностями.:

3. Стратегия "продукт-рынок", то есть варианты синергии между разными направлениями деятельности предприятия

4. Способность высшего руководства предприятия принимать такие решения, которые практически реализуют три первых фактора конкурентоспособности предприятия.

5. Результаты функционирования предприятия в предыдущем периоде. Особенную роль здесь играет прибыль предприятия как источник ресурсов борьбы за рынок. Чем большая прибыль, тем больший потенциал конкурентоспособности, и наоборот, чем высшая конкурентоспособность, тем больший уровень прибыли.

Тема 4. Конкурентоспособность украинских предприятий на международных рынках

1. Модификация форм и методов конкуренции в трансформационный период
2. Стратегии украинских предприятий на международных рынках
3. Проблема интернационализации украинской экономики
4. Формирование внутренних и внешних условий международной конкурентоспособности украинских предприятий
5. Международные перспективы реализации национальных конкурентных преимуществ.

1. Модификация форм и методов конкуренции в трансформационный период

В условиях перехода от административно-командной системы хозяйствования к системе открытой экономики, которая характеризуется тем, что ликвидируется монополия государства и формируется система внешнеэкономических отношений на основе принципа свободы конкуренции, становится необходимой соответствующая модификация форм и методов конкуренции украинских предприятий, выступающих на международном рынке.

Модификация – это изменение, появление новых качеств в том или ином явлении.

Изменения в формах и методах конкуренции регулируются соответствующими законодательными актами. При этом государство выступает на защиту экономической конкуренции (Закон Украины «О защите экономической конкуренции» - определяет правовые положения защиты экономической конкуренции, ограничение монополизма в хозяйственной деятельности и направлен на обеспечение эффективного функционирования экономики Украины на основе развития конкурентных отношений.)

Этим законом ограничивается возможность субъектов хозяйствования в достижении ими монопольного доминирующего положения. Считается что субъект хозяйствования занимает монопольное положение на рынке, если:

- на этом рынке у него нет ни одного конкурента;
- он не претерпевает значительной конкуренции вследствие ограниченности возможностей доступа других субъектов хозяйствования относительно закупки сырья, материалов и сбыта товаров, а так же наличия барьеров для доступа на рынок других субъектов хозяйствования.

Установлено следующее количественное ограничение монополизации:

- Монопольным считается положение субъекта хозяйствования, доля которого на рынке превышает 35 %, и если он не докажет, что претерпевает при этом значительную конкуренцию;

- Если его доля на рынке составляет 35 % и менее, но он не претерпевает значительной конкуренции, вследствие сравнительно небольшого размера долей рынка, принадлежащих конкурентам;

- Считается, что каждый из двух или более субъектов хозяйствования занимает монопольное положение на рынке товара, если относительно вида товара между ними нет конкуренции или она носит не значительный характер;

- Монопольным считается также положение каждого из нескольких субъектов хозяйствования, если:

- Совокупная доля не более трех субъектов хозяйствования, которым на одном рынке принадлежат наибольшие доли рынка, превышающая 50 %;
- Совокупная доля не более 5-ти субъектов хозяйствования, которым на одном рынке принадлежат наибольшие доли этого рынка, превышающие 70 %.

Для обеспечения государственного контроля за соблюдением антимонопольного законодательства и защиты интересов предприятий и

потребителей от его нарушений, создано Антимонопольный комитет Украины.

Основные задания Антимонопольного комитета Украины:

- Совершение государственного контроля за соблюдением антимонопольного законодательства;
- Защита законных интересов предприятий и потребителей, путем применения мер относительно предупреждения и прекращения нарушений антимонопольного законодательства, наложение взысканий за нарушение антимонопольного законодательства, в пределах своих полномочий;
- Содействие развитию добросовестной конкуренции во всех сферах экономики.

Недобросовестной конкуренцией являются любые действия в конкуренции, которые противоречат правилам торговли и другим честным обычаям в предпринимательской деятельности.

К недобросовестной конкуренции относятся следующие действия:

- неправомерное использование чужих обозначений, рекламных материалов, упаковки;
- копирование внешнего вида товара (Копировали внешний вид, но не обозначили при этом настоящего производителя);
- сравнительная реклама. (Это такая реклама, которая содержит сравнение с товарами, работами, услугами или деятельностью другого хозяйствующего субъекта. Не считается неправомерным сравнение в рекламе, если предоставлены ведомости о товаре, работе, услуге, подтвержденные фактическими данными, являющимися достоверными, объективными, полезными для информирования потребителя;

Дискредитация хозяйствующего субъекта. Это означает распространение любой формы неправдивых, неточных или неполных ведомостей, связанных с личностью или деятельностью хозяйствующего субъекта, которые нанесли или могут нанести вред деловой репутации хозяйствующего субъекта;

- склонение хозяйствующего субъекта (предпринимателя) к разрыву договора с конкурентом;
- подкуп работника поставщика;
- достижение неправомερных преимуществ в конкуренции;
- неправомерный сбор коммерческой конфиденциальной информации;
- разглашение коммерческой тайны;
- неправомерное использование коммерческой тайны. Внедрение в производство или учет во время планирования или совершения предпринимательской деятельности без разрешения уполномоченного лица неправомерно собранных ведомостей, которые составляют, согласно законодательству Украины коммерческую тайну.

Сформированы следующие виды добросовестной конкуренции:

1. Управление качеством

Улучшение качества с одновременным повышением цены

Повышение качества без увеличения цены

Снижение качества с одновременным снижением цены...

2. Ценовая политика

Повышение цены

Снижение цены

Система скидок

3. Управление прибылью

Управление доходами

Управление расходами

4. Реклама

Реклама в СМИ

Упаковка и дизайн

Промоушн

5. Создание бренда (торговой марки)

6. Расширение рынка сбыта

Организация дилерской сети

Слияние, поглощение и т.д.

В трансформационный период в экономической сфере деятельности общества происходит тенденция тенезации экономических процессов Украины. Кроме конкурентного соревнования отдельных товаропроизводителей и отраслей, существует также соперничество двух верств экономики – законного и теневого.

Предприниматель, который выступает на контролируемом государственном рынке и который работает в рамках закона, сталкивается с конкуренцией с бока предпринимателей, которые используют незаконные методы:

- контрабанда;
- уклонение от уплаты налогов;
- незаконное (бесплатное) использование авторских прав;
- взятки, которые направлены на «упрощение» разрешительной системы государства, получения гос заказов, лицензий и др. выгод.

2. Стратегии украинских предприятий на зарубежных рынках

Для эффективного включения в мировое экономическое пространство украинским предприятиям необходимо производить такую продукцию, которая будет конкурентоспособной на зарубежных рынках. Это может быть достигнуто, путем разработки стратегии продвижения национального экспорта на мировом рынке.

Такая стратегия должна заключаться не в простом наращивании объемов экспорта, а в содействии созданию долгосрочных конкурентных преимуществ, стабильном расширении и качественному улучшению на основе этих преимуществ позиций страны на мировом рынке. Для этого необходимо иметь четкую концепцию экономической политики, которая способствовала бы расширению экспорта лишь в сочетании с общими целями макроэкономической политики.

Материальной основой стратегии продвижения продукции украинских предприятий на зарубежных рынках является экспортный потенциал страны.

Общеизвестно, что Украина имеет большой экспортный потенциал. Если площадь страны составляет 0,4% общей мировой суши и численность населения 0,8% общемирового количества людей, то в Украине производится 5% мирового минерального сырья и продуктов ее переработки. Запасы полезных ископаемых Украины приблизительно оцениваются в 7 трлн дол.

В мировом производстве марганцевой руды доля Украины составляет 32%. Украинские предприятия экспортируют около 30% глин и 18% каолинов.

Производственные мощности предприятий черной металлургии составляют: в производстве чугуна — 52 млн т, стали 54 млн т, готового проката — 41,5 млн т. По этим показателям Украина занимает 5 место в мире после Японии, США, Китая и России.

Кроме того, Украина имеет конкурентоспособные технологии в аэрокосмической отрасли, ракето- и судостроении, производстве новых материалов, биотехнологии, регулировании химических, биохимических и биофизических процессов. Большой потенциал имеют также агропромышленный и энергетический комплексы Украины.

Показателями высокого уровня и больших потенциальных возможностей Украины в отрасли экспортной деятельности является тот факт, что по данным Госкомстата Украины, внешнеторговый, оборот товаров и услуг Украины за 2001 г. составлял 36,7 млрд дол. США и увеличился сравнительно с 2000 г. на 10,8%. Позитивное сальдо внешнеторгового баланса страны в 2001 г. составляло 2,9 млрд дол. США. Внешнеторговые операции Украина осуществляла с партнерами из 193 стран мира.

Таким образом, есть достаточные основания для вывода о том, что Украина имеет шансы для улучшения своих позиций на мировом рынке.

Достижение это возможно лишь при условии проведения соответствующей экспортрасширительной политики, когда наряду с развитием традиционного экспорта будут развиваться и потенциальные экспортные отрасли в соответствии с тенденциями на мировом рынке. Этого можно достичь при содействии в структурной политике производству товаров высокой степени переработки путем использования ведущих технологий, которые позволят эффективнее использовать имеющиеся ресурсы.

Если исходить из классификации факторов, предложенной М. Портером, которые влияют на конкурентоспособность страны, можно определить основные направления формирования стратегии украинских предприятий на международных рынках.

Первое направление определяется таким фактором, как наука и технология. Здесь можно отметить два аспекта: с одной стороны, Украина имеет определенные научные и технические разработки в аэрокосмической отрасли, ракето- и судостроении, производстве новых материалов, биотехнологии, регулировании химических, биохимических и биофизических процессов и в некоторых других отраслях; с другой стороны — существует достаточно большое технологическое отставание в пищевой промышленности, ряде отраслей машиностроения, производстве информационно-вычислительных систем.

Например, такая отрасль как пищевая промышленность (при обеспечении высокой производительности сельскохозяйственного производства и наличия ведущих технологий и оборудования у предприятий из переработки сельскохозяйственной продукции), могла бы успешно продвигаться на международном рынке.

Второе направление связано с первым — для преодоления технологического отставания необходимы соответствующие капиталовложения, которые в значительной мере, могут быть достигнуты за счет иностранных инвестиций. Так, согласно расчетами Научно-

исследовательского института Минэкономики Украины, потребности в инвестициях для структурной перестройки и модернизации лишь комплекса черной металлургии Украины достигают Приблизительно 40 млрд дол. В то же время общий объем прямых иностранных инвестиций в Украину на 1 января в 2002 г. составлял 4,4 млрд дол. То есть фактические объемы и частица иностранных инвестиций в реальную экономику Украины остаются мизерными по отношению к масштабам экономики, которая не способствует началу экономического оживления.

А внутренний рынок заимообразного капитала Украины с его невероятными процентными ставками за долгосрочными кредитами (какие в первую очередь необходимые для Модернизации производства) также есть фактически недоступным д/щ производителей источником кредитования.

Процесс катастрофического старения производственных фондов без их замены отбирает у производителей перспективы выхода из кризисного состояния, а тем более — достижение уровня современной технологической конкурентоспособности на мировом рынке.

Кроме того, инвестиционному процессу препятствует существующая налоговая система Украины. По закону Украины "О налогообложении прибыли предприятий" базовая ставка налога на прибыль предприятий составляет в Украине 30%, что отвечает уровню развитых стран мира. В действительности же уровень исключения реальной прибыли значительно более высок. Это происходит из двух причин:

включение к базе налогообложения многих видов расходов, что в международной практике относят на себестоимость;

неучет уровня инфляции при определении прибыли, в первую очередь за такими элементами, как:

амортизация (в связи с несвоевременным и неадекватным переоцениванием основных фондов);

запасы сырья и материалов (из-за отсутствия механизмов их индексации);

налогообложение доходов от капитала без индексации его основной части, которая в условиях высокой инфляции фактически превращается в налогообложение собственное капитала, а не процентов от него.

Третье направление определяется такими факторами как инфраструктура и информация. На сегодня уровень развития этих два факторов в нашей стране очень недостаточный. Экспортеры имеют низкий уровень квалификации и осведомленности о ситуации на международных рынках. В результате очень часто это приводит к неоправданному занижению цен и проведению демпинговых торговых операций на мировом рынке, который ведет к соответствующей реакции со стороны других государств и создает для наших экспортеров имидж "нечестных конкурентов".

Эффективному формированию стратегии внешнеэкономической деятельности украинских предприятий мешает недостаточное развитие систем связи и транспортной инфраструктуры. Эта проблема актуальна, поскольку географическое положение Украины делает транспортные услуги одним из направлений международной специализации в торговле услугами.

Так, по данным Госкомстата Украины, предоставление транспортных услуг занимает 89% в общем объеме экспорта услуг по нашей стране (главным образом это морской транспорт, что предопределенно также низким уровнем инфраструктуры автодорог и железной дороги).

Еще одна проблема — неэффективная система межведомственной статистики в Украине, данные которой достаточно часто дают лишь общее представление об определенных процессах и не позволяют сделать надежные выводы. Вместе с тем, создание инфраструктуры и обеспечение свободного и эффективного доступа к необходимой, с точки зрения деятельности отечественных предприятий на мировых рынках, информации всегда было заданием государства.

Наконец, фактор рабочей силы. Согласно этому фактору Украина имеет сравнительные преимущества — это достаточно большой научно-

технический потенциал и большое количество дешевой квалифицированной рабочей силы. Но остается проблема "оттока умов", которая может быть успешно решена лишь путем создания благоприятных условий для квалифицированных кадров. В первую очередь, это соответствующий уровень оплаты труда работников науки и образования, которое является главным заданием государства.

Учитывая все эти факторы, методика разработки стратегии выхода предприятия на мировой рынок должна состоять из таких этапов: первый — анализ ситуации, в которой находится предприятие (возможности отрасли, деятельность конкурентов, их технологии, состояние рынков, которые обслуживаются); второй — анализ внутреннего состояния компании в сопоставлении с положением дел во всей отрасли. На этой основе разрабатывается возможная стратегия развития каждого отдельного предприятия.

Существенным элементом анализа является также оценивание меры зрелости отрасли. При этом берутся во внимание темпы роста отрасли, потенциал дальнейшего роста, существующий ассортимент изделий, состояние конкуренции, доля рынка, которая принадлежит компании, характер применяемой технологии.

Для разработки стратегии предприятия создаются рабочие группы. К ним входят руководители подразделов, специалисты из финансов, технологии и маркетинга. Цель рабочей группы — разработать стратегию компании сроком до 10-15 лет. Период зависит от конкретного предприятия или отрасли. Это своего рода картографирование будущего компании на мировых рынках.

Стратегию компании следует рассчитать таким образом, чтобы ее продукция хранила высокие конкурентные качества и техническую новизну в течение длительного времени. Такие компании хранят лидерство в мировом производстве. Примером товара длительного жизненного цикла, который разработан в Украине и который получил мировое признание, является

комплекс машин и технологии контактной стыковой сварки методом импульсного оплавления, который создан в институте электросварки им. Е. О пато-на НАН Украины. Эти машины в течение многих лет, а также лицензии на эти установки покупают иностранные предприниматели

3. Проблема интернационализации украинской экономики

В период трансформации экономики Украины возникает необходимость в новых подходах к оцениванию условий, выявления особенностей, обоснования цели и направлений интернационализации экономической деятельности. Безальтернативной среди теорий экономического развития является концепция эффективно функционирующей открытой экономики. Внешнеэкономическая деятельность была и остается мощным источником конкурентоспособности. Но эффективной эта деятельность может быть лишь при условии развитости соответствующих национальных рынков в структурно сбалансированной экономике. Поэтому не все страны могут в известной мере использовать преимущества интернационализации. Если открытость экономики нерегулирована, то она становится уязвимой в процессе недостаточно обоснованной либерализации. Это подтверждается анализом результатов реформ внешне экономической деятельности стран в трансформационный период, а в глобальном масштабе — последствиями мирового финансового кризиса конца 90-х годов.

В современном мире рассчитывается рейтинг, который определяет уровень открытости экономики страны. За такими исследованиями, проведенными в 1998 г., Украина занимала 124-е место среди 161 страны, а в 1999 г. эксперты Мирового банка экономику Украины вообще оценивали как "закрытую". Но если брать соотношение объемов экспортно-импортной деятельности и ВВП, то Украина имеет достаточно высокий уровень

открытости экономики — около 90%, в то время как Польша — 53, Венгрия — 67, Румыния - 60, Россия - 44%.

Но опять же, эта открытость отбивает не растущую конкурентоспособность украинских товаров, а законсервированы структурные диспропорции (непомерную зависимость от импорта энергоносителей и вынужден экспорт низкотехно-логічної металлургической продукции, производство которой поглощает значительную частицу "критического" энергоимпорта)

Исследования показывают, что интернационализация экономики Украины приобретает гипертрофированные формы, что подтверждается функционально структурным анализом состояния и ключевых тенденций внешнеэкономической деятельности.

Начиная с 1997 г., внешнюю торговлю Украины характеризует тенденция к сокращению объемов экспорто-импорта. Относительно импорта, то эта тенденция стала логическим следствием существенного снижения курса национальной валюты, которое обусловило значительное (до 60%) подорожание импортных поставок.

С экспортом ситуация намного более сложна. Нарращивание экспортных поставок происходит благодаря улучшению ценовой конкурентоспособности и только за отдельными товарными группами (древесина, бумага, картон, зерновые, алюминий, табак). Это свидетельствует об определенном исчерпании национального экспортного потенциала в его традиционной структуре, которая ориентирована, в первую очередь, на поставки металлургической и другой продукции с невысоким уровнем добавленной стоимости. Если экономическая конъюнктура будет менее благоприятна для экспорта, то делается возможным кризис международной конкурентоспособности украинских товаропроизводителей.

Происходит переориентация структуры внешней торговли в направлении к партнерам из дальнего зарубежья. Сравнительно уменьшилась роль России как торгового партнера, но она остается для Украины главным

экспортером (20,7% товаров и 60% услуг) и импортером (соответственно 47,6%

Сохраняется нерациональная структура товарного экспорта. В нем доминируют товары с невысоким уровнем добавленной стоимости и энергоемкие товары, которые приводят к его нестабильности через достаточно переменчивую ценовую конкуренцию в соответствующих сегментах мирового рынка.

В экспорте услуг доминируют транспортные услуги (84,9%), и мало используется потенциал экспорта других видов услуг. Вместе с тем происходит улучшение структура импорта товаров благодаря увеличению доли машин и оборудования и уменьшению энергоносителей, ее более широкая диверсификация сравнительно с экспортной структурой. Более быстрое сокращение импорта сравнительно с экспортом создает возможность смягчения проблемы отрицательного сальдо торгового баланса.

В последние годы сужаются возможности масштабного использования каналов внешнего финансирования экономики Украины — кредитов (МВФ, Мирового банка, ЕБРР, государственных под гарантию Кабмина, частных), прямых и портфельных инвестиций, официальной помощи развитию (табл. 4.1).

Последствия сотрудничества с международными финансовыми организациями неоднозначны. С одной стороны, такое сотрудничество дает возможность реализовать программы финансовой стабилизации, реструктуризировать отдельные секторы экономики, смягчать социальные проблемы, а с другой — из-за отсутствия в течение длительного времени позитивных микропере-творень приводит к углублению макроэкономических диспропорций, в частности, к развитию кризиса внешней задолженности.

Чтобы преодолеть такие негативные последствия, следует обеспечить жесткий и прозрачный контроль за порядком кредитования под гарантии Кабинета Министров Украины с ориентацией, в первую очередь, на долгосрочные инвестиционные проекты.

Отмечается крайне неудовлетворительное использование потенциала прямых зарубежных инвестиций в украинскую экономику. Это положение можно проиллюстрировать таким показателем, как количество прямых зарубежных инвестиций на душу населения. Да, за период 1992-1998 гг. в экономику Украины было привлечено 2,8 млрд дол. прямых иностранных инвестиций, который составляет 55 дол. на душу населения, по последним данным — 93 дол. (Вечерняя Одесса, 27.07.02). В то же время во многих странах с переходными экономиками иностранных инвестиций на душу населения значительно больше (Словения — 2000 дол., Венгрия — 1882, Чехия — 1040, Эстония — 933, Польша — 832 дол.).

Значительной проблемой для Украины являются трудовые миграции. Да, за оценками центра "Демократические инициативы", не меньше чем 5 млн, а по другим источникам — свыше 7 млн граждан Украины с определенной периодичностью выезжают за границу на временные работы. Хотя в этом деле определен позитивный бок (ослабление давления безработицы на внутренний рынок, снижение социальной напряженности, дополнительный источник валютных поступлений и тому подобное), трудовая эмиграция имеет некоторые негативные последствия, в частности: потеря наиболее конкурентоспособной части трудового потенциала, появление политических и экономических претензий отдельных стран, злоупотребления и обмана украинских граждан сомнительными фирмами во время трудоустройства за рубежом, использование их на низкоквалифицированных работах, дискриминация со стороны местного населения и тому подобное.

Качественная характеристик		Таблица 4.1. и источников финансирования экономики Украины		
Источника	Характеристики			
инвестирование	Доступ	Объемы	Надежность	Финансовые условия
Кредиты	и			

МВФ, Мировой банк	Временно ограниченный	Значительные	Высокая	Приемлемые	Жесткие
ЕБРР	Открытый	Незначительные	Высокая	Приемлемые	Приемлемые
Государственные (под гарантией)		Значительные	Высокая	Приемлемые	Приемлемые
Частные		"И"	Высокая	И Жесткие	"Средние"
Инвестиции					
Прямые	Ограниченный	Значительные	Очень высокая	Приемлемые	Приемлемые
Портфельные: государственные					
- ОВДП (нерезиденты)	Временно ограниченный	Значительные	Средняя	Жесткие	-
- еврооблигации	Временно закрытый	Значительные	Средняя	Жесткие	
- муниципальные ценные бумаги	Временно закрытый	Незначительные	Средняя	Приемлемые	и
Корпоративные ценные бумаги:					и
- внутренний рынок	Ограниченный	Значительные	Средняя	Приемлемые	И И
- международные рынки	Ограниченный	Значительные		Приемлемые	
Официальная помощь	Открытый	Незначительные	Высокая	-	Жесткие и

Развитие внешнеэкономической деятельности определяется определенными внутренними и внешними факторами. Относительно внутренних факторов, то они обеспечиваются структурно сбалансированными национальными экономиками. Конкурентоспособность национальных экономик обеспечивается оптимизацией таких ее параметров: нормально функционирующие крепкие секторы, оптимальные пропорции между производственной и непроизводственной сферами, адекватное внутренней и международной социально-экономической структуре соотношения государственного и частного секторов и тому подобное.

Для экономического развития Украины решающего значения приобретает макро- и микроэкономическая структурная политика и ее

институциональное обеспечение, которая должна стимулировать конкурентоспособность национальных предприятий и их объединений.

Вместе с тем некоторые внешние факторы осложняют целеустремленную интернационализацию украинской экономики, особенно такие, как:

значительное усиление международной конкуренции на основных товарных рынках мира, которое происходит в результате общей либерализации международной конкурентоспособности многих стран, которые развиваются;

существенное повышение требований потребителей к технологическому уровню и качеству товаров, что сделало их первичными в определении конкурентоспособности;

многие зарубежные страны начали применять более утонченные формы протекционизма и дискриминации украинских экспортеров, расширилось использование механизма антидемпинговых расследований;

ограниченность доступа к международным инструментам регуляции торговых режимов (из-за отсутствия членства в системе Гатт/сто);

сложность вхождения в международные Проекты высокотехнологичного сотрудничества через несоответствие международным критериям защиты прав интеллектуальной собственности;

- высокая конкурентность интересов Украины и других постсоциалистических стран на международных товарных и кредитно-инвестиционных рынках.

Для трансформационного периода экономического развития Украины характерная совокупность интернационализации. Относительно развития украинского экспорта, то здесь главная проблема заключается в низком потенциале конкурентоспособности на внешних рынках продукции с высоким уровнем добавленной стоимости, низкой технологичности и наукоемкости товаров.

В развитии услуг экспорта проблема заключается в низком уровне и фактически монокультурном характере, когда эксплуатируется транзитное положение страны и практически не реализуется потенциал экспорта услуг в научно-технической, инжиниринговой, финансовой, управленческой, маркетинговой, информационной сферах, которые отмечаются высоким динамизмом развития в современной мировой экономике.

Структура импорта нерациональна из-за того, что ввозятся в значительном количестве изделия, которые изготавливаются или могли бы успешно изготавливаться национальными производителями, и мало ввозится машин и оборудования для модернизации високотех-нологічних производств.

Отмечаются существенные перекосы в географической структуре экспортных и импортных связей Украины: слишком высокий уровень односторонней импортной зависимости за отдельными статьями критического импорта, особенно относительно энергоносителей из России, и незначительное присутствие на рынках многих стран, которые развиваются.

Несоответствие между импортными потребностями страны и ее экспортным потенциалом приводит к возникновению проблемы торгового дисбаланса, которая, в свою очередь, репродуцирует проблему растущей внешней задолженности.

Относительно иностранного инвестирования, то здесь существует проблема качества иностранных инвестиций, которое заключается в том, чтобы они были ориентированы на приоритетные, с точки зрения эффективности, проекты, а также в качестве и конкурентоспособности товаров, которые производятся благодаря реализации этих проектов. Если это не будет учтено, то Украина и в дальнейшем будет выпускать нерентабельные товары (например, изделия металлургической и химической промышленности, которые идут на малодоходные рынки преимущественно через бартерные схемы).

Еще одна проблема — почти полное отсутствие мониторинга реальной эффективности иностранных инвестиций. Еще незначительная и крайне непродуктивная ниша инвестиций за рубежом.

С другой стороны, требует решение проблема "побега" капитала из Украины. Эта проблема имеет два аспекта — количественный и качественный.

Во-первых, по официальным источникам считается, что за границу вывезено около 20 млрд дол.; во-вторых, под "побегом" капитала следует понимать не только нелегальный вывоз его из Украины, но и более широкие по своей природе процессы свертывания предпринимательской деятельности, в частности иностранными структурами, которые вывозятся за пределы государства как получена прибыль, так и средства из уставных фондов.

Для экономической безопасности государства принципиально важной является проблема внешнего долга, который достиг значительных величин. Здесь угроза кроется в таких обстоятельствах: во-первых, ограничены возможности и низкий потенциал обслуживания внешнего долга приводит к необходимости его постоянной реструктуризации; во-вторых, в определенные периоды возникают "пики", когда за время короткий необходимо мобилизовать на обслуживание долга значительные ресурсы; в-третьих, формируется нерациональная структура внешнего долга, в которой преобладают краткосрочные частные кредиты. Это оказывает негативное влияние на суверенный кредитный рейтинг и национальную конкурентоспособность, ограничивает масштабы иностранного инвестирования.

В трансформационный период регуляция внешнеэкономической деятельности должна происходить таким образом, чтобы сохранялось соответствие масштабов, темпов и логики либерализации структурным приоритетам развития экономики.

Если учитывать ключевые тенденции мирового хозяйства, с одной стороны, а из другого — условия, проблемы и особенности развития

украинской экономики, то стратегическими приоритетами ее интернационализации, как считается, могут стать:

система интеграции в мировое хозяйство с обеспечением реальной международной конкурентоспособности;

эффективная международная специализация, которая скоординирована с внутренней структурной модернизацией и ориентирована на доступные прогрессирующие сегменты мирового рынка;

международная диверсификация, которая направлена на ликвидацию монопольной или монополистической зависимости от отдельных зарубежных рынков;

становление собственных транснациональных экономических структур с глобальным менеджментом;

интеграционное взаимодействие со СНГ, Европейским Союзом, центрально- и восточноевропейскими группировками стран;

обеспечение надлежащего уровня экономической безопасности с действенными механизмами защиты от неблагоприятных изменений международной конъюнктуры и финансовых кризисов.

Украина имеет перспективы достижения определенной международной конкурентоспособности по условиям реализации собственной стратегии интернационализации (Губский Бы., Лукьяненко Д., Сиденко В. Интернационализация украинской экономики // Экономика Украины. - 2000.- №9. - С. 15-23)

4. Формирование внутренних и внешних условий международной конкурентоспособности украинских предприятий (организаций)

Для того, чтобы отечественные предприятия и национальная экономика в целом смогли достичь достаточного уровня международной конкурентоспособности, необходимо наличие определенных внутренних и внешних условий.

Какой же уровень международной конкурентоспособности можно считать достаточным? Это такой уровень экономики страны и ее предприятий, который обеспечивает:

поддержку растущих стандартов;

достижение (сохранение) таких позиций в мировой экономике, когда национальные товары и услуги успешно реализуются на международных рынках. Устоявшейся конкурентоспособности достигают лишь те страны, которые могут оптимально реализовать свои национальные преимущества, ориентируясь на постоянное повышение производительности труда.

Для достижения такого уровня и необходимо наличие определенных внутренних и внешних условий, которые составляют потенциал конкурентоспособности.

На момент провозглашения независимости Украина имела достаточно значительный потенциал конкурентоспособности, но эффективность его реализации была крайне неудовлетворительной.

Следует иметь в виду, что СССР на период распада перестал отвечать современным критериям конкурентоспособности. Да, за оценками экспертов, в конце 80-х годов приблизительно 4/5 продукции СССР не могли конкурировать на мировых рынках. По данным Гатт/сто, в 1991 г. частица СССР в мировом экспорте составляла всего 2,2% а, например, частица Гонконга

—2,8, Нидерландов — 3,8%.

Если за период 1986-1990 гг. мировой экспорт машин и оборудование повысился более чем на 50%, то экспорт СССР

—только на 11%.

Вместе с тем свыше 60% произведенной в СССР продукции продавалось с убытками. За правительственными оценками, в начале 90-х годов мировому уровню отвечали 6-10% НДДКР, 18% продукции черной, 16% цветной металлургии, 10-15% сельскохозяйственной техники.

За период 1986-1991 гг. частица той советской продукции, которая могла бы конкурировать на мировых рынках при условии ее модернизации, сократилась с 65,3% до 26,3%, а частица той продукции, которая должна была бы быть снята из производства, увеличилась с 20% до 60%. А в таких отраслях, как автомобилестроение, тракторное и сельскохозяйственное машиностроение вообще практически не было конкурентоспособной продукции.

В сельском хозяйстве наличие значительных площадей пахотных земель не создавало дополнительное конкурентное качество через недостаточную обеспеченность аграрного сектора высокоэффективной техникой и тому подобное.

Вместе с тем в Украине чувствуется негативное влияние международных экономических факторов: отплыл капитал за границу, "побег" капиталов, хронический дефицит торгового баланса и почти катастрофическое ухудшение условий формирования общего платежного баланса страны и государственного бюджета.

Если учитывать существующую совокупность внутренних и внешних факторов, можно утверждать, что для Украины актуальная проблема обеспечения, в первую очередь факторной конкурентоспособности. Такой подход означает мониторинг изменений позиции страны на международных рынках в зависимости от уровня развития национальной экономики, которая характеризуется реальным использованием факторов экономического роста.

Для обеспечения условий повышения конкурентоспособности необходимо разработать четкую государственную стратегию достижения конкурентоспособности национальной экономики Украины, которая отвечала бы ее ресурсотехнологічному уровню.

В связи с этим следует переосмыслить традиционные подходы относительно целей и условий формирования национальной модели открытой экономики. Такая модель может быть создана на основе учета очевидных корреляционных взаимосвязей внутренней и внешней

макроэкономической политики. Да, структурная перестройка отражается на параметрах конкурентной продукции, а расширение экспорта является позитивным фактором ее проведения.

Решить эту проблему можно лишь на основе системного подхода. Такой подход может быть реализован на основе последовательной структурной политики, которая ориентирована на реализацию национальных преимуществ, обеспечения экономической безопасности Украины, ускорения ее интеграции в мировую экономическую систему. Такая структурная политика должна отобразиться в программе структурной перестройки национальной экономики и особенно ее материального сектора. В такой программе должны быть определены отраслевые приоритеты, в которых предусматривается точечная поддержка важнейших видов технологических и экспортных производств, увязана с перспективами кооперации в рамках международных, и, в первую очередь, — европейских, отраслевых технологических программ.

Необходимы условия для повышения конкурентоспособности украинских предприятий могут быть созданы в результате проведения более четкой фиксированной и денежно-кредитной политики.

И опять обратимся к проблеме национальной налоговой политики. Общеизвестно, что главным ее принципом должны быть умеренность и расчет не на высокие ставки, а на широту базы налогообложения.

Также известно, что масса налогов, которые собираются, увеличивается при условиях уменьшения ставок налогообложения. Если налоги уменьшаются, качественно увеличиваются хозяйственный оборот и масса выработанных товаров, которые поддевают налогообложению, улучшается хозяйственная конъюнктура.

В Украине же налоговая нагрузка составляет более чем половину от ВВП. Хозяйства и предприятия обязаны платить: 51% начислений на заработную плату, 20% налогу на добавленную стоимость, 30% от балансовой прибыли, акцизный сбор, налог на землю, налог из владельцев

транспортных средств, сбор за загрязнение окружающей среды, сбор в Фонд для осуществления мероприятий по ликвидации последствий Чернобыльской катастрофы и фонда социальной защиты населения, сбор на обязательное государственное пенсионное страхование и другие налоги. Все насчитывается около 20 обязательных общегосударственных и 9 местных налогов и сборов. Если исправно платить все эти налоги, то предприниматель практически остается без средств не только для расширенного, а даже для простого воссоздания.

Таким образом, для создания благоприятных внутренних условий, при которых отечественные предприятия могут достичь соответствующего уровня международной конкурентоспособности, необходима взвешенная налоговая политика, которая даст возможность этим предприятиям работать высокоэффективно и производить продукцию на уровне мировых стандартов.

Продумана политика в денежно-кредитной сфере должна предотвращать последующие всплески инфляции, гарантировать прогнозируемый курс гривни, удешевити кредиты, наладить систему долгосрочного кредитования производства, развить систему экспортных кредитов и гарантий.

Еще одно внутреннее условие — активная инвестиционная политика, которая гарантирует достижение макроэкономической стабилизации. Но все же, невзирая на достигнутую макроэкономическую стабильность, Украина остается непривлекательной для прямых иностранных инвестиций. Дают взноски традиционные факторы инвестиционной непривлекательности — недостаточны надежность и авторитетность законодательной базы, сравнительно низкая рентабельность отраслей и конкретных объектов инвестирования, преграды административно-бюрократического характера и тому подобное. Кроме того, под воздействием жестких стабилизационных мероприятий спрос в стране сократился и перспективы его быстрого роста еще не предусматриваются.

А потому нельзя полагаться лишь на запад по достижению макроэкономической стабилизации. В законодательстве развитых стран для интенсификации привлечения капитала к производству используются немало механизмов регуляции денежных потоков. Например, во Франции, ФРГ и Нидерландах для выхода из кризисной ситуации центральные банки обязывали коммерческие банки направлять 30-35% капиталов в приоритетные сферы экономики (продовольствие, жилье, электроэнергетика, экспортные производства). В США коммерческие банки, которые направляли средства на долгосрочное инвестирование, автоматически получали льготы от Федеральной резервной системы в виде уменьшения учетной ставки. Опыт Федеральной резервной системы США был использован во Франции и Италии, а также в странах Азиатско-тихоокеанского региона.

В этих странах принимались меры для того, чтобы сбережения населения трансформировались в долгосрочные вложения. В том же направлении действовали стимулы для коммерческих банков — снижались резервные требования и уменьшался налог из прибыли. Подобные мероприятия применяются и к предприятиям.

В Украине реанимирования экономики и ее оживления невозможны без наполнения сферы производства реальным капиталом.

Для решения проблем могут быть использованы такие способы, как: послабление налогового груза с расширением налоговой базы и легализацией "теневой" экономики; поиск путей привлечения сбережений населения; мобилизация их через ценные бумаги; селективное стимулирование больших прямых иностранных инвестиций; использование иностранных кредитов и тому подобное.

Эффективной может быть и практика общего участия в высокоприбыльных проектах государства и предпринимательских кругов, которая может реализоваться в разнообразных формах. О позитивном опыте такого сотрудничества свидетельствует опыт новых индустриальных стран (классический пример — Республика Корея).

Благоприятные условия для достижения международной конкурентоспособности украинских предприятий создаются в результате деятельности совместных предприятий в свободных экономических зонах и на территориях приоритетного развития.

Опыт многих стран показывает, что во многом национальный конкурентный потенциал формируют предприятия среднего и малого бизнеса.

Необходимы условия должны быть созданные и для развития сферы услуг, которая играет незаурядную роль в поддержании конкурентоспособности многих ведущих стран (Бы. Губский. Конкурентоспособность украинской экономики: ориентиры макрополитики в кризисных условиях // Экономика Украины. — 1999. - №4.-с. 4-14)

Среди внутренних условий достижения международной конкурентоспособности украинских предприятий не последнюю роль играет социальный фактор. Для работников отечественных предприятий, которые производят конкурентоспособную продукцию на экспорт, повинные быть созданы такие условия, за которых они чувствовали бы позитивное влияние на свой уровень жизни результатов этой деятельности.

Относительно внешних условий международной конкурентоспособности украинских предприятий, то на их формирование могут влиять как объективные, так и субъективные факторы.

Объективные факторы возникают под действием общих закономерностей развития международного рынка. Важнейшей из них является конкретная ситуация на рынке той или другой продукции. А потому нашим предпринимателям необходимо изучать эту ситуацию и в своих действиях приспособливаться к ней.

Субъективные факторы полностью зависят от действия отечественных предпринимателей на международном рынке. Здесь важнейшим фактором может быть позитивный имидж отечественного предприятия, надежность его как партнера и высокое качество его продукции.

5. Международные перспективы реализации национальных конкурентных преимуществ

Каждая страна, которая пытается достичь и закрепить свои конкурентные преимущества на международном рынке, разрабатывает стратегию своей деятельности в этой сфере на перспективу.

В документе "Стратегия экономического и социального развития Украины (2004-2015 годы) "Путем Европейской интеграции" определено, что стратегия повышения конкурентоспособности национальной экономики будет направлена на создание стойкой эффективной и высокоадаптивной системы национальной экономики и ее субъектов, способных успешно конкурировать в условиях глобализации мировой экономики, обеспечивая Украине достойное место в мировом и европейском делении труда. Это будет достигаться путем усовершенствования организационно-правовых основ функционирования национальной экономики, создания стабильной макроэкономической среды, условий свободного развития и динамического роста.

Повышение конкурентоспособности национальной экономики требует от государства разработки и координации системы мероприятий по увеличению эффективности работы субъектов ведения хозяйства, обеспечения секторам украинской экономики паритетных условий функционирования, обоснованной открытости и доступа иностранных субъектов внешнеэкономической деятельности на внутренний рынок Украины с одновременным стимулированием отечественного производителя и поддержанием его интересов на международной арене, созданием высоко платежеспособного спроса за счет реализации новых подходов к политике доходов населения, обеспечением развития научно-технических институций и повышением инновационного потенциала страны.

А еще в настоящем документе отмечается, что весомые возможности повышения конкурентоспособности национальной экономики открывают для Украины современные реалии расширения ЕС и вступление Украины к СОТ, а также усовершенствование экономических отношений со странами СНГ.

Стержнем утверждения международной конкурентоспособности должны служить реализация и использование национальных конкурентных преимуществ, которые предопределены наличием кадрового, научно-технического и технологического потенциалов украинской экономики, связанные с ее геостратегическим расположением. Организационно институциональной формой реализации национальных конкурентных преимуществ Украины должны стать ма-кротехнологии и соответствующие межотраслевые производственные комплексы, которые создадут каркас современной структурно промышленной политики. В связи с этим намечено, что до 2010-2015 гг. в Украине должны быть созданы реальные предпосылки внедрения, по крайней мере, два вида макротехнологий "Украина — транзитное государство" и "Украина — высокотехнологичное, авиакосмическое государство".

Дальше раскрывается содержание этих макротехнологий. Макротехнология "Украина — транзитное государство" будет опираться на геоэкономические преимущества Украины. Благодаря выгодному расположению Украины на грани двух интеграционных зон — европейской и евразийской — и необходимости активизировать сотрудничество в обоих напрямках Украина сможет использовать эффекты взаимодействия масштабных, глубоких и мощных интеграционных процессов. Наличие развитой транспортной сети будет создавать необходимые условия для транзита значительных объемов грузов.

В развитии транспортной системы Украины, повышении ее конкурентоспособности важное значение должны играть автомобильный, железнодорожный, трубопроводный, водный, воздушный и космический виды транспорта. Основными направлениями работы из наращивания

транзитных грузов должно стать создание национальной сети международных транспортных коридоров в соответствии с европейскими стандартами та интеграция Украины в транспортные системы Европы, Азии и Балтийско-черноморского региона, участие в формировании транспортно-коммуникационной сети снабжения каспийских энергоносителей на отечественные и международные рынки.

Макротехнология "Украина — высокотехнологичное, авиакосмическое государство" непосредственно связано из макротехнологией "Украина — транзитное государство", поскольку предусматривает дальнейшее развитие воздушного и космического транспорта Украины и его средств. Но главное здесь — высокие технологии, которые применяются в изготовлении самолетов и космических аппаратов. Стратегическая цель высокотехнологичного направления развития внешнеэкономических связей Украины в долгосрочной перспективе заключается в реализации конкурентных преимуществ, связанных с формированием новой структуры отечественного экспорта, в превращении преимущественно сырьевого экспорта в экспорт продукции с высокой мерой добавленной стоимости, в овладении "новой экономики", которая отвечает современным тенденциям и направлениям развития мировой торговли.

Основой практической реализации этого направления могут стать конкурентные преимущества, источником которых являются уникальные высокие технологии. В структуре украинской промышленности и сферы услуг есть ряд секторов, которые имеют уникальные высокие технологии, способные исполнить роль экспортного двигателя. Это в первую очередь авиакосмическая промышленность, судостроение (развитие коммерческого флота на основе освоения достижений военного судостроения), космические услуги по ввод-выводу объектов на околоземную орбиту, услуги по разрабатыванию программного обеспечения и тому подобное. Именно на этом направлении будет осуществляться переход украинского общества от

индустриального к постиндустриальному, от традиционной — к "новой экономике".

Применение приведенных выше макротехнологий, развитие на их основе двух комплексов — транспортного и высокотехнологичного должен стать предметом особенного внимания государства, которое должно интегрировать весь существующий набор инструментов государственной регуляции в целостную взаимоувязанную стратегию поощрения и развития соответствующих производств, конкурентоспособных в мировом масштабе. Такая стратегия должна изменить существующее распределение ресурсов, направив их в приоритетные отрасли (Стратегия экономического и социального развития Украины (2004-2015 годы) "Путем европейской интеграции" / Авт. кол. А.С. Гальчинский, В.М. Геець но др. Нац. ин-т стратег, дослідж. Ін-т екон. Прогнозирование НАН Украины. М-во економіки и по вопросам европ. інтегр. України. — К.: ИВЦ Держ-комстату України, 2004. — С. 80-83).

В современном мире международная экономическая конкуренция все больше заостряется. А потому, как отмечается в документе "Украина: продвижение в XXI век", современные процессы глобализации нуждаются от Украины как можно в более активном привлечении к международной торговой системе. Вхождение Украины в мировое экономическое пространство возможно лишь на базе открытости экономики с одновременным применением комплекса мероприятий по защите внутреннего рынка.

Для Украины лишь возможен путь долгосрочного стабильного роста. Это расширение внутреннего рынка и укрепление конкурентоспособности национальной экономики, ее отдельных производств и отраслей.

Единственным критерием деятельности властных структур является повышение конкурентоспособности экономики государства. Это задание должно реализоваться через:

новую стратегию промышленно инновационной политики;

внедрение надежной системы энергообеспечения и энергохранения;
превращение АПК в лидирующий сектор экономики;
утверждения Украины как транзитного государства, развитие информационных систем.

Основная цель стратегии промышленно инновационной политики — обеспечить модернизацию и структурную перестройку производственного потенциала, снизить его энерго- и материалоемность, повысить конкурентоспособность.

Реализация заданий промышленно инновационного развития украинской экономики предусматривает ряд мероприятий.

Во-первых, применение относительно высокотехнологичных производств программно целевых методов экономического управления. Для этого реализуются государственные программы, связанные с созданием новых поколений самолетов, ракетносителей, производством отдельных видов вооружений и военной техники, развитием компьютерной индустрии, судостроения технологий и тому подобное.

Во-вторых, реализация Комплексной государственной программы из энергосбережения.

В-третьих, развитие на основе современных и мировых достижений национальной информационной инфраструктуры, создания и использования перспективных технологий, телекоммуникационных сетей, средств информатики и систем связи. Украина имеет значительный, признанный в мире научно технологический потенциал и фундаментальные исследования в этих отраслях.

По-четверте, розвиток біологічної галузі, яка має унікальний науково-технічний потенціал. За умов державної підтримки та розвитку відповідної інфраструктури Україна зможе забезпечити вихід на світовий ринок зі зразками конкурентоспроможної біологічної продукції, яка не має аналогів у світі (наприклад, впровадження нових біотехнологій).

В-пятых, образование финансово промышленных групп, в том числе транснациональных, а также горизонтальных и вертикальных холдинговых компаний, научно-технических центров, технополисов, технопарков и тому подобное. В перспективе эти структуры должны образовать основной стержень научно технологического и инновационного процесса. Отдельные из них могут развиваться через механизм свободных экономических и офшорных зон.

В-шестых, осуществление мероприятий по стимулированию экспортной ориентации высокотехнологичных производств.

По-семе, институциональное обеспечение инновационной политики, в том числе содействие международному сотрудничеству в инновационной сфере, ее информационному и консалтинговому обеспечению, развитие трансферта технологий.

Для решения проблемы энергообеспечения нужно:

последовательно проводить приватизацию энергетической отрасли и должное ее правовое обеспечение;

преодолеть неплатежи и платежи в немонетарной форме;

упразднить налоговые льготы, предусмотренные для отдельных энергетических ресурсов;

развивать собственную топливно-энергетическую базу, расширять разведку и добычу нефти и газа.

Нужно обеспечить поддержку развития атомной энергетики, а также нетрадиционных и восстановительных источников энергии и малой гидроэнергетики.

Относительно реформ в аграрном секторе, то усилия государства будут консервироваться на возрождении села, превращении АПК в лидирующий, экспортоспособный сектор экономики.

В вопросах реформирования АПК важно, в частности, внедрить эффективные механизмы регуляции экспортно-импортных операций, недопустить импорт некачественных продуктов и продовольственных

товаров, производство которых в необходимых объемах может осуществлять национальный АПК.

Важным условием реализации национальных конкурентных преимуществ является выполнение Комплексной программы утверждения Украины как транзитного государства. Предусматривается создание в соответствии с международными стандартами национальной сети международных транспортных коридоров и интегрирования ее в транспортные страны Европы и Азии, Балтийского и Черноморского региона (Правительственный курьер. — 2000. — 28 сеч.).

В "Стратегии экономического и социального развития Украины (2004-2015 годы) "Путем европейской интеграции" определены стратегические приоритеты на 2004-2015 гг.

Важнейшим экономическим заданием нового этапа развитию Украины должно быть создание предпосылок для приобретения Украиной полноправного членства в Европейском Союзе. Украина уже прошла определенную часть этого пути. Принят ряд документов, практическая реализация которых нашла свое отображение в "Плане действий Украина — Европейский Союз". Европейская политика соседства".

Реализация заданий европейской интеграции решающей мерой зависит от прогресса на главном направлении — обеспечения постоянного роста и ускоренного преодоления на этой основе разрыва в объемах ВВП на одно лицо между Украиной и государствами — членами ЕС.

В такой ситуации необходимо реализовать стратегию опережающего развития, которая могла бы обеспечить ежегодные темпы роста ВВП в Украине в 1,5-2 раза выше, чем в целом в странах ЕС.

Украина может занять надлежащее место в Европе и мире при условии овладения инновационного пути развития, фундаменты которого должны быть заложены в процессе структурной перестройки экономики. Только таким образом можно обеспечить существенное повышение конкурентоспособности украинской экономики, изменить сырьевой вектор

развития экономических процессов, которые стихийно формируются в настоящее время.

Становление инновационной модели развития — это задание не только экономической политики. Идет речь об органическом сочетании политических, гуманитарных, социально психологических, микро- и макроэкономических факторов и институциональных предпосылок, которые лишь в комплексе способны предоставить ощутимых импульсов трансформационным процессам, развитию общества на инновационной основе.

Таким образом, сделано основой стратегического курса государственной политики, направленной на внедрение инновационной модели структурной перестройки и роста экономики, есть утверждение Украины как конкурентоспособного высокотехнологичного государства.

Дальше определено главное задание в социальной сфере — обеспечение надежных предпосылок реализации прав и свобод граждан во всех их проявлениях, утверждение среднего класса — основы политической стабильности и демократизации общества, значительное ограничение угрожающей дифференциации доходов населения и преодоления бедности.

Построение в Украине социально ориентированной рыночной экономики европейского типа — определяющий фактор усиления общественной привлекательности реформ, обеспечения им широкой общественной поддержки, утверждения современных европейских стандартов жизни.

Дальше определены этапы осуществления указанных социально-экономических превращений и количественные параметры роста.

Первый этап (2004-2005 гг.) — период формирования институциональных, финансовых и организационных предпосылок, глубоких качественных превращений во всех сферах общественной жизни — экономической, социальной, политической, духовной, преодоление существующих системных деформаций, обеспечения благоприятного инвестиционного

климата и необходимых принципов, укрепления конкурентоспособности отечественной экономики, долгосрочного экономического роста, усиления на этой основе имиджа Украины как стабильного международного партнера.

В этот период необходимо завершить формирование базовых институций рыночной экономики, создать среду здоровой и эффективной конкуренции.

Второй этап (2006-2009 гг.) — период развернутого экономического развития на основе осуществления комплексной модернизации предприятий, утверждения принципов и механизмов структурно инновационной модели социально ориентированной экономики, упорядочивания отношений собственности, глубокой демократизации общественных процессов. За эти годы необходимо обеспечить увеличение среднегодовых темпов прироста ВВП до 7,1%. В то же время должны оставаться высокими (до 12-13%) темпы роста инвестиций в основной капитал. Среднегодовой уровень инфляции должен быть снижен до 4-5%. Будет сохраняться высокий уровень роста реальных доходов населения — в пределах — 7-8% за год.

Третий этап (2010- 2015 гг.) — период закрепления стойких темпов роста с акцентами на решение широкого комплекса проблем улучшения благосостояния населения, ускоренной реализации структурных заданий евро интеграционного курса Украины. В отмеченный период среднегодовые темпы роста ВВП будут составлять 6%, инвестиций в основной капитал — 11,7%, реальных доходов населения — 6,0%. Инфляция в среднем за год уменьшится до 3-4% (Стратегия экономического и социального развития Украины (2004-2015 годы) "Путем европейской интеграции". — С. 42-46).

В своей речи на Всемирном экономическом форуме в Давосе Президент Украины Виктор Ющенко определил три стратегических цели в реализации европейского выбора Украины.

При этом первая стратегическая цель заключается в превращении украинской экономики на социальную рыночную систему, обеспечение ее устойчивого развития.

Для достижения этой цели уже в ближайшее время будет осуществлен ряд шагов, среди которых первый, — выведения из тени национальной экономики, 55% национальной экономики в настоящее время работают в тени. Налоги будут снижены, но их будут платить все. В ближайшее время привилегии для узкого круга избранных будут отменены, налоговая система станет прозрачной и стабильной.

Второй шаг — это возобновление основ макроэкономической стабильности. Бюджет будет сбалансирован, его стабилизационная роль будет усилена за счет коррекции, введения жестких бюджетных ограничений, принятия более четких принципов государственных заимствований.

Третій крок — боротьба з корупцією. Мій уряд не буде красти. Не будуть красти місцеві уряди, бізнес буде відділений від політики. Ми усунемо зайві перешкоди і надмірне регулювання там, де виникає предмет корупції. Адміністративна реформа сприятиме прозорості влади на всіх рівнях.

Шаг четвертый — утверждение справедливого правосудия. Мы будем утверждать независимость судебной ветви власти, завершить судебную реформу в Украине. Суд станет эффективным правовым механизмом решения конфликтов.

Содействие привлечению инвестиций — пятый шаг. Мы заинтересованы в приходе к нашей стране современной технологии и культуры ведения бизнеса. Мы будем поощрять инвестиции с помощью правовых и экономических механизмов.

Приватизация станет прозрачной, конкуренция инвесторов за привлекательные объекты будет вестись честно. Несколько дней тому назад, кстати, решением суда были арестованы активы "Криворожстали" —

объекта, который имел очень сомнительную приватизацию. В достижении нашей цели мы готовы сотрудничать с партнерами из разных стран мира.

Наша следующая стратегия — Украина хочет интенсивнее интегрироваться к мировой экономике. Мы будем добиваться быстрого получения статуса страны с рыночной экономикой и ускорим вступление в Мировую организацию торговли. Это задание 2005 года.

Украина — за укрепление взаимовыгодного партнерства со всеми соседями как на Востоке, так и на Западе. Мы готовы всесторонне развивать украинско-российское партнерство, имея целью реализацию наших экономических интересов, сохранения мира и стабильности на европейском пространстве. Уверенный, что такой наш подход нашел понимание в ходе моего визита в Москву.

Оранжевая революция открыла путь к новому качеству нашего партнерства и с объединенной Европой.

Третья наша стратегическая цель — Украина в Европейском Союзе. История, экономические перспективы, интересы людей удостоверяют: украинский путь в будущее — это путь, которым идет объединенная Европа. Обновленная Украина надеется в поддержку европейских институций и высоко оценивает сигнал, поданный 13 января Европейским парламентом. Верю, его призыв дать Украине четкую европейскую перспективу будет поддержан всеми.

Мы приветствуем намерения Европейского Союза разработать новую стратегию отношений с Украиной. Мы хотим, чтобы ее целью стало открытие для нашей страны дверей к Евросоюзу. Заявку о членстве в Европейском Союзе Украина намеревается подать в ближайшее время.

Хотел бы подчеркнуть, Украина может сделать весомый взнос в перестройку новой объединенной Европы. Назову для примера лишь несколько таких возможностей.

Возможность первая. Мы предлагаем активизировать наше сотрудничество в сфере обеспечения безопасности и стабильности, особенно в регионах общего соседства.

Пункт второй. Украина готова еще активнее принимать участие в реализации целей европейской политики безопасности и обороны. Наш взнос в миротворческие усилия Европейского Союза на Балканах уже получил высокую оценку.

Украина готова сделать свой взнос в сохранение стабильного энергоснабжения Европы, предложить для развития свой большой транзитный потенциал (Правительственный курьер. — 2005. — 1 лют.).

Кроме того, органически согласовываются с евроинтеграционным курсом нашего государства экономические отношения с Россией, другими странами СНГ, странами Центральной и Пивденне-схидной Европы, со странами, которые развиваются.

Внешнеэкономическая активность на рынках стран Азии, Африки, Латинской Америки должна быть целеустремленной, системной и динамической, органически вписываться в стратегию экономического роста и евроинтеграционного курса Украины.

Процессы интернационализации и глобализации хозяйственной жизни, открыт характер экономики Украины определяют необходимость продолжения и углубления сотрудничества с международными финансовыми институтами на устоявшихся принципах международного права, уважения взаимных интересов и позиций (Правительственный курьер, 4 июня в 2002 г.).

Успешное выполнение всех этих заданий будет способствовать созданию стойких и прозрачных международных перспектив реализации национальных конкурентных преимуществ.

Тема 4. Конкурентоспособность украинских предприятий на международных рынках

6. Модификация форм и методов конкуренции в трансформационный период
7. Стратегии украинских предприятий на международных рынках
8. Проблема интернационализации украинской экономики
9. Формирование внутренних и внешних условий международной конкурентоспособности украинских предприятий
10. Международные перспективы реализации национальных конкурентных преимуществ.

2. Модификация форм и методов конкуренции в трансформационный период

В условиях перехода от административно-командной системы хозяйствования к системе открытой экономики, которая характеризуется тем, что ликвидируется монополия государства и формируется система внешнеэкономических отношений на основе принципа свободы конкуренции, становится необходимой соответствующая модификация форм и методов конкуренции украинских предприятий, выступающих на международном рынке.

Модификация – это изменение, появление новых качеств в том или ином явлении.

Изменения в формах и методах конкуренции регулируются соответствующими законодательными актами. При этом государство выступает на защиту экономической конкуренции (Закон Украины «О защите экономической конкуренции» - определяет правовые положения защиты экономической конкуренции, ограничение монополизма в хозяйственной деятельности и направлен на обеспечение эффективного функционирования экономики Украины на основе развития конкурентных отношений.)

Этим законом ограничивается возможность субъектов хозяйствования в достижении ими монопольного доминирующего положения. Считается что субъект хозяйствования занимает монопольное положение на рынке, если:

- на этом рынке у него нет ни одного конкурента;
- он не претерпевает значительной конкуренции вследствие ограниченности возможностей доступа других субъектов хозяйствования относительно закупки сырья, материалов и сбыта товаров, а так же наличия барьеров для доступа на рынок других субъектов хозяйствования.

Установлено следующее количественное ограничение монополизации:

- Монопольным считается положение субъекта хозяйствования, доля которого на рынке превышает 35 %, и если он не докажет, что претерпевает при этом значительную конкуренцию;

- Если его доля на рынке составляет 35 % и менее, но он не претерпевает значительной конкуренции, вследствие сравнительно небольшого размера долей рынка, принадлежащих конкурентам;

- Считается, что каждый из двух или более субъектов хозяйствования занимает монопольное положение на рынке товара, если относительно вида товара между ними нет конкуренции или она носит не значительный характер;

- Монопольным считается также положение каждого из нескольких субъектов хозяйствования, если:

- Совокупная доля не более трех субъектов хозяйствования, которым на одном рынке принадлежат наибольшие доли рынка, превышающая 50 %;
- Совокупная доля не более 5-ти субъектов хозяйствования, которым на одном рынке принадлежат наибольшие доли этого рынка, превышающие 70 %.

Для обеспечения государственного контроля за соблюдением антимонопольного законодательства и защиты интересов предприятий и

потребителей от его нарушений, создано Антимонопольный комитет Украины.

Основные задания Антимонопольного комитета Украины:

- Совершение государственного контроля за соблюдением антимонопольного законодательства;
- Защита законных интересов предприятий и потребителей, путем применения мер относительно предупреждения и прекращения нарушений антимонопольного законодательства, наложение взысканий за нарушение антимонопольного законодательства, в пределах своих полномочий;
- Содействие развитию добросовестной конкуренции во всех сферах экономики.

Недобросовестной конкуренцией являются любые действия в конкуренции, которые противоречат правилам торговли и другим честным обычаям в предпринимательской деятельности.

К недобросовестной конкуренции относятся следующие действия:

- неправомерное использование чужих обозначений, рекламных материалов, упаковки;
- копирование внешнего вида товара (Копировали внешний вид, но не обозначили при этом настоящего производителя);
- сравнительная реклама. (Это такая реклама, которая содержит сравнение с товарами, работами, услугами или деятельностью другого хозяйствующего субъекта. Не считается неправомерным сравнение в рекламе, если предоставлены ведомости о товаре, работе, услуге, подтвержденные фактическими данными, являющимися достоверными, объективными, полезными для информирования потребителя;

Дискредитация хозяйствующего субъекта. Это означает распространение любой формы неправдивых, неточных или неполных ведомостей, связанных с личностью или деятельностью хозяйствующего субъекта, которые нанесли или могут нанести вред деловой репутации хозяйствующего субъекта;

- склонение хозяйствующего субъекта (предпринимателя) к разрыву договора с конкурентом;
- подкуп работника поставщика;
- достижение неправомερных преимуществ в конкуренции;
- неправомерный сбор коммерческой конфиденциальной информации;
- разглашение коммерческой тайны;
- неправомерное использование коммерческой тайны. Внедрение в производство или учет во время планирования или совершения предпринимательской деятельности без разрешения уполномоченного лица неправомерно собранных ведомостей, которые составляют, согласно законодательству Украины коммерческую тайну.

Сформированы следующие виды добросовестной конкуренции:

7. Управление качеством

Улучшение качества с одновременным повышением цены

Повышение качества без увеличения цены

Снижение качества с одновременным снижением цены...

8. Ценовая политика

Повышение цены

Снижение цены

Система скидок

9. Управление прибылью

Управление доходами

Управление расходами

10. Реклама

Реклама в СМИ

Упаковка и дизайн

Промоушн

11. Создание бренда (торговой марки)

12. Расширение рынка сбыта

Организация дилерской сети

Слияние, поглощение и т.д.

В трансформационный период в экономической сфере деятельности общества происходит тенденция тенизации экономических процессов Украины. Кроме конкурентного соревнования отдельных товаропроизводителей и отраслей, существует также соперничество двух верств экономики – законного и теневого.

Предприниматель, который выступает на контролируемом государственном рынке и который работает в рамках закона, сталкивается с конкуренцией с бока предпринимателей, которые используют незаконные методы:

- контрабанда;
- уклонение от уплаты налогов;
- незаконное (бесплатное) использование авторских прав;
- взятки, которые направлены на «упрощение» разрешительной системы государства, получения гос заказов, лицензий и др. выгод.

**КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**«УПРАВЛЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ»**

Тема 1. Конкуренция в системе рыночной экономики

1.1 Экономическая сущность, функции и методы конкуренции.

1.2 Типы конкурентной среды.

1.3 Оценка рыночной части и интенсивности конкуренции.

1.1 Экономическая сущность, функции и методы конкуренции

Ученые придерживаются одной из трех трактовок конкуренции: поведенческой, структурной, функциональной.

Поведенческая трактовка – это понимание конкуренции как борьбы за деньги потребителей путем удовлетворения их потребностей.

Структурная трактовка – анализ структуры рынка для определения степени свободы продавца и покупателя на рынке, а также способа выхода на него.

Функциональная трактовка – это соперничество старого с новым.

Наиболее типовые толкования понятия конкуренции

- соревнование на рынке в условиях отсутствия монополии;
- соперничество между двумя или несколькими экономическими субъектами хозяйственной деятельности с целью получения высшего результата от своей коммерческой деятельности;
- это вид экономической борьбы, где победу получает более изобретательный, умный и сильный соперник;
- соперничество среди участников рынка за лучшие условия производства и реализации продукции.

Исходя из выше приведенного, Конкуренция — **один** из важнейших элементов рыночного механизма. Именно конкуренции принадлежит роль координации действий независимых экономических субъектов в рыночной экономической системе через систему цен, спрос и предложение.

*Конкуренция, прежде всего, предусматривает наличие **объекта и субъектов** конкуренции.*

В международном аспекте **субъектами** мирового рынка выступают: государства, регионы (региональные группировки), отрасли, предприятия, транснациональные корпорации.

Объектом конкуренции *субъектов рынка* являются экономические блага — товары и услуги (их цены, качество и тому подобное).

Формы конкуренции:

1) предметная — конкуренция между товарами одной ассортиментной группы, между аналогичными объектами, которые удовлетворяют ту же потребность;

2) функциональная — конкуренция между товарами (объектами) — заменителями.

Конкуренция охватывает микро-, мезо-, макро- и мегауровни экономической системы.

Микроуровень конкуренции (внутриотраслевая конкуренция) — это конкуренция между предприятиями одной отрасли. Ее результатом является формирование средней цены производства в целом по отрасли.

Мезоуровень конкуренции (межотраслевая конкуренция) — это конкуренция между предприятиями разных отраслей. Объектом мезоуровневой конкуренции являются не взаимозаменяемые товары и услуги. Ее результатом является установление средней нормы прибыли в экономике в целом.

Макро- и мегауровни конкуренции охватывают конкуренцию (соперничество) стран и региональных группировок за создание лучших условий для бизнеса и повышения качества жизни их населения.

Международная конкуренция — явление международной экономической среды, которая возникает в результате развития и интенсификации международного экономического обмена и формирования мирового рынка.

Как явление международных экономических отношений международная конкуренция — это форма соперничества субъектов мирового рынка, который возникает в процессе их взаимодействия и направленная на достижение целей их международной экономической деятельности.

Как процесс международная конкуренция является проявлением специфического (трансграничного) вида взаимодействия субъектов мирового рынка, который характеризуется определенной структурой и техникой, последствиями и результатами, а также определенными условиями и правилами его ведения.

Главным условием возникновения международной конкуренции как явления и как процессу есть наличие у субъекта такого уровня конкурентных преимуществ, который через де-факто ведет к признанию его в этом качестве другими субъектами, которые раньше определили и распределили между собой свои позиции и роли в мировых хозяйственных процессах.

Специфические особенности международной конкуренции как процесса предопределяются, прежде всего, тем, что реализация конкурентных преимуществ даже наивысшего ранга в международной среде осуществляется далеко не по принципам и постулатам классических теорий международной торговли, а на основе более сложного стратегического поведения субъектов мирового рынка.

Важнейшей особенностью международной конкуренции является ее специфическое экономическое, законодательное и политическое поле конкуренции, а также его социокультурный фон, которые существенно отличают его от внутренних рынков стран.

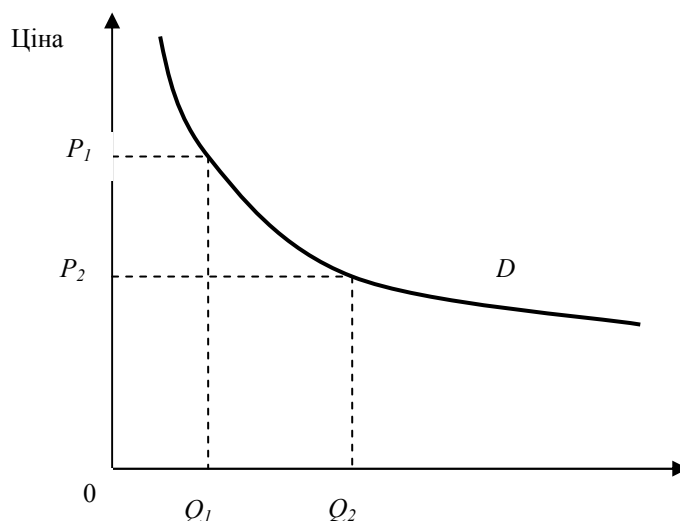
Современный мировой рынок, несмотря на насыщенность нормами и правилами поведения на нем экономических субъектов, формирования международных регулятивных механизмов и институций, качественно и количественно отличается от внутренних национальных рынков, правовое функционирование которых имеет законодательный характер.

Законов функционирования и регулирования мирового рынка не существует вообще: международное право имеет прецедентный и согласительный, но не законодательный характер.

По виду конкурентной борьбы конкуренция носит **ценовой** и **неценовой** характер.

Ценовая конкуренция — это вид конкурентной борьбы, которая ведется с помощью цен, и проявляется прежде всего в их снижении с целью стимулирования спроса.

Графически это показывает движение по кривой спроса D (рис.3). Компания, которая реализует OQ_1 товаров по цене P_1 может увеличить сбыт к OQ_2 изделий, снизив цену к уровню P_2 .



Ценовую конкуренцию может начать лидер или доминирующая в отрасли фирма с целью подавления экономической активности конкурентов. Но ее может инициировать и более мелкое предприятие, которое бросает вызов другим производителям как шанс выжить в конкурентной борьбе.

Основными приемами ценовой конкуренции является:

1) **«ценовая война»** путем ощутимого снижения цен на свои товары отдельной фирмой. В этом случае конкуренты, которые не могут снижать цену из-за высоких расходов производства, терпят убытки, нередко разоряются и уходят из отрасли. Потом цены поднимаются снова, и инициатор «войны» компенсирует расходы, связанные с вытеснением конкурентов.

Однако если конкуренты могут предпринять в ответ определенные шаги, ценовая война оказывается малоэффективной. Более того, фирма может попасть в так называемую «мертвую петлю» — процесс стремительного падения компании, которая вошла в текущий круг неудач.

2) **«сдерживание цен»**. Этот прием эффективен в условиях инфляции. Однако воспользоваться им могут не все.

3) **«маневрирование ценами»** путем предоставления разных скидок, тайного снижения цен, установления одинаковых цен или максимального уравнивания цен на товары разного качества.

Наибольшее распространение среди этих мероприятий получило установление цен со скидками.

Отметим, что использование скидок оправдано только относительно товаров с эластичным спросом. Тогда низкие цены обуславливают такое увеличение спроса, при котором прибыль фирмы, получаемая от реализации большего количества товаров, не только не уменьшается, но и растет;

4) **«ценовой прорыв»** - метод, который означает проникновение на рынок с принципиально новой продукцией. Он допускает установление начальной цены на продукцию фирмы ниже уровня рыночных цен (в среднем на 30—50 %) при высоком качестве продукции с целью привлечения массового покупателя и увеличения доли фирмы на рынке.

Стратегия эффективна, если существует значительный потребительский рынок, спрос покупателей достаточно эластичен, а «цена внедрения» ниже уровня расходов производства основных конкурентов, что не позволяет им быстро и существенно снизить свои цены.

Вместе с тем следует помнить о неминуемых расходах и пределах ценовой конкуренции:

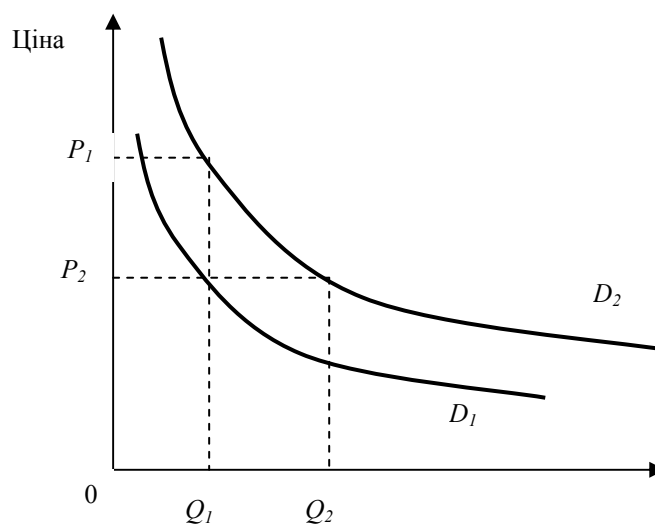
во-первых, понижение цены ведет к уменьшению прибыли, причем снижение последней идет тем сильнее, чем больше падают цены;

во-вторых, постоянное манипулирование ценами взрывает финансовую стабильность фирмы, осложняет планирование ее деятельности и весь цикл менеджмента;

в-третьих, ценовая конкуренция в большинстве стран ограничена законодательством; снижение цен не должно доходить до уровня демпинга.

Неценовая конкуренция базируется на выделении отдельных товаров из ряда товаров-конкурентов и придании им уникальных, отличительных для покупателя свойств. Для этого производители прибегают к улучшению качества своей продукции, выпуска новых изделий, предоставления широкого круга дополнительных услуг, организации после продажного обслуживания клиентов, активной рекламной кампании и других методов. В результате удается увеличить сбыт при данной цене или продавать первичное количество товаров по высшей цене.

Графически это показывают сдвиги кривой спроса D , (на продукцию без отличительных особенностей) к состоянию D_2 (на продукцию с отличительными особенностями). Причем по прежней цене P_1 фирма может реализовать уже не OQ_1 , а OQ_2 товаров, но она может продавать и прежнее количество OQ_1 товаров по высшей цене P_2 (рис.).



Особенной разновидностью неценовой конкуренции является конкуренция, **основанная на времени**. Ее концепция, предложенная консалтинговой «группой Бостона», заключается в том, чтобы превратить в фактор конкурентного преимущества время от зарождения идеи продукта к началу его поставок клиентам.

Дело и в том, что время, которое тратится фирмой на выполнение заказа клиента (производительное время), определяет не только величину расходов компании, но и служит лакмусовой бумажкой того, насколько внимательные ее сотрудники к клиентам. Концентрация усилий компании на сокращении времени выполнения заказов позволяет снижать расходы и улучшать сервис одновременно.

Дж. Сток и Т. Хаут открыли правило «от 0,05 до 5», которое свидетельствует: для большинства продуктов только от 0,05 до 5% всего времени является «производительным», что увеличивает ценность продукта. Больше 95% времени, когда продукт в той или другой форме проводит в производящей его компании, теряется даром. Устранив потери, - время выхода продукции на рынок можно сократить в 20—200 раз. Время выхода продукции на рынок должно сопоставляться с аналогичными показателями конкурентов. Значение конкуренции — опередить соперников в этой гонке.

Не меньшую актуальность имеет и **конкуренция, основанная на времени потребления товара**. Она вытекает из распределения товаров на такие товары, которые способны сохранять личное время покупателей. *Например, потребителями личного времени является: пересмотр телепередач, рыбалка, занятие спортом, то есть все, что относится к досугу. Приобретение таких товаров и услуг зависит от распределения свободного времени конкретным потребителем. Причем оплачиваемое таким образом время обычно увеличивается по мере роста заработного труда и уровня жизни покупателей.*

Товарами, которые сохраняют время, чаще всего являются услуги: уборка дома, отложенная «на потом»; обеды в ресторанах быстрого обслуживания; покупка еды, которую можно брать с собой и употреблять дома или на улице; покупки в небольших магазинах, на АЗС и т. п.; приготовление еды из замороженных готовых продуктов; осуществление покупок по почте, по телефону, через Internet; наем работников для ухода за

домом; приобретение таких товаров длительного пользования, как посудомоечные машины или печи СВЧ.

В отдельных случаях применяется двойное использование времени, или *полихрония* — сочетание разных видов деятельности. Учитывая это, много продуктов позиционируются именно как те, которые позволяют выполнять несколько дел одновременно.

Некоторые производители товаров и услуг постоянно ориентируются на «цену времени»:

создавая товары, которые уменьшают цену времени;

удобно располагая свои торговые предприятия или предоставляя информацию о том, как лучше к ним добраться;

предлагая быструю доставку товару.

Ценовая и неценовая конкуренция не является антиподами друг другу, их механизмы могут совмещаться и приносить дополнительные выгоды производителям.

1.2 Типы конкурентной среды.

Форма конкурентной борьбы зависит от характера конкурентной ситуации на рынке, который обуславливает степень взаимозависимости конкурентов и результаты их хозяйственной деятельности.

За обычаем различают четыре основных рыночных структуры:

- 1) совершенная (чистая, полная) конкуренция;
- 2) монополистическая (несовершенная) конкуренция;
- 3) олигополия;
- 4) монополия.

Рассмотрим их детально, обращая внимание на особенности поведения конкурентов в отдельно взятой ситуации.

В условиях **совершенной (чистой, полной)** конкуренции на рынке насчитывается большое количество независимых продавцов и покупателей. При

этом продавцы предлагают стандартную (однородную), полностью взаимозаменяемую без отличительных характеристик продукцию, одного вида и одного качества.

Поскольку же фирм-продавцов много, то доля каждой на рынке незначительная и ни одна из фирм не может диктовать свои условия и цену потребителю, равно как и влиять на решение других участников рынка.

Цена устанавливается самим рынком, в зависимости от соотношения спроса и предложения, а фирма принимает эту рыночную цену.

При чистой конкуренции нет никаких серьезных препятствий относительно перемещения ресурсов из отрасли в отрасль. Новые фирмы могут свободно проникать в отрасль, а уже существующие фирмы свободно ее покидать, поскольку отсутствуют законодательные, технологические и финансовые барьеры. Иначе говоря, конкуренция протекает в чистом виде.

Чистая конкуренция наиболее благоприятна для общества и потребителей, поскольку в этом случае производство продукции осуществляется самым экономным способом при ценовой конкуренции производителей. Именно продажей товаров по низким ценам последние стремятся привлечь к себе потребителей, создавая одновременно надежную деловую репутацию в долгосрочной перспективе, при этом интерес фирмы заключается в том, чтобы уменьшить степень однородности и заменяемости, избавиться обезличенности чистой конкуренции.

При монополистической конкуренции в отрасли и на рынке существует относительно большое число самостоятельно хозяйничающих фирм-производителей. Основу монополии создает дифференциация товара, то есть те отличительные преимущества, благодаря которым отдельная группа покупателей отдает свое предпочтение именно данному товару. Производство дифференцированных продуктов позволяет отдельно взятой фирме контролировать цену на свою продукцию. При этом степень контроля над ценами прямо зависит от степени дифференциации продукта. Дифференциация товара требует значительных финансовых средств, чем создает экономические барьеры для вступления в отрасль новых фирм. Дополнительным препятствием для проникновения в среду монополистической конкуренции часто является также владение фирмами-

производителями патентами на свою продукцию и авторскими правами (товарным знаком), которые охраняются законодательством.

Однако фирмы, действующие в условиях монополистической конкуренции, нередко прибегают и к ценовой конкуренции, в частности к скрытой ценовой конкуренции. Для этого используется такой критерий конкурентоспособности, как цена потребления, то есть расходы покупателя не только на покупку товара (цена товара), но и на его последующее потребление и эксплуатацию. Цена потребления, таким образом, значительно выше продажной цены товара, а по отдельным наименованиям продукции может превышать ее в несколько раз.

Олигополия, или «продажа немногими», относится к отрасли и рынкам с ограниченным числом крупных продавцов, которые концентрируют в своих руках предложение какого-либо товара. Обобщенное правило заключается в следующем: олигополия возникает и существует тогда, когда число фирм в отрасли и на рынке настолько мало, что каждая, из них, осуществляя какие-либо изменения в своей ценовой и другой хозяйственной практике, вынужденная принимать во внимание реакцию со стороны конкурентов, то есть зависит от них.

Допустимо, что в отрасли пять фирм, и каждая владеет приблизительно 20 % рынку некоторого продукта. Если одна из фирм уценит на свой товар, то рыночный спрос повысится на эту продукцию, которая немедленно отобразится на других фирмах. Последние должны будут принять меры пресечений — также снизить цены, причем возможно, еще более ощутимо, чем это сделала первая фирма, то есть, в сущности, начать ценовую войну. Однако, понимая, что в выигрыше никто из конкурентов не останется, ни одна из фирм в олигополистичной отрасли на деле не меняет свою ценовую политику, не спрогнозировав действий конкурентов в ответ .

В условиях олигополии фирмы производят как однородные, так и дифференцированные товары. В этом случае большие фирмы с абсолютно однородной продукцией в базовых отраслях образуют **олигополию первого вида, или недифференцированную олигополию.** В то же время производство многих потребительских товаров (автомобили, моющие средства, бытовые приборы, швейные изделия и др.) является дифференцированным, а потому большие фирмы, в данном случае

образуют **олигополию второго вида**, или дифференцированную олигополию.

Чистая (абсолютная) монополия (от греч. «монос» — один, «полео» — продаю) — это отрасль, которую представляет только один производитель. Продукт уникален, не имеет близких заменителей и не требует значительных денежных средств на свою рекламу и продвижение. У покупателя нет альтернативы: нужно или покупать продукцию у монополиста, или не покупать вообще. В отличие от других рыночных структур и конкурентных ситуаций монополия полностью контролирует цену на свою продукцию, будучи «Price maker» — «поставщиком цены», которая «делает цену на рынке. Одновременно она контролирует и общий объем производства и предложения.

Такая ситуация содержится с помощью весьма серьезных барьеров для вступления в отрасль, которые полностью блокируют всю потенциальную конкуренцию.

Тема 2 Конкурентоспособность товаров и услуг на мировом рынке

2.1 Понятие конкурентоспособности и конкурентных преимуществ товара (услуги)

2.2 Методы оценивания конкурентоспособности товара (услуги).

2.1 Понятие конкурентоспособности и конкурентных преимуществ товара (услуги)

В общем виде, «конкурентоспособность» можно определить как способность достичь наилучших результатов в конкретной сфере деятельности в процессе соперничества. *Важнейшее значение в данном определении имеет аспект рыночного соперничества, потому что именно он образует принципы определения понятия „конкурентоспособность“.*

В экономической сфере соперничество приобретает форму экономического соревнования субъектов ведения хозяйства. Поэтому для данной сферы оценки и анализа конкурентоспособности она трактуется как владение свойствами, которые формируют преимущества для субъекта экономического соревнования. При этом главный предмет экономического соперничества заключается в борьбе за потребителя и ресурсы.

Понятие конкурентоспособности, критерии ее оценки не стандартизированы - чаще это понятие касается товара [], но отождествление понятий конкурентоспособности товара и предприятия не является корректным. Поэтому следует отметить, что понятие „конкурентоспособность“ распространяется не только на продукцию, но и на предприятия, отрасли, страны.

Конкурентоспособность товара является условием конкурентоспособности предприятия, поскольку последнее не может быть конкурентоспособным если его продукция не имеет сбыт.

Да, Ю.Иванов отмечает: „ во-первых, под конкурентоспособностью понимают степень соответствия конкретного товара в каждый данный момент времени требованиям выбранного рынка по техническим экономическим и вторым характеристикам. Во-вторых это комплекс факторов, отражающих как технико-экономические характеристики продукции, так и условия их реализации. В-третьих, под конкурентоспособностью товара понимается комплекс потребительских и стоимостных характеристик, в связи с которыми происходит распределение спроса между теми или иными обращающимися на рынке товарами. Уровень конкурентоспособности товара определяется в конечном итоге покупателем, который, приобретая продукцию, признает ее соответствие своим потребностям” [].

Конкурентоспособность продукции определяется ее техническими, качественными, эргономичными и другими характеристиками, которые, как минимум, должны отвечать, уровню аналогичных характеристик продукции

конкурентов или иметь более низкую цену при более слабых характеристиках, а как максимум – превосходить характеристики продукции, которая выпускается конкурентами.

Конкурентоспособным является товар, у которого совокупный полезный эффект (I) на единицу расходов (P) выше, чем у других, и при этом величина, ни одного из критериев не должны являться неприемлемой для потребителя:

$$K = \frac{P}{I} \rightarrow \min$$

То есть комплекс потребительских и качественных свойств товара обеспечивает ему коммерческий успех, позволяет выгодно (получив прибыль) обменять его на денежный эквивалент в условиях распространенного предложения.

Анализ приведенных определений конкурентоспособности продукции позволяет выделить следующие ее особенности.

Во-первых, конкурентоспособность продукции – это степень ее привлекательности и соответствия потребностям потребителя.

Во-вторых, конкурентоспособности присущий динамический характер (присутствует влияние фактора времени).

В-третьих, конкурентоспособность зависит от стадии жизненного цикла продукции.

В-четвертых, определение уровня конкурентоспособности происходит по сравнению с товарами-аналогами конкурентов.

В-пятых, в числе наиболее сложных проблем оценки конкурентоспособности продукции находится проблема оценки конкурентоспособности наукоемкой продукции, как объекта стратегического развития предприятия, региона, государства.

То есть, конкурентоспособным является тот товар, который способен максимально удовлетворять требованиям и потребностям потребителя, обеспечивая при этом оптимальное соотношение своих стоимостных и качественных характеристик, чем и создает преимущество на конкурентном рынке.

Конкурентоспособность продукции — весомый критерий целесообразности выхода предприятия на внешний рынок, условие эффективного проведения внешнеэкономических операций и составляющая выбора средств и методов производственно-экспортной деятельности, которая представляет собой совокупность качественных и стоимостных признаков продукции, которые обеспечивают удовлетворение конкретных потребностей потребителей.

Критериями оценки конкурентоспособности продукции на внешнем рынке следует считать факторы, которые определяют его конъюнктуру:

- наличие потребителя данного вида продукции;
- количество конкурентов, которые выпускают аналогичную продукцию;
- объемы производства и реализации продукции предприятий-

конкурентов в целом и в сфере деятельности украинского предприятия;

- важность для конкурентов «лидерства» на том сегменте рынка, который овладел или планируется к «завоеванию» отечественным предприятием;

- основные направления конкурентной борьбы на внешнем рынке;

- оценка стратегической деятельности конкурентов (контроль за каналами сбыта и деятельностью предприятий-поставщиков с целью снижения уровня расходов);

- политика горизонтальной интеграции (с целью выявления возможностей проведения контроля и управления состоянием секторов определенной отрасли);

- разнообразие методов конкуренции (цены, качество, технологический уровень, дизайн продукции, сервисные услуги, имидж предприятия, товарный знак и тому подобное);

- стабильность спроса на продукцию, который имеет предприятие на каждом сегменте рынка.

В современных условиях на мировом рынке на смену ценовой конкуренции пришла неценовая, то есть конкуренция технического и качественного уровня продукции. В конкурентной борьбе за рынки сбыта побеждает не тот, кто предлагает низшие цены, а тот, кто предлагает высшее качество, поскольку продукция с лучшим качеством значительно более эффективна в использовании. Однако при этом роль цены не уменьшается, она всегда была и будет выступать самым влиятельным критерием максимизации прибыли.

Конкурентоспособность экспортной продукции характеризуют показатели спроса на нее, а экономический эффект выражается величиной полученной прибыли от реализации продукции на внешнем рынке. Кроме этого, на уровень конкурентоспособности продукции указывают такие экономические показатели, как:

- 1) динамика экспорта продукции в стоимостном и натуральном воспроизведении (*превышение темпов роста стоимостного объема продукции с учетом инфляционного повышения цен над ростом ее физического объема свидетельствует о повышении спроса на нее*);

- 2) отношение прибыли от реализации продукции на внешнем рынке к объему ее экспорта (*увеличение такого показателя указывает на повышение конкурентоспособности продукции*);

- 3) отношение объемов реализации экспортной продукции к стоимости материально-производственных запасов (*уменьшение этого показателя свидетельствует о замедлении оборотности запасов из-за снижения спроса на продукцию или увеличение материальных запасов*);

- 4) отношение объемов реализации экспорта к нереализованной экспортной продукции (*уменьшение этого показателя свидетельствует о снижении спроса или перепроизводстве экспортной продукции*);

- 5) отношение объемов реализации экспорта к дебиторской задолженности, которое отображает объемы коммерческих кредитов,

предоставленных иностранным покупателям (чем высший спрос на экспортную продукцию, тем низший размер кредита, меньшая дебиторская задолженность);

б) «портфель» иностранных заказов, объем которого характеризует уровень спроса на продукцию отечественных предприятий;

7) загрузка производственных мощностей изготовлением продукции на экспорт (снижение спроса вызывает уменьшение данного показателя);

8) объемы и направления капиталовложений (показатель воспроизводит степень направления капитальных инвестиций на производство самых перспективных и конкурентоспособных видов продукции).

При определении конкурентоспособности продукции нужно опираться на следующие основные методологические принципы:

- конкурентоспособность продукции оценивается путем сравнения двух или больше аналогов, что предопределяет относительность данного показателя;
- при оценке конкурентоспособности продукции учитываются не все свойства, а лишь те, которые вызывают интерес иностранного потребителя, удовлетворяя его потребности;
- уровень конкурентоспособности определяется для отдельного вида продукции с учетом конкретных условий ее реализации и потребления, то есть для конкретного рынка сбыта или его сектора.

На конкурентоспособность экспортной продукции влияет ряд факторов (рис.)



Рис. Основные факторы влияния на конкурентоспособность продукции

К факторам, которые непосредственно влияют на обеспечение конкурентоспособности экспортной продукции, следует отнести не только высокое качество и экономические условия продажи, но и ряд неценовых факторов: уникальность, эффективность базы для распространения

информации о продукции, динамизме сбыта и возможности быстрого реагирования на рыночные достижения.

Проблема повышения конкурентоспособности имеет несколько аспектов: технический, организационный, экономический, социальный, психологический, юридический (правовой), коммерческим, и хотя все они составляют единую систему обеспечения конкурентоспособности продукции, существует соответствующая последовательность в решении вопросов каждого из аспектов с учетом их «весомости»:

- 1) ценовая политика относительно конкурентоспособности продукции;
- 2) инвестиционная политика государства относительно выпуска конкурентоспособной продукции;
- 3) налогообложение предприятий, которые выпускают конкурентоспособную продукцию;
- 4) кредитная политика государства и банковских структур относительно предприятий, которые выпускают конкурентоспособную экспортную продукцию, и относительно самой конкурентоспособной продукции (разработка, освоение, производство);
- 5) регулирование импорта продукции;
- 6) регулирование финансового учета;
- 7) антимонопольная политика.

Мероприятия повышения конкурентоспособности на уровне государственного регулирования приведены на рис.



Организационные меры, направленные на повышение конкурентоспособности предприятия, через повышение конкурентоспособности выпускаемой продукции представлены на рисунке 2.

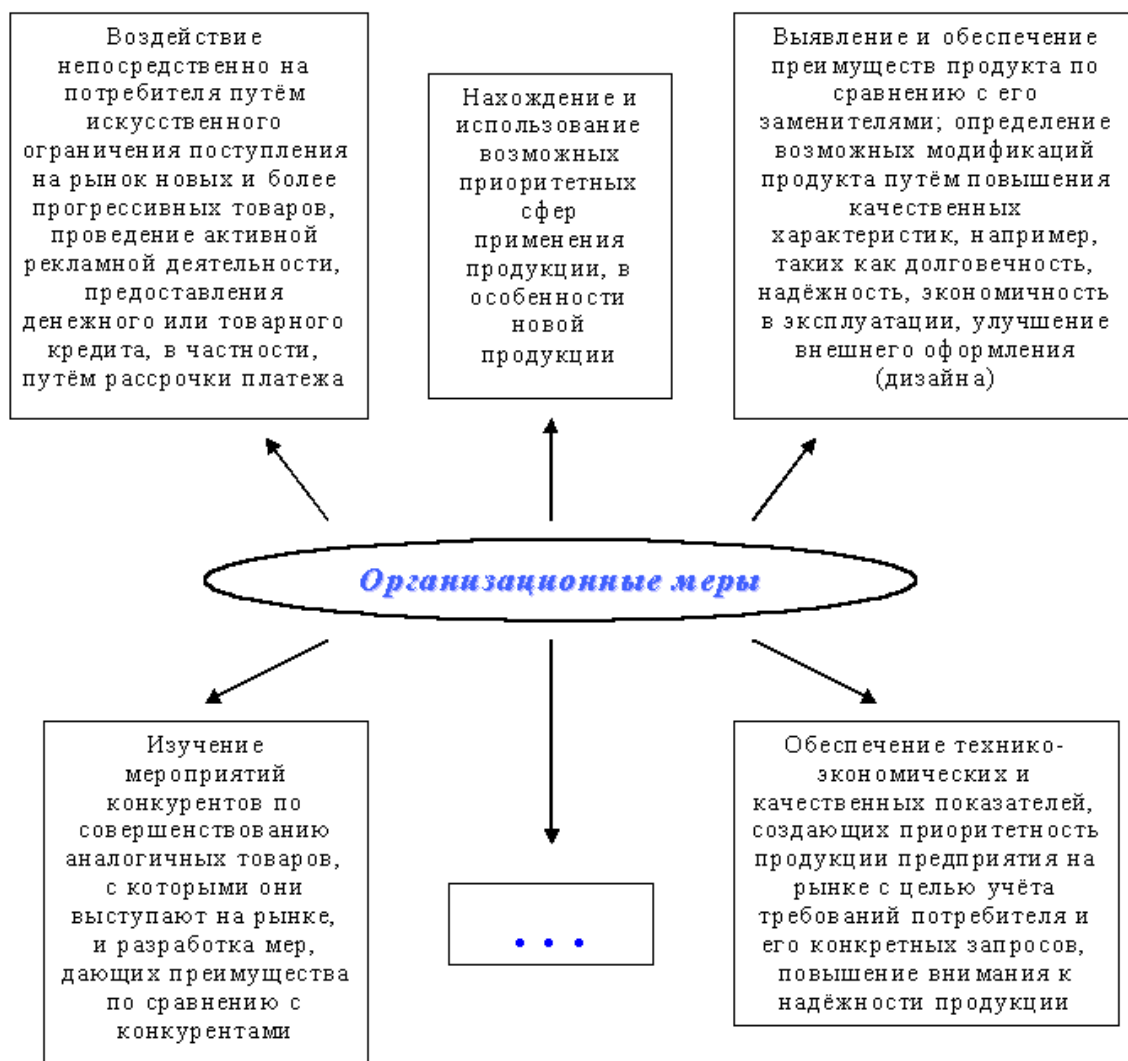


Рис.2. Организационные меры по повышению конкурентоспособности продукции.

Как следствие, отметим: если в результате проведения мероприятий наша продукция выдержит соперничество, то есть потребитель примет установленную на товар цену, то продукцию (в относительном смысле) можно будет считать действительно качественной и способной к существованию на рынке. Что и предопределяет конкурентоспособность самой фирмы [6].

Тема 3. Факторы влияния на конкурентоспособность предприятия

Одним из направлений, **которые** объясняет источники конкурентоспособности на уровне стран, их групп, отраслей и корпоративных объединений предприятий, является классическая теория международного деления труда. *Еще классика политической экономики задумывалась над тем, почему некоторые государства являются производителями и экспортерами определенных товаров. Адаму Смиту принадлежит теория абсолютных расходов, согласно которой страна экспортирует продукцию, если ее расходы ниже, чем в других странах.*

Давид Рикардо усовершенствовал и предложил концепцию сравнительных расходов: рыночные силы сами направят ресурсы страны туда, где они могут быть применены наиболее производительно; основой торговли являются различия в производительности труда в разных странах, и в обмене преимущество получают те страны, которые производят продукцию с меньшими расходами. В соответствии с законом сравнительных расходов страна специализируется на производстве и экспорте продукции, которая относительно более дешевая, и импорте той, которая в других странах относительно более дорогая, сравнительно с внутренним рынком.

Теория сравнительных расходов была модифицирована в теорию сравнительных преимуществ Она (теория Хекшнера и Олина) базируется на том, что все страны имеют приблизительно одинаковую технологию, но по-разному наделенные такими факторами производства, как земля, рабочая сила, природные ресурсы и капитал. Эти факторы являются предпосылкой производственного процесса. Выводы, какие они получили, имеют название "Теорема Хекшнера-Олина", суть которой в следующем: страна экспортирует продукцию, в производстве которой наиболее эффективно использованы избыточные факторы производства, и импортирует продукцию с дефицитными факторами производства.

На конкурентоспособность предприятия влияют факторы всех уровней **конкурентных** отношений.

Фактор конкурентоспособности — это условие (причина), которое непосредственно влияет на уровень конкурентоспособности предприятия и обуславливает его конкурентную позицию на внешнем рынке.

Факторы, которые влияют на конкурентную борьбу:

- 1) размер рынка — чем больший, тем более сильные конкуренты;
- 2) темпы роста рынка — быстрый рост облегчает проникновение на рынок;
- 3) мощности — лишние мощности приводят к падению цен;
- 4) препятствия для входа или выхода из рынка — барьеры защищают позицию фирмы, их отсутствие делает рынки уязвимыми для проникновения туда неконкурентоспособных новичков;
- 5) цена;
- 6) уровень стандартизации товаров — покупатели имеют преимущество, потому что им легко перейти из одного товара на другой;
- 7) мобильные технологические модули;
- 8) требования к размерам необходимых капитальных вложений — твердые требования повышают риск, создают дополнительные барьеры входа — выходу;
- 9) вертикальная интеграция повышает требования к размерам капитала, приводит к сильным расхождениям в конкурентоспособности и расходах на производство — интегрированных, частично интегрированных и неинтегрируемых фирмах;
- 10) экономия на масштабе — увеличивает долю рынка, необходимую для достижения конкурентоспособности товара;
- 11) быстрое возобновление ассортимента.

Обобщая сказанное отметим, что одним из источников конкурентного преимущества страны является разный уровень производственных расходов,

который может быть следствием влияния таких факторов: цена на природные ресурсы, уровень оплаты труда, затраты на электроэнергию и др.

М. Портер разработал **концепцию** конкурентных преимуществ, которая базируется на принципе эффективности использования факторов производства и предложил *три* концептуальных положения **конкурентоспособности:**

1.Изменение технологии в полном смысле слова. Поставив технологию на первое место, Портер подчеркивает инновационность как главный фактор конкурентоспособности.

2.Овладение факторами, которые решают судьбу производства и сбыта (какие эти факторы Портер не указывает).

3.Интернационализация хозяйственных связей, глобализация стратегий и необходимость использования перспективных "источников силы и могущества", опережения потенциальных конкурентов, благодаря чему достигается значительный отрыв от распространенных технологий.

Поиском возможных источников конкурентоспособности на отраслевом уровне занимается теория ключевых факторов успеха. Согласно этой теории для всех предприятий отрасли существуют общие факторы, реализация которых открывает перспективы укрепить свои конкурентные позиции. Ключевые факторы успеха (КФУ) - это те факторы, которые vyplывают из требований рынка, те действия относительно реализации стратегии, конкурентные возможности, результаты деятельности, которые дают предприятию преимущества перед его конкурентами, позволяют ему быть конкурентоспособным, достичь финансового успеха

КФУ всегда оказываются в процессе сравнения своей продукции и своего предприятия с конкурентами.

Ниже подан список групп основных факторов успеха (КФУ), которые иллюстрируют этот подход [Лапуста]:

1.КФУ, что основываются на научно-технических преимуществах: опыт организации научных исследований (важные в отраслях высоких технологий),

способность быстро провести технологические и организационные изменения.

2.КФУ, связанные с лучшей организацией производства: низкие расходы на производство, высокое качество продукции, доступ к квалифицированной рабочей силе, высокая производительность труда.

3.КФУ, что касаются реализации продукции: широкая сеть гуртовых дистрибьюторов и дилеров, широкий доступ к розничной торговле, низкие расходы на реализацию, быстрая доставка.

4.КФУ, что основываются на маркетинге: четкое выполнение заказов покупателей, привлекательный дизайн товара или упаковка, доступный и хорошо организован сервис, широкий ассортимент и тому подобное.

5.КФУ, что основываются на владении специальными знаниями и опытом: владение секретами производства, профессиональное преимущество, умение быстро разрабатывать и продвигать на рынок новую продукцию, признан талант.

6.КФУ, связанные с организацией и управлением: опытная в этой сфере деятельности и хорошо сбалансирована управленческая команда, способность руководства быстро реагировать на изменения рыночных условий.

7.Другие КФУ: наличие доступа к финансовому капиталу, наличие возможностей и лоббирования интересов в государственных органах, безукоризненная репутация но др.

Исследованием источников конкурентоспособности на уровне предприятия занимается ресурсная концепция [Hunt]. Основной особенностью ориентированного на ресурсы подхода является то, что на первый план в исследовании источников конкурентоспособности выдвигаются сильные и слабые стороны предприятия. Только исходя из этого, утверждают сторонники данного подхода, можно обнаружить возможность завоевания и сохранения конкурентных преимуществ.

Основное положение ресурсной концепции заключается в том, что предприятие - это совокупность ресурсов, которые включают у себя:

- технические ресурсы (оборудование, инструмент, инвентарь, материалы и тому подобное);
- технологические ресурсы (квалификационный состав рабочих, их профессиональный уровень, способность к учебе и адаптации в новых условиях);
- ресурсы пространства (производственные помещения, коммуникации, возможность расширения);
- информационные ресурсы (наличие информации о внутренней и внешней среде, ее достоверности);
- финансовые ресурсы (активы, их ликвидность, возможность получения кредитов);
- управленческие ресурсы (гибкость системы управления, скорость принятия решений)
- другие виды ресурсов.

Чтобы иметь стратегическое значение и постоянно влиять на успех предприятия, ресурсы должны отвечать таким требованиям:

иметь определенную ценность, то есть обеспечивать внедрение той стратегии, которая способствует повышению эффективности;

быть особенными или исключительными, если конкуренты имеют такие же ресурсы, то предприятие не получает специфических преимуществ относительно них, так как они могут осуществлять такую же стратегию;

не подлежать имитации, в противном случае конкуренты также могут взять на вооружение аналогичную стратегию;

не иметь заменители, другими словами не повинные существовать эквивалентные ресурсы, на базе которых может реализоваться подобная стратегия.

Однако, если дан ресурс масс большое количество существующих и потенциальных конкурентов, то он не может быть источником стойкого конкурентного преимущества. То есть, ресурсы, которые являются основой

конкурентного преимущества, повинны противостоять дублированию другими предприятиями.

Относительно содержания конкурентного преимущества, существует целый ряд факторов конкурентоспособности:

низкого ранга - дешевая рабочая сила или сырье, которые могут легко получить конкуренты, то есть в целом это преимущества, которые базируются на уровне расходов;

высокого рангу-патентована технология, дифференциация на базе уникальных товаров и услуг, репутация предприятия - их можно удерживать длительное время. Им присущи такие особенности: нужны большие способности и навыки: таких преимуществ достигают при условии долговременных и интенсивных капиталовложений (в производственные мощности, учебы персонала, НИР и ОКР, рекламу, сбыт), они связаны с высоким риском. Преимущества высокого порядка не только дольше сохраняются, но и связанные с высшим уровнем производительности использования ресурсов, что с в предприятия.

За обеспечением видов конкурентных преимуществ факторы конкурентоспособности предприятия разделяют на тех, что:

обеспечивают низкий уровень расходов (эффект масштаба, основные фонды, технологические возможности, гибкость и оперативность системы управления);

обеспечивают дифференциацию (инновации, наличие специфических знаний, высокий уровень квалификации работников, информационные технологии, наличие известной марки, наличие ноу-хау, географическое расположение, доступность рынков);

факторы смешанного действия (эффекты синергии, которые являются источником конкурентных преимуществ как относительно расходов, так и относительно дифференциации).

Заслуживает на внимание технологический подход в исследовании конкурентоспособности. Основной постулат данного подхода заключается в

следующем: для того, чтобы система (организация, продукт) была высоко конкурентной, она должна быть спроектирована высоко конкурентной. Для этого существует ряд технологий: бизнесовые технологии, технологии управления расходами, человеческие технологии, математические технологии, технологии качества. системные технологии, технологии проектирования потребительской стоимости и др. Именно применение специальных технологий является источником конкурентного преимущества предприятия.

Главный лозунг данной теории: чтобы оставаться конкурентоспособной, организация должна стать на путь постоянных прогрессивных изменений.

Оригинальную модель факторов конкурентоспособности, построенную на основе много годового исследования японских компаний, предлагает японский ученый Т. Коно [Коно] (рис.1).

Главным показателем конкурентоспособности он считает долю предприятия на рынке. Конкурентоспособность предприятия можно выразить иерархией факторов пяти уровней.



Рис. 1. Иерархия факторов конкурентоспособности предприятия

1. Доля предприятия на рынке - функция $F(Q, P, S, C)$ (частица в предыдущем периоде), где Q - сравнительное качество товара, P -

относительная цена товара, S - фактор, который учитывает продвижение продукции на рынок, C - фактор, который учитывает мощность сбытовую компании.

2. На втором уровне этой иерархии конкурентоспособность необходимо подкрепить тремя важными факторами - способностью к развитию, производственными и сбытовыми мощностями.:

3. Стратегия "продукт-рынок", то есть варианты синергии между разными направлениями деятельности предприятия

4. Способность высшего руководства предприятия принимать такие решения, которые практически реализуют три первых фактора конкурентоспособности предприятия.

5. Результаты функционирования предприятия в предыдущем периоде. Особенную роль здесь играет прибыль предприятия как источник ресурсов борьбы за рынок. Чем большая прибыль, тем больший потенциал конкурентоспособности, и наоборот, чем высшая конкурентоспособность, тем больший уровень прибыли.

Тема 4. Конкурентоспособность украинских предприятий на международных рынках

1. Модификация форм и методов конкуренции в трансформационный период
2. Стратегии украинских предприятий на международных рынках
3. Проблема интернационализации украинской экономики
4. Формирование внутренних и внешних условий международной конкурентоспособности украинских предприятий
5. Международные перспективы реализации национальных конкурентных преимуществ.

1. Модификация форм и методов конкуренции в трансформационный период

В условиях перехода от административно-командной системы хозяйствования к системе открытой экономики, которая характеризуется тем, что ликвидируется монополия государства и формируется система внешнеэкономических отношений на основе принципа свободы конкуренции, становится необходимой соответствующая модификация форм и методов конкуренции украинских предприятий, выступающих на международном рынке.

Модификация – это изменение, появление новых качеств в том или ином явлении.

Изменения в формах и методах конкуренции регулируются соответствующими законодательными актами. При этом государство выступает на защиту экономической конкуренции (Закон Украины «О защите экономической конкуренции» - определяет правовые положения защиты экономической конкуренции, ограничение монополизма в хозяйственной деятельности и направлен на обеспечение эффективного функционирования экономики Украины на основе развития конкурентных отношений.)

Этим законом ограничивается возможность субъектов хозяйствования в достижении ими монопольного доминирующего положения. Считается что субъект хозяйствования занимает монопольное положение на рынке, если:

- на этом рынке у него нет ни одного конкурента;
- он не претерпевает значительной конкуренции вследствие ограниченности возможностей доступа других субъектов хозяйствования относительно закупки сырья, материалов и сбыта товаров, а так же наличия барьеров для доступа на рынок других субъектов хозяйствования.

Установлено следующее количественное ограничение монополизации:

- Монопольным считается положение субъекта хозяйствования, доля которого на рынке превышает 35 %, и если он не докажет, что претерпевает при этом значительную конкуренцию;

- Если его доля на рынке составляет 35 % и менее, но он не претерпевает значительной конкуренции, вследствие сравнительно небольшого размера долей рынка, принадлежащих конкурентам;

- Считается, что каждый из двух или более субъектов хозяйствования занимает монопольное положение на рынке товара, если относительно вида товара между ними нет конкуренции или она носит не значительный характер;

- Монопольным считается также положение каждого из нескольких субъектов хозяйствования, если:

- Совокупная доля не более трех субъектов хозяйствования, которым на одном рынке принадлежат наибольшие доли рынка, превышающая 50 %;
- Совокупная доля не более 5-ти субъектов хозяйствования, которым на одном рынке принадлежат наибольшие доли этого рынка, превышающие 70 %.

Для обеспечения государственного контроля за соблюдением антимонопольного законодательства и защиты интересов предприятий и

потребителей от его нарушений, создано Антимонопольный комитет Украины.

Основные задания Антимонопольного комитета Украины:

- Совершение государственного контроля за соблюдением антимонопольного законодательства;
- Защита законных интересов предприятий и потребителей, путем применения мер относительно предупреждения и прекращения нарушений антимонопольного законодательства, наложение взысканий за нарушение антимонопольного законодательств, в пределах своих полномочий;
- Содействие развитию добросовестной конкуренции во всех сферах экономики.

Недобросовестной конкуренцией являются любые действия в конкуренции, которые противоречат правилам торговли и другим честным обычаям в предпринимательской деятельности.

К недобросовестной конкуренции относятся следующие действия:

- неправомерное использование чужих обозначений, рекламных материалов, упаковки;
- копирование внешнего вида товара (Копировали внешний вид, но не обозначили при этом настоящего производителя);
- сравнительная реклама. (Это такая реклама, которая содержит сравнение с товарами, работами, услугами или деятельностью другого хозяйствующего субъекта. Не считается неправомерным сравнение в рекламе, если предоставлены ведомости о товаре, работе, услуге, подтвержденные фактическими данными, являющимися достоверными, объективными, полезными для информирования потребителя;

Дискредитация хозяйствующего субъекта. Это означает распространение любой формы неправдивых, неточных или неполных ведомостей, связанных с личностью или деятельностью хозяйствующего субъекта, которые нанесли или могут нанести вред деловой репутации хозяйствующего субъекта;

- склонение хозяйствующего субъекта (предпринимателя) к разрыву договора с конкурентом;
- подкуп работника поставщика;
- достижение неправомερных преимуществ в конкуренции;
- неправомерный сбор коммерческой конфиденциальной информации;
- разглашение коммерческой тайны;
- неправомерное использование коммерческой тайны. Внедрение в производство или учет во время планирования или совершения предпринимательской деятельности без разрешения уполномоченного лица неправомерно собранных ведомостей, которые составляют, согласно законодательству Украины коммерческую тайну.

Сформированы следующие виды добросовестной конкуренции:

1. Управление качеством

Улучшение качества с одновременным повышением цены

Повышение качества без увеличения цены

Снижение качества с одновременным снижением цены...

2. Ценовая политика

Повышение цены

Снижение цены

Система скидок

3. Управление прибылью

Управление доходами

Управление расходами

4. Реклама

Реклама в СМИ

Упаковка и дизайн

Промоушн

5. Создание бренда (торговой марки)

6. Расширение рынка сбыта

Организация дилерской сети

Слияние, поглощение и т.д.

В трансформационный период в экономической сфере деятельности общества происходит тенденция тенезации экономических процессов Украины. Кроме конкурентного соревнования отдельных товаропроизводителей и отраслей, существует также соперничество двух верств экономики – законного и теневого.

Предприниматель, который выступает на контролируемом государственном рынке и который работает в рамках закона, сталкивается с конкуренцией с бока предпринимателей, которые используют незаконные методы:

- контрабанда;
- уклонение от уплаты налогов;
- незаконное (бесплатное) использование авторских прав;
- взятки, которые направлены на «упрощение» разрешительной системы государства, получения гос заказов, лицензий и др. выгод.

2. Стратегии украинских предприятий на зарубежных рынках

Для эффективного включения в мировое экономическое пространство украинским предприятиям необходимо производить такую продукцию, которая будет конкурентоспособной на зарубежных рынках. Это может быть достигнуто, путем разработки стратегии продвижения национального экспорта на мировом рынке.

Такая стратегия должна заключаться не в простом наращивании объемов экспорта, а в содействии созданию долгосрочных конкурентных преимуществ, стабильном расширении и качественному улучшению на основе этих преимуществ позиций страны на мировом рынке. Для этого необходимо иметь четкую концепцию экономической политики, которая способствовала бы расширению экспорта лишь в сочетании с общими целями макроэкономической политики.

Материальной основой стратегии продвижения продукции украинских предприятий на зарубежных рынках является экспортный потенциал страны.

Общеизвестно, что Украина имеет большой экспортный потенциал. Если площадь страны составляет 0,4% общей мировой суши и численность населения 0,8% общемирового количества людей, то в Украине производится 5% мирового минерального сырья и продуктов ее переработки. Запасы полезных ископаемых Украины приблизительно оцениваются в 7 трлн дол.

В мировом производстве марганцевой руды доля Украины составляет 32%. Украинские предприятия экспортируют около 30% глин и 18% каолинов.

Производственные мощности предприятий черной металлургии составляют: в производстве чугуна — 52 млн т, стали 54 млн т, готового проката — 41,5 млн т. По этим показателям Украина занимает 5 место в мире после Японии, США, Китая и России.

Кроме того, Украина имеет конкурентоспособные технологии в аэрокосмической отрасли, ракетно- и судостроении, производстве новых материалов, биотехнологии, регулировании химических, биохимических и биофизических процессов. Большой потенциал имеют также агропромышленный и энергетический комплексы Украины.

Показателями высокого уровня и больших потенциальных возможностей Украины в отрасли экспортной деятельности является тот факт, что по данным Госкомстата Украины, внешнеторговый, оборот товаров и услуг Украины за 2001 г. составлял 36,7 млрд дол. США и увеличился сравнительно с 2000 г. на 10,8%. Позитивное сальдо внешнеторгового баланса страны в 2001 г. составляло 2,9 млрд дол. США. Внешнеторговые операции Украина осуществляла с партнерами из 193 стран мира.

Таким образом, есть достаточные основания для вывода о том, что Украина имеет шансы для улучшения своих позиций на мировом рынке.

Достижение это возможно лишь при условии проведения соответствующей экспортрасширительной политики, когда наряду с развитием традиционного экспорта будут развиваться и потенциальные экспортные отрасли в соответствии с тенденциями на мировом рынке. Этого можно достичь при содействии в структурной политике производству товаров высокой степени переработки путем использования ведущих технологий, которые позволят эффективнее использовать имеющиеся ресурсы.

Если исходить из классификации факторов, предложенной М. Портером, которые влияют на конкурентоспособность страны, можно определить основные направления формирования стратегии украинских предприятий на международных рынках.

Первое направление определяется таким фактором, как наука и технология. Здесь можно отметить два аспекта: с одной стороны, Украина имеет определенные научные и технические разработки в аэрокосмической отрасли, ракетно- и судостроении, производстве новых материалов, биотехнологии, регулировании химических, биохимических и биофизических процессов и в некоторых других отраслях; с другой стороны — существует достаточно большое технологическое отставание в пищевой промышленности, ряде отраслей машиностроения, производстве информационно-вычислительных систем.

Например, такая отрасль как пищевая промышленность (при обеспечении высокой производительности сельскохозяйственного производства и наличия ведущих технологий и оборудования у предприятий из переработки сельскохозяйственной продукции), могла бы успешно продвигаться на международном рынке.

Второе направление связано с первым — для преодоления технологического отставания необходимы соответствующие капиталовложения, которые в значительной мере, могут быть достигнуты за счет иностранных инвестиций. Так, согласно расчетами Научно-

исследовательского института Минэкономики Украины, потребности в инвестициях для структурной перестройки и модернизации лишь комплекса черной металлургии Украины достигают Приблизительно 40 млрд дол. В то же время общий объем прямых иностранных инвестиций в Украину на 1 января в 2002 г. составлял 4,4 млрд дол. То есть фактические объемы и частица иностранных инвестиций в реальную экономику Украины остаются мизерными по отношению к масштабам экономики, которая не способствует началу экономического оживления.

А внутренний рынок заимообразного капитала Украины с его невероятными процентными ставками за долгосрочными кредитами (какие в первую очередь необходимые для Модернизации производства) также есть фактически недоступным д/щ производителей источником кредитования.

Процесс катастрофического старения производственных фондов без их замены отбирает у производителей перспективы выхода из кризисного состояния, а тем более — достижение уровня современной технологической конкурентоспособности на мировом рынке.

Кроме того, инвестиционному процессу препятствует существующая налоговая система Украины. По закону Украины "О налогообложении прибыли предприятий" базовая ставка налога на прибыль предприятий составляет в Украине 30%, что отвечает уровню развитых стран мира. В действительности же уровень исключения реальной прибыли значительно более высок. Это происходит из двух причин:

включение к базе налогообложения многих видов расходов, что в международной практике относят на себестоимость;

неучет уровня инфляции при определении прибыли, в первую очередь за такими элементами, как:

амортизация (в связи с несвоевременным и неадекватным переоцениванием основных фондов);

запасы сырья и материалов (из-за отсутствия механизмов их индексации);

налогообложение доходов от капитала без индексации его основной части, которая в условиях высокой инфляции фактически превращается в налогообложение собственное капитала, а не процентов от него.

Третье направление определяется такими факторами как инфраструктура и информация. На сегодня уровень развития этих два факторов в нашей стране очень недостаточный. Экспортеры имеют низкий уровень квалификации и осведомленности о ситуации на международных рынках. В результате очень часто это приводит к неоправданному занижению цен и проведению демпинговых торговых операций на мировом рынке, который ведет к соответствующей реакции со стороны других государств и создает для наших экспортеров имидж "нечестных конкурентов".

Эффективному формированию стратегии внешнеэкономической деятельности украинских предприятий мешает недостаточное развитие систем связи и транспортной инфраструктуры. Эта проблема актуальна, поскольку географическое положение Украины делает транспортные услуги одним из направлений международной специализации в торговле услугами.

Так, по данным Госкомстата Украины, предоставление транспортных услуг занимает 89% в общем объеме экспорта услуг по нашей стране (главным образом это морской транспорт, что предопределенно также низким уровнем инфраструктуры автодорог и железной дороги).

Еще одна проблема — неэффективная система межведомственной статистики в Украине, данные которой достаточно часто дают лишь общее представление об определенных процессах и не позволяют сделать надежные выводы. Вместе с тем, создание инфраструктуры и обеспечение свободного и эффективного доступа к необходимой, с точки зрения деятельности отечественных предприятий на мировых рынках, информации всегда было заданием государства.

Наконец, фактор рабочей силы. Согласно этому фактору Украина имеет сравнительные преимущества — это достаточно большой научно-

технический потенциал и большое количество дешевой квалифицированной рабочей силы. Но остается проблема "оттока умов", которая может быть успешно решена лишь путем создания благоприятных условий для квалифицированных кадров. В первую очередь, это соответствующий уровень оплаты труда работников науки и образования, которое является главным заданием государства.

Учитывая все эти факторы, методика разработки стратегии выхода предприятия на мировой рынок должна состоять из таких этапов: первый — анализ ситуации, в которой находится предприятие (возможности отрасли, деятельность конкурентов, их технологии, состояние рынков, которые обслуживаются); второй — анализ внутреннего состояния компании в сопоставлении с положением дел во всей отрасли. На этой основе разрабатывается возможная стратегия развития каждого отдельного предприятия.

Существенным элементом анализа является также оценивание меры зрелости отрасли. При этом берутся во внимание темпы роста отрасли, потенциал дальнейшего роста, существующий ассортимент изделий, состояние конкуренции, доля рынка, которая принадлежит компании, характер применяемой технологии.

Для разработки стратегии предприятия создаются рабочие группы. К ним входят руководители подразделов, специалисты из финансов, технологии и маркетинга. Цель рабочей группы — разработать стратегию компании сроком до 10-15 лет. Период зависит от конкретного предприятия или отрасли. Это своего рода картографирование будущее компании на мировых рынках.

Стратегию компании следует рассчитать таким образом, чтобы ее продукция хранила высокие конкурентные качества и техническую новизну в течение длительного времени. Такие компании хранят лидерство в мировом производстве. Примером товара длительного жизненного цикла, который разработан в Украине и который получил мировое признание, является

комплекс машин и технологии контактной стыковой сварки методом импульсного оплавления, который создан в институте электросварки им. Е. О пато-на НАН Украины. Эти машины в течение многих лет, а также лицензии на эти установки покупают иностранные предприниматели

3. Проблема интернационализации украинской экономики

В период трансформации экономики Украины возникает необходимость в новых подходах к оцениванию условий, выявления особенностей, обоснования цели и направлений интернационализации экономической деятельности. Безальтернативной среди теорий экономического развития является концепция эффективно функционирующей открытой экономики. Внешнеэкономическая деятельность была и остается мощным источником конкурентоспособности. Но эффективной эта деятельность может быть лишь при условии развитости соответствующих национальных рынков в структурно сбалансированной экономике. Поэтому не все страны могут в известной мере использовать преимущества интернационализации. Если открытость экономики нерегулирована, то она становится уязвимой в процессе недостаточно обоснованной либерализации. Это подтверждается анализом результатов реформ внешне экономической деятельности стран в трансформационный период, а в глобальном масштабе — последствиями мирового финансового кризиса конца 90-х годов.

В современном мире рассчитывается рейтинг, который определяет уровень открытости экономики страны. За такими исследованиями, проведенными в 1998 г., Украина занимала 124-е место среди 161 страны, а в 1999 г. эксперты Мирового банка экономику Украины вообще оценивали как "закрытую". Но если брать соотношение объемов экспортно-импортной деятельности и ВВП, то Украина имеет достаточно высокий уровень

открытости экономики — около 90%, в то время как Польша — 53, Венгрия — 67, Румыния - 60, Россия - 44%.

Но опять же, эта открытость отбивает не растущую конкурентоспособность украинских товаров, а законсервированы структурные диспропорции (непомерную зависимость от импорта энергоносителей и вынужден экспорт низкотехно-логічної металлургической продукции, производство которой поглощает значительную частицу "критического" энергоимпорта)

Исследования показывают, что интернационализация экономики Украины приобретает гипертрофированные формы, что подтверждается функционально структурным анализом состояния и ключевых тенденций внешнеэкономической деятельности.

Начиная с 1997 г., внешнюю торговлю Украины характеризует тенденция к сокращению объемов экспорто-импорта. Относительно импорта, то эта тенденция стала логическим следствием существенного снижения курса национальной валюты, которое обусловило значительное (до 60%) подорожание импортных поставок.

С экспортом ситуация намного более сложна. Нарастание экспортных поставок происходит благодаря улучшению ценовой конкурентоспособности и только за отдельными товарными группами (древесина, бумага, картон, зерновые, алюминий, табак). Это свидетельствует об определенном исчерпании национального экспортного потенциала в его традиционной структуре, которая ориентирована, в первую очередь, на поставки металлургической и другой продукции с невысоким уровнем добавленной стоимости. Если экономическая конъюнктура будет менее благоприятна для экспорта, то делается возможным кризис международной конкурентоспособности украинских товаропроизводителей.

Происходит переориентация структуры внешней торговли в направлении к партнерам из дальнего зарубежья. Сравнительно уменьшилась роль России как торгового партнера, но она остается для Украины главным

экспортером (20,7% товаров и 60% услуг) и импортером (соответственно 47,6%

Сохраняется нерациональная структура товарного экспорта. В нем доминируют товары с невысоким уровнем добавленной стоимости и энергоемкие товары, которые приводят к его нестабильности через достаточно переменчивую ценовую конкуренцию в соответствующих сегментах мирового рынка.

В экспорте услуг доминируют транспортные услуги (84,9%), и мало используется потенциал экспорта других видов услуг. Вместе с тем происходит улучшение структура импорта товаров благодаря увеличению доли машин и оборудования и уменьшению энергоносителей, ее более широкая диверсификация сравнительно с экспортной структурой. Более быстрое сокращение импорта сравнительно с экспортом создает возможность смягчения проблемы отрицательного сальдо торгового баланса.

В последние годы сужаются возможности масштабного использования каналов внешнего финансирования экономики Украины — кредитов (МВФ, Мирового банка, ЕБРР, государственных под гарантию Кабмина, частных), прямых и портфельных инвестиций, официальной помощи развитию (табл. 4.1).

Последствия сотрудничества с международными финансовыми организациями неоднозначны. С одной стороны, такое сотрудничество дает возможность реализовать программы финансовой стабилизации, реструктуризировать отдельные секторы экономики, смягчать социальные проблемы, а с другой — из-за отсутствия в течение длительного времени позитивных микропере-творень приводит к углублению макроэкономических диспропорций, в частности, к развитию кризиса внешней задолженности.

Чтобы преодолеть такие негативные последствия, следует обеспечить жесткий и прозрачный контроль за порядком кредитования под гарантии Кабинета Министров Украины с ориентацией, в первую очередь, на долгосрочные инвестиционные проекты.

Отмечается крайне неудовлетворительное использование потенциала прямых зарубежных инвестиций в украинскую экономику. Это положение можно проиллюстрировать таким показателем, как количество прямых зарубежных инвестиций на душу населения. Да, за период 1992-1998 гг. в экономику Украины было привлечено 2,8 млрд дол. прямых иностранных инвестиций, который составляет 55 дол. на душу населения, по последним данным — 93 дол. (Вечерняя Одесса, 27.07.02). В то же время во многих странах с переходными экономиками иностранных инвестиций на душу населения значительно больше (Словения — 2000 дол., Венгрия — 1882, Чехия — 1040, Эстония — 933, Польша — 832 дол.).

Значительной проблемой для Украины являются трудовые миграции. Да, за оценками центра "Демократические инициативы", не меньше чем 5 млн, а по другим источникам — свыше 7 млн граждан Украины с определенной периодичностью выезжают за границу на временные работы. Хотя в этом деле определен позитивный бок (послабление давления безработицы на внутренний рынок, снижение социальной напряженности, дополнительный источник валютных поступлений и тому подобное), трудовая эмиграция имеет некоторые негативные последствия, в частности: потеря наиболее конкурентоспособной части трудового потенциала, появление политических и экономических претензий отдельных стран, злоупотребления и обмана украинских граждан сомнительными фирмами во время трудоустройства за рубежом, использование их на низкоквалифицированных работах, дискриминация со стороны местного населения и тому подобное.

Качественная характеристик		Таблица 4.1. и источников финансирования экономики Украины		
Источника	Характеристики			
инвестирование	Доступ	Объемы	Надежность	Финансовые условия
Кредиты	и			

МВФ, Мировой банк	Временно ограниченный	Значительные	Высокая	Приемлемые	Жесткие
ЕБРР	Открытый	Незначительные	Высокая	Приемлемые	Приемлемые
Государственные (под гарантией)		Значительные	Высокая	Приемлемые	Приемлемые
Частные		"И	Высокая	И Жесткие	"Средние
Инвестиции					
Прямые	Ограниченный	Значительные	Очень высокая	Приемлемые	Приемлемые
Портфельные: государственные					
- ОВДП (нерезиденты)	Временно ограниченный	Значительные	Средняя	Жесткие	-
- еврооблигации	Временно закрытый	Значительные	Средняя	Жесткие	
- муниципальные ценные бумаги	Временно закрытый	Незначительные	Средняя	Приемлемые	и
Корпоративные ценные бумаги:					и
- внутренний рынок	Ограниченный	Значительные	Средняя	Приемлемые	И И
- международные рынки	Ограниченный	Значительные		Приемлемые	
Официальная помощь	Открытый	Незначительные	Высокая	-	Жесткие и

Развитие внешнеэкономической деятельности определяется определенными внутренними и внешними факторами. Относительно внутренних факторов, то они обеспечиваются структурно сбалансированными национальными экономиками. Конкурентоспособность национальных экономик обеспечивается оптимизацией таких ее параметров: нормально функционирующие крепкие секторы, оптимальные пропорции между производственной и непроизводственной сферами, адекватное внутренней и международной социально-экономической структуре соотношения государственного и частного секторов и тому подобное.

Для экономического развития Украины решающего значения приобретает макро- и микроэкономическая структурная политика и ее

институциональное обеспечение, которая должна стимулировать конкурентоспособность национальных предприятий и их объединений.

Вместе с тем некоторые внешние факторы осложняют целеустремленную интернационализацию украинской экономики, особенно такие, как:

значительное усиление международной конкуренции на основных товарных рынках мира, которое происходит в результате общей либерализации международной конкурентоспособности многих стран, которые развиваются;

существенное повышение требований потребителей к технологическому уровню и качеству товаров, что сделало их первичными в определении конкурентоспособности;

многие зарубежные страны начали применять более утонченные формы протекционизма и дискриминации украинских экспортеров, расширилось использование механизма антидемпинговых расследований;

ограниченность доступа к международным инструментам регуляции торговых режимов (из-за отсутствия членства в системе Гатт/сто);

сложность вхождения в международные Проекты высокотехнологичного сотрудничества через несоответствие международным критериям защиты прав интеллектуальной собственности;

- высокая конкурентность интересов Украины и других постсоциалистических стран на международных товарных и кредитно-инвестиционных рынках.

Для трансформационного периода экономического развития Украины характерная совокупность интернационализации. Относительно развития украинского экспорта, то здесь главная проблема заключается в низком потенциале конкурентоспособности на внешних рынках продукции с высоким уровнем добавленной стоимости, низкой технологичности и наукоемкости товаров.

В развитии услуг экспорта проблема заключается в низком уровне и фактически монокультурном характере, когда эксплуатируется транзитное положение страны и практически не реализуется потенциал экспорта услуг в научно-технической, инжиниринговой, финансовой, управленческой, маркетинговой, информационной сферах, которые отмечаются высоким динамизмом развития в современной мировой экономике.

Структура импорта нерациональна из-за того, что ввозятся в значительном количестве изделия, которые изготавливаются или могли бы успешно изготавливаться национальными производителями, и мало ввозится машин и оборудования для модернизации високотех-нологічних производств.

Отмечаются существенные перекосы в географической структуре экспортных и импортных связей Украины: слишком высокий уровень односторонней импортной зависимости за отдельными статьями критического импорта, особенно относительно энергоносителей из России, и незначительное присутствие на рынках многих стран, которые развиваются.

Несоответствие между импортными потребностями страны и ее экспортным потенциалом приводит к возникновению проблемы торгового дисбаланса, которая, в свою очередь, репродуцирует проблему растущей внешней задолженности.

Относительно иностранного инвестирования, то здесь существует проблема качества иностранных инвестиций, которое заключается в том, чтобы они были ориентированы на приоритетные, с точки зрения эффективности, проекты, а также в качестве и конкурентоспособности товаров, которые производятся благодаря реализации этих проектов. Если это не будет учтено, то Украина и в дальнейшем будет выпускать нерентабельные товары (например, изделия металлургической и химической промышленности, которые идут на малопродуктивные рынки преимущественно через бартерные схемы).

Еще одна проблема — почти полное отсутствие мониторинга реальной эффективности иностранных инвестиций. Еще незначительная и крайне непродуктивная ниша инвестиций за рубежом.

С другой стороны, требует решение проблема "побега" капитала из Украины. Эта проблема имеет два аспекта — количественный и качественный.

Во-первых, по официальным источникам считается, что за границу вывезено около 20 млрд дол.; во-вторых, под "побегом" капитала следует понимать не только нелегальный вывоз его из Украины, но и более широкие по своей природе процессы свертывания предпринимательской деятельности, в частности иностранными структурами, которые вывозятся за пределы государства как получена прибыль, так и средства из уставных фондов.

Для экономической безопасности государства принципиально важной является проблема внешнего долга, который достиг значительных величин. Здесь угроза кроется в таких обстоятельствах: во-первых, ограничены возможности и низкий потенциал обслуживания внешнего долга приводит к необходимости его постоянной реструктуризации; во-вторых, в определенные периоды возникают "пики", когда за время короткий необходимо мобилизовать на обслуживание долга значительные ресурсы; в-третьих, формируется нерациональная структура внешнего долга, в которой преобладают краткосрочные частные кредиты. Это оказывает негативное влияние на суверенный кредитный рейтинг и национальную конкурентоспособность, ограничивает масштабы иностранного инвестирования.

В трансформационный период регуляция внешнеэкономической деятельности должна происходить таким образом, чтобы сохранялось соответствие масштабов, темпов и логики либерализации структурным приоритетам развития экономики.

Если учитывать ключевые тенденции мирового хозяйства, с одной стороны, а из другого — условия, проблемы и особенности развития

украинской экономики, то стратегическими приоритетами ее интернационализации, как считается, могут стать:

система интеграции в мировое хозяйство с обеспечением реальной международной конкурентоспособности;

эффективная международная специализация, которая скоординирована с внутренней структурной модернизацией и ориентирована на доступные прогрессирующие сегменты мирового рынка;

международная диверсификация, которая направлена на ликвидацию монопольной или монополистической зависимости от отдельных зарубежных рынков;

становление собственных транснациональных экономических структур с глобальным менеджментом;

интеграционное взаимодействие со СНГ, Европейским Союзом, центрально- и восточноевропейскими группировками стран;

обеспечение надлежащего уровня экономической безопасности с действенными механизмами защиты от неблагоприятных изменений международной конъюнктуры и финансовых кризисов.

Украина имеет перспективы достижения определенной международной конкурентоспособности по условиям реализации собственной стратегии интернационализации (Губский Бы., Лукьяненко Д., Сиденко В. Интернационализация украинской экономики // Экономика Украины. - 2000.- №9. - С. 15-23)

4. Формирование внутренних и внешних условий международной конкурентоспособности украинских предприятий (организаций)

Для того, чтобы отечественные предприятия и национальная экономика в целом смогли достичь достаточного уровня международной конкурентоспособности, необходимо наличие определенных внутренних и внешних условий.

Какой же уровень международной конкурентоспособности можно считать достаточным? Это такой уровень экономики страны и ее предприятий, который обеспечивает:

поддержку растущих стандартов;

достижение (сохранение) таких позиций в мировой экономике, когда национальные товары и услуги успешно реализуются на международных рынках. Устоявшейся конкурентоспособности достигают лишь те страны, которые могут оптимально реализовать свои национальные преимущества, ориентируясь на постоянное повышение производительности труда.

Для достижения такого уровня и необходимо наличие определенных внутренних и внешних условий, которые составляют потенциал конкурентоспособности.

На момент провозглашения независимости Украина имела достаточно значительный потенциал конкурентоспособности, но эффективность его реализации была крайне неудовлетворительной.

Следует иметь в виду, что СССР на период распада перестал отвечать современным критериям конкурентоспособности. Да, за оценками экспертов, в конце 80-х годов приблизительно 4/5 продукции СССР не могли конкурировать на мировых рынках. По данным Гатт/сто, в 1991 г. частица СССР в мировом экспорте составляла всего 2,2% а, например, частица Гонконга

—2,8, Нидерландов — 3,8%.

Если за период 1986-1990 гг. мировой экспорт машин и оборудование повысился более чем на 50%, то экспорт СССР

—только на 11%.

Вместе с тем свыше 60% произведенной в СССР продукции продавалось с убытками. За правительственными оценками, в начале 90-х годов мировому уровню отвечали 6-10% НДДКР, 18% продукции черной, 16% цветной металлургии, 10-15% сельскохозяйственной техники.

За период 1986-1991 гг. частица той советской продукции, которая могла бы конкурировать на мировых рынках при условии ее модернизации, сократилась с 65,3% до 26,3%, а частица той продукции, которая должна была бы быть снята из производства, увеличилась с 20% до 60%. А в таких отраслях, как автомобилестроение, тракторное и сельскохозяйственное машиностроение вообще практически не было конкурентоспособной продукции.

В сельском хозяйстве наличие значительных площадей пахотных земель не создавало дополнительное конкурентное качество через недостаточную обеспеченность аграрного сектора высокоэффективной техникой и тому подобное.

Вместе с тем в Украине чувствуется негативное влияние международных экономических факторов: отплыл капитал за границу, "побег" капиталов, хронический дефицит торгового баланса и почти катастрофическое ухудшение условий формирования общего платежного баланса страны и государственного бюджета.

Если учитывать существующую совокупность внутренних и внешних факторов, можно утверждать, что для Украины актуальная проблема обеспечения, в первую очередь факторной конкурентоспособности. Такой подход означает мониторинг изменений позиции страны на международных рынках в зависимости от уровня развития национальной экономики, которая характеризуется реальным использованием факторов экономического роста.

Для обеспечения условий повышения конкурентоспособности необходимо разработать четкую государственную стратегию достижения конкурентоспособности национальной экономики Украины, которая отвечала бы ее ресурсотехнологічному уровню.

В связи с этим следует переосмыслить традиционные подходы относительно целей и условий формирования национальной модели открытой экономики. Такая модель может быть создана на основе учета очевидных корреляционных взаимосвязей внутренней и внешней

макроэкономической политики. Да, структурная перестройка отражается на параметрах конкурентной продукции, а расширение экспорта является позитивным фактором ее проведения.

Решить эту проблему можно лишь на основе системного подхода. Такой подход может быть реализован на основе последовательной структурной политики, которая ориентирована на реализацию национальных преимуществ, обеспечения экономической безопасности Украины, ускорения ее интеграции в мировую экономическую систему. Такая структурная политика должна отобразиться в программе структурной перестройки национальной экономики и особенно ее материального сектора. В такой программе должны быть определены отраслевые приоритеты, в которых предусматривается точечная поддержка важнейших видов технологических и экспортных производств, увязана с перспективами кооперации в рамках международных, и, в первую очередь, — европейских, отраслевых технологических программ.

Необходимы условия для повышения конкурентоспособности украинских предприятий могут быть созданы в результате проведения более четкой фиксированной и денежно-кредитной политики.

И опять обратимся к проблеме национальной налоговой политики. Общеизвестно, что главным ее принципом должны быть умеренность и расчет не на высокие ставки, а на широту базы налогообложения.

Также известно, что масса налогов, которые собираются, увеличивается при условиях уменьшения ставок налогообложения. Если налоги уменьшаются, качественно увеличиваются хозяйственный оборот и масса выработанных товаров, которые поддевают налогообложению, улучшается хозяйственная конъюнктура.

В Украине же налоговая нагрузка составляет более чем половину от ВВП. Хозяйства и предприятия обязаны платить: 51% начислений на заработную плату, 20% налогу на добавленную стоимость, 30% от балансовой прибыли, акцизный сбор, налог на землю, налог из владельцев

транспортных средств, сбор за загрязнение окружающей среды, сбор в Фонд для осуществления мероприятий по ликвидации последствий Чернобыльской катастрофы и фонда социальной защиты населения, сбор на обязательное государственное пенсионное страхование и другие налоги. Все насчитывается около 20 обязательных общегосударственных и 9 местных налогов и сборов. Если исправно платить все эти налоги, то предприниматель практически остается без средств не только для расширенного, а даже для простого воссоздания.

Таким образом, для создания благоприятных внутренних условий, при которых отечественные предприятия могут достичь соответствующего уровня международной конкурентоспособности, необходима взвешенная налоговая политика, которая даст возможность этим предприятиям работать высокоэффективно и производить продукцию на уровне мировых стандартов.

Продумана политика в денежно-кредитной сфере должна предотвращать последующие всплески инфляции, гарантировать прогнозируемый курс гривни, удешевити кредиты, наладить систему долгосрочного кредитования производства, развить систему экспортных кредитов и гарантий.

Еще одно внутреннее условие — активная инвестиционная политика, которая гарантирует достижение макроэкономической стабилизации. Но все же, невзирая на достигнутую макроэкономическую стабильность, Украина остается непривлекательной для прямых иностранных инвестиций. Дают взноски традиционные факторы инвестиционной непривлекательности — недостаточны надежность и авторитетность законодательной базы, сравнительно низкая рентабельность отраслей и конкретных объектов инвестирования, преграды административно-бюрократического характера и тому подобное. Кроме того, под воздействием жестких стабилизационных мероприятий спрос в стране сократился и перспективы его быстрого роста еще не предусматриваются.

А потому нельзя полагаться лишь на запад по достижению макроэкономической стабилизации. В законодательстве развитых стран для интенсификации привлечения капитала к производству используются немало механизмов регуляции денежных потоков. Например, во Франции, ФРГ и Нидерландах для выхода из кризисной ситуации центральные банки обязывали коммерческие банки направлять 30-35% капиталов в приоритетные сферы экономики (продовольствие, жилье, электроэнергетика, экспортные производства). В США коммерческие банки, которые направляли средства на долгосрочное инвестирование, автоматически получали льготы от Федеральной резервной системы в виде уменьшения учетной ставки. Опыт Федеральной резервной системы США был использован во Франции и Италии, а также в странах Азиатско-тихоокеанского региона.

В этих странах принимались меры для того, чтобы сбережения населения трансформировались в долгосрочные вложения. В том же направлении действовали стимулы для коммерческих банков — снижались резервные требования и уменьшался налог из прибыли. Подобные мероприятия применяются и к предприятиям.

В Украине реанимирования экономики и ее оживления невозможны без наполнения сферы производства реальным капиталом.

Для решения проблем могут быть использованы такие способы, как: послабление налогового груза с расширением налоговой базы и легализацией "теневой" экономики; поиск путей привлечения сбережений населения; мобилизация их через ценные бумаги; селективное стимулирование больших прямых иностранных инвестиций; использование иностранных кредитов и тому подобное.

Эффективной может быть и практика общего участия в высокоприбыльных проектах государства и предпринимательских кругов, которая может реализоваться в разнообразных формах. О позитивном опыте такого сотрудничества свидетельствует опыт новых индустриальных стран (классический пример — Республика Корея).

Благоприятные условия для достижения международной конкурентоспособности украинских предприятий создаются в результате деятельности совместных предприятий в свободных экономических зонах и на территориях приоритетного развития.

Опыт многих стран показывает, что во многом национальный конкурентный потенциал формируют предприятия среднего и малого бизнеса.

Необходимы условия должны быть созданные и для развития сферы услуг, которая играет незаурядную роль в поддержании конкурентоспособности многих ведущих стран (Бы. Губский. Конкурентоспособность украинской экономики: ориентиры макрополитики в кризисных условиях // Экономика Украины. — 1999. - №4.-с. 4-14)

Среди внутренних условий достижения международной конкурентоспособности украинских предприятий не последнюю роль играет социальный фактор. Для работников отечественных предприятий, которые производят конкурентоспособную продукцию на экспорт, повинные быть созданы такие условия, за которых они чувствовали бы позитивное влияние на свой уровень жизни результатов этой деятельности.

Относительно внешних условий международной конкурентоспособности украинских предприятий, то на их формирование могут влиять как объективные, так и субъективные факторы.

Объективные факторы возникают под действием общих закономерностей развития международного рынка. Важнейшей из них является конкретная ситуация на рынке той или другой продукции. А потому нашим предпринимателям необходимо изучать эту ситуацию и в своих действиях приспособливаться к ней.

Субъективные факторы полностью зависят от действия отечественных предпринимателей на международном рынке. Здесь важнейшим фактором может быть позитивный имидж отечественного предприятия, надежность его как партнера и высокое качество его продукции.

5. Международные перспективы реализации национальных конкурентных преимуществ

Каждая страна, которая пытается достичь и закрепить свои конкурентные преимущества на международном рынке, разрабатывает стратегию своей деятельности в этой сфере на перспективу.

В документе "Стратегия экономического и социального развития Украины (2004-2015 годы) "Путем Европейской интеграции" определено, что стратегия повышения конкурентоспособности национальной экономики будет направлена на создание стойкой эффективной и высокоадаптивной системы национальной экономики и ее субъектов, способных успешно конкурировать в условиях глобализации мировой экономики, обеспечивая Украине достойное место в мировом и европейском делении труда. Это будет достигаться путем усовершенствования организационно-правовых основ функционирования национальной экономики, создания стабильной макроэкономической среды, условий свободного развития и динамического роста.

Повышение конкурентоспособности национальной экономики требует от государства разработки и координации системы мероприятий по увеличению эффективности работы субъектов ведения хозяйства, обеспечения секторам украинской экономики паритетных условий функционирования, обоснованной открытости и доступа иностранных субъектов внешнеэкономической деятельности на внутренний рынок Украины с одновременным стимулированием отечественного производителя и поддержанием его интересов на международной арене, созданием высоко платежеспособного спроса за счет реализации новых подходов к политике доходов населения, обеспечением развития научно-технических институций и повышением инновационного потенциала страны.

А еще в настоящем документе отмечается, что весомые возможности повышения конкурентоспособности национальной экономики открывают для Украины современные реалии расширения ЕС и вступление Украины к СОТ, а также усовершенствование экономических отношений со странами СНГ.

Стержнем утверждения международной конкурентоспособности должны служить реализация и использование национальных конкурентных преимуществ, которые предопределены наличием кадрового, научно-технического и технологического потенциалов украинской экономики, связанные с ее геостратегическим расположением. Организационно-институциональной формой реализации национальных конкурентных преимуществ Украины должны стать ма-кротехнологии и соответствующие межотраслевые производственные комплексы, которые создадут каркас современной структурно-промышленной политики. В связи с этим намечено, что до 2010-2015 гг. в Украине должны быть созданы реальные предпосылки внедрения, по крайней мере, два вида макротехнологий "Украина — транзитное государство" и "Украина — высокотехнологичное, авиакосмическое государство".

Дальше раскрывается содержание этих макротехнологий. Макротехнология "Украина — транзитное государство" будет опираться на геоэкономические преимущества Украины. Благодаря выгодному расположению Украины на грани двух интеграционных зон — европейской и евразийской — и необходимости активизировать сотрудничество в обоих направлениях Украина сможет использовать эффекты взаимодействия масштабных, глубоких и мощных интеграционных процессов. Наличие развитой транспортной сети будет создавать необходимые условия для транзита значительных объемов грузов.

В развитии транспортной системы Украины, повышении ее конкурентоспособности важное значение должны играть автомобильный, железнодорожный, трубопроводный, водный, воздушный и космический виды транспорта. Основными направлениями работы из наращивания

транзитных грузов должно стать создание национальной сети международных транспортных коридоров в соответствии с европейскими стандартами та интеграция Украины в транспортные системы Европы, Азии и Балтийско-черноморского региона, участие в формировании транспортно-коммуникационной сети снабжения каспийских энергоносителей на отечественные и международные рынки.

Макротехнология "Украина — высокотехнологичное, авиакосмическое государство" непосредственно связано из макротехнологией "Украина — транзитное государство", поскольку предусматривает дальнейшее развитие воздушного и космического транспорта Украины и его средств. Но главное здесь — высокие технологии, которые применяются в изготовлении самолетов и космических аппаратов. Стратегическая цель высокотехнологичного направления развития внешнеэкономических связей Украины в долгосрочной перспективе заключается в реализации конкурентных преимуществ, связанных с формированием новой структуры отечественного экспорта, в превращении преимущественно сырьевого экспорта в экспорт продукции с высокой мерой добавленной стоимости, в овладении "новой экономики", которая отвечает современным тенденциям и направлениям развития мировой торговли.

Основой практической реализации этого направления могут стать конкурентные преимущества, источником которых являются уникальные высокие технологии. В структуре украинской промышленности и сферы услуг есть ряд секторов, которые имеют уникальные высокие технологии, способные исполнить роль экспортного двигателя. Это в первую очередь авиакосмическая промышленность, судостроение (развитие коммерческого флота на основе освоения достижений военного судостроения), космические услуги по ввод-выводу объектов на околоземную орбиту, услуги по разрабатыванию программного обеспечения и тому подобное. Именно на этом направлении будет осуществляться переход украинского общества от

индустриального к постиндустриальному, от традиционной — к "новой экономике".

Применение приведенных выше макротехнологий, развитие на их основе двух комплексов — транспортного и высокотехнологичного должен стать предметом особенного внимания государства, которое должно интегрировать весь существующий набор инструментов государственной регуляции в целостную взаимоувязанную стратегию поощрения и развития соответствующих производств, конкурентоспособных в мировом масштабе. Такая стратегия должна изменить существующее распределение ресурсов, направив их в приоритетные отрасли (Стратегия экономического и социального развития Украины (2004-2015 годы) "Путем европейской интеграции" / Авт. кол. А.С. Гальчинский, В.М. Геець но др. Нац. ин-т стратег, дослідж. Ін-т екон. Прогнозирование НАН Украины. М-во економіки и по вопросам европ. інтегр. України. — К.: ИВЦ Держ-комстату України, 2004. — С. 80-83).

В современном мире международная экономическая конкуренция все больше заостряется. А потому, как отмечается в документе "Украина: продвижение в XXI век", современные процессы глобализации нуждаются от Украины как можно в более активном привлечении к международной торговой системе. Вхождение Украины в мировое экономическое пространство возможно лишь на базе открытости экономики с одновременным применением комплекса мероприятий по защите внутреннего рынка.

Для Украины лишь возможен путь долгосрочного стабильного роста. Это расширение внутреннего рынка и укрепление конкурентоспособности национальной экономики, ее отдельных производств и отраслей.

Единственным критерием деятельности властных структур является повышение конкурентоспособности экономики государства. Это задание должно реализоваться через:

новую стратегию промышленно инновационной политики;

внедрение надежной системы энергообеспечения и энергохранения;
превращение АПК в лидирующий сектор экономики;
утверждения Украины как транзитного государства, развитие информационных систем.

Основная цель стратегии промышленно инновационной политики — обеспечить модернизацию и структурную перестройку производственного потенциала, снизить его энерго- и материалоемность, повысить конкурентоспособность.

Реализация заданий промышленно инновационного развития украинской экономики предусматривает ряд мероприятий.

Во-первых, применение относительно высокотехнологичных производств программно целевых методов экономического управления. Для этого реализуются государственные программы, связанные с созданием новых поколений самолетов, ракетносителей, производством отдельных видов вооружений и военной техники, развитием компьютерной индустрии, судостроения технологий и тому подобное.

Во-вторых, реализация Комплексной государственной программы из энергосбережения.

В-третьих, развитие на основе современных и мировых достижений национальной информационной инфраструктуры, создания и использования перспективных технологий, телекоммуникационных сетей, средств информатики и систем связи. Украина имеет значительный, признанный в мире научно технологический потенциал и фундаментальные исследования в этих отраслях.

По-четверте, розвиток біологічної галузі, яка має унікальний науково-технічний потенціал. За умов державної підтримки та розвитку відповідної інфраструктури Україна зможе забезпечити вихід на світовий ринок зі зразками конкурентоспроможної біологічної продукції, яка не має аналогів у світі (наприклад, впровадження нових біотехнологій).

В-пятых, образование финансово промышленных групп, в том числе транснациональных, а также горизонтальных и вертикальных холдинговых компаний, научно-технических центров, технополисов, технопарков и тому подобное. В перспективе эти структуры должны образовать основной стержень научно технологического и инновационного процесса. Отдельные из них могут развиваться через механизм свободных экономических и офшорных зон.

В-шестых, осуществление мероприятий по стимулированию экспортной ориентации высокотехнологичных производств.

По-семе, институциональное обеспечение инновационной политики, в том числе содействие международному сотрудничеству в инновационной сфере, ее информационному и консалтинговому обеспечению, развитие трансферта технологий.

Для решения проблемы энергообеспечения нужно:

последовательно проводить приватизацию энергетической отрасли и должное ее правовое обеспечение;

преодолеть неплатежи и платежи в немонетарной форме;

упразднить налоговые льготы, предусмотренные для отдельных энергетических ресурсов;

развивать собственную топливно-энергетическую базу, расширять разведку и добычу нефти и газа.

Нужно обеспечить поддержку развития атомной энергетики, а также нетрадиционных и восстановительных источников энергии и малой гидроэнергетики.

Относительно реформ в аграрном секторе, то усилия государства будут консервироваться на возрождении села, превращении АПК в лидирующий, экспортоспособный сектор экономики.

В вопросах реформирования АПК важно, в частности, внедрить эффективные механизмы регуляции экспортно-импортной операции, недопустить импорт некачественных продуктов и продовольственных

товаров, производство которых в необходимых объемах может осуществлять национальный АПК.

Важным условием реализации национальных конкурентных преимуществ является выполнение Комплексной программы утверждения Украины как транзитного государства. Предусматривается создание в соответствии с международными стандартами национальной сети международных транспортных коридоров и интегрирования ее в транспортные страны Европы и Азии, Балтийского и Черноморского региона (Правительственный курьер. — 2000. — 28 сеч.).

В "Стратегии экономического и социального развития Украины (2004-2015 годы) "Путем европейской интеграции" определены стратегические приоритеты на 2004-2015 гг.

Важнейшим экономическим заданием нового этапа развитию Украины должно быть создание предпосылок для приобретения Украиной полноправного членства в Европейском Союзе. Украина уже прошла определенную часть этого пути. Принят ряд документов, практическая реализация которых нашла свое отображение в "Плане действий Украина — Европейский Союз". Европейская политика соседства".

Реализация заданий европейской интеграции решающей мерой зависит от прогресса на главном направлении — обеспечения постоянного роста и ускоренного преодоления на этой основе разрыва в объемах ВВП на одно лицо между Украиной и государствами — членами ЕС.

В такой ситуации необходимо реализовать стратегию опережающего развития, которая могла бы обеспечить ежегодные темпы роста ВВП в Украине в 1,5-2 раза выше, чем в целом в странах ЕС.

Украина может занять надлежащее место в Европе и мире при условии овладения инновационного пути развития, фундаменты которого должны быть заложены в процессе структурной перестройки экономики. Только таким образом можно обеспечить существенное повышение конкурентоспособности украинской экономики, изменить сырьевой вектор

развития экономических процессов, которые стихийно формируются в настоящее время.

Становление инновационной модели развития — это задание не только экономической политики. Идет речь об органическом сочетании политических, гуманитарных, социально психологических, микро- и макроэкономических факторов и институциональных предпосылок, которые лишь в комплексе способны предоставить ощутимых импульсов трансформационным процессам, развитию общества на инновационной основе.

Таким образом, сделано основой стратегического курса государственной политики, направленной на внедрение инновационной модели структурной перестройки и роста экономики, есть утверждение Украины как конкурентоспособного высокотехнологичного государства.

Дальше определено главное задание в социальной сфере — обеспечение надежных предпосылок реализации прав и свобод граждан во всех их проявлениях, утверждение среднего класса — основы политической стабильности и демократизации общества, значительное ограничение угрожающей дифференциации доходов населения и преодоления бедности.

Построение в Украине социально ориентированной рыночной экономики европейского типа — определяющий фактор усиления общественной привлекательности реформ, обеспечения им широкой общественной поддержки, утверждения современных европейских стандартов жизни.

Дальше определены этапы осуществления указанных социально-экономических превращений и количественные параметры роста.

Первый этап (2004-2005 гг.) — период формирования институциональных, финансовых и организационных предпосылок, глубоких качественных превращений во всех сферах общественной жизни — экономической, социальной, политической, духовной, преодоление существующих системных деформаций, обеспечения благоприятного инвестиционного

климата и необходимых принципов, укрепления конкурентоспособности отечественной экономики, долгосрочного экономического роста, усиления на этой основе имиджа Украины как стабильного международного партнера.

В этот период необходимо завершить формирование базовых институций рыночной экономики, создать среду здоровой и эффективной конкуренции.

Второй этап (2006-2009 гг.) — период развернутого экономического развития на основе осуществления комплексной модернизации предприятий, утверждения принципов и механизмов структурно инновационной модели социально ориентированной экономики, упорядочивания отношений собственности, глубокой демократизации общественных процессов. За эти годы необходимо обеспечить увеличение среднегодовых темпов прироста ВВП до 7,1%. В то же время должны оставаться высокими (до 12-13%) темпы роста инвестиций в основной капитал. Среднегодовой уровень инфляции должен быть снижен до 4-5%. Будет сохраняться высокий уровень роста реальных доходов населения — в пределах — 7-8% за год.

Третий этап (2010- 2015 гг.) — период закрепления стойких темпов роста с акцентами на решение широкого комплекса проблем улучшения благосостояния населения, ускоренной реализации структурных заданий евро интеграционного курса Украины. В отмеченный период среднегодовые темпы роста ВВП будут составлять 6%, инвестиций в основной капитал — 11,7%, реальных доходов населения — 6,0%. Инфляция в среднем за год уменьшится до 3-4% (Стратегия экономического и социального развития Украины (2004-2015 годы) "Путем европейской интеграции". — С. 42-46).

В своей речи на Всемирном экономическом форуме в Давосе Президент Украины Виктор Ющенко определил три стратегических цели в реализации европейского выбора Украины.

При этом первая стратегическая цель заключается в превращении украинской экономики на социальную рыночную систему, обеспечение ее устойчивого развития.

Для достижения этой цели уже в ближайшее время будет осуществлен ряд шагов, среди которых первый, — выведения из тени национальной экономики, 55% национальной экономики в настоящее время работают в тени. Налоги будут снижены, но их будут платить все. В ближайшее время привилегии для узкого круга избранных будут отменены, налоговая система станет прозрачной и стабильной.

Второй шаг — это возобновление основ макроэкономической стабильности. Бюджет будет сбалансирован, его стабилизационная роль будет усилена за счет коррекции, введения жестких бюджетных ограничений, принятия более четких принципов государственных заимствований.

Третій крок — боротьба з корупцією. Мій уряд не буде красти. Не будуть красти місцеві уряди, бізнес буде відділений від політики. Ми усунемо зайві перешкоди і надмірне регулювання там, де виникає предмет корупції. Адміністративна реформа сприятиме прозорості влади на всіх рівнях.

Шаг четвертый — утверждение справедливого правосудия. Мы будем утверждать независимость судебной ветви власти, завершить судебную реформу в Украине. Суд станет эффективным правовым механизмом решения конфликтов.

Содействие привлечению инвестиций — пятый шаг. Мы заинтересованы в приходе к нашей стране современной технологии и культуры ведения бизнеса. Мы будем поощрять инвестиции с помощью правовых и экономических механизмов.

Приватизация станет прозрачной, конкуренция инвесторов за привлекательные объекты будет вестись честно. Несколько дней тому назад, кстати, решением суда были арестованы активы "Криворожстали" —

объекта, который имел очень сомнительную приватизацию. В достижении нашей цели мы готовы сотрудничать с партнерами из разных стран мира.

Наша следующая стратегия — Украина хочет интенсивнее интегрироваться к мировой экономике. Мы будем добиваться быстрого получения статуса страны с рыночной экономикой и ускорим вступление в Мировую организацию торговли. Это задание 2005 года.

Украина — за укрепление взаимовыгодного партнерства со всеми соседями как на Востоке, так и на Западе. Мы готовы всесторонне развивать украинско-российское партнерство, имея целью реализацию наших экономических интересов, сохранения мира и стабильности на европейском пространстве. Уверенный, что такой наш подход нашел понимание в ходе моего визита в Москву.

Оранжевая революция открыла путь к новому качеству нашего партнерства и с объединенной Европой.

Третья наша стратегическая цель — Украина в Европейском Союзе. История, экономические перспективы, интересы людей удостоверяют: украинский путь в будущее — это путь, которым идет объединенная Европа. Обновленная Украина надеется в поддержку европейских институций и высоко оценивает сигнал, поданный 13 января Европейским парламентом. Верю, его призыв дать Украине четкую европейскую перспективу будет поддержан всеми.

Мы приветствуем намерения Европейского Союза разработать новую стратегию отношений с Украиной. Мы хотим, чтобы ее целью стало открытие для нашей страны дверей к Евросоюзу. Заявку о членстве в Европейском Союзе Украина намеревается подать в ближайшее время.

Хотел бы подчеркнуть, Украина может сделать весомый взнос в перестройку новой объединенной Европы. Назову для примера лишь несколько таких возможностей.

Возможность первая. Мы предлагаем активизировать наше сотрудничество в сфере обеспечения безопасности и стабильности, особенно в регионах общего соседства.

Пункт второй. Украина готова еще активнее принимать участие в реализации целей европейской политики безопасности и обороны. Наш взнос в миротворческие усилия Европейского Союза на Балканах уже получил высокую оценку.

Украина готова сделать свой взнос в сохранение стабильного энергоснабжения Европы, предложить для развития свой большой транзитный потенциал (Правительственный курьер. — 2005. — 1 лют.).

Кроме того, органически согласовываются с евроинтеграционным курсом нашего государства экономические отношения с Россией, другими странами СНГ, странами Центральной и Пивденне-схидной Европы, со странами, которые развиваются.

Внешнеэкономическая активность на рынках стран Азии, Африки, Латинской Америки должна быть целеустремленной, системной и динамической, органически вписываться в стратегию экономического роста и евроинтеграционного курса Украины.

Процессы интернационализации и глобализации хозяйственной жизни, открыт характер экономики Украины определяют необходимость продолжения и углубления сотрудничества с международными финансовыми институтами на устоявшихся принципах международного права, уважения взаимных интересов и позиций (Правительственный курьер, 4 июня в 2002 г.).

Успешное выполнение всех этих заданий будет способствовать созданию стойких и прозрачных международных перспектив реализации национальных конкурентных преимуществ.

Тема 4. Конкурентоспособность украинских предприятий на международных рынках

6. Модификация форм и методов конкуренции в трансформационный период
7. Стратегии украинских предприятий на международных рынках
8. Проблема интернационализации украинской экономики
9. Формирование внутренних и внешних условий международной конкурентоспособности украинских предприятий
10. Международные перспективы реализации национальных конкурентных преимуществ.

2. Модификация форм и методов конкуренции в трансформационный период

В условиях перехода от административно-командной системы хозяйствования к системе открытой экономики, которая характеризуется тем, что ликвидируется монополия государства и формируется система внешнеэкономических отношений на основе принципа свободы конкуренции, становится необходимой соответствующая модификация форм и методов конкуренции украинских предприятий, выступающих на международном рынке.

Модификация – это изменение, появление новых качеств в том или ином явлении.

Изменения в формах и методах конкуренции регулируются соответствующими законодательными актами. При этом государство выступает на защиту экономической конкуренции (Закон Украины «О защите экономической конкуренции» - определяет правовые положения защиты экономической конкуренции, ограничение монополизма в хозяйственной деятельности и направлен на обеспечение эффективного функционирования экономики Украины на основе развития конкурентных отношений.)

Этим законом ограничивается возможность субъектов хозяйствования в достижении ими монопольного доминирующего положения. Считается что субъект хозяйствования занимает монопольное положение на рынке, если:

- на этом рынке у него нет ни одного конкурента;
- он не претерпевает значительной конкуренции вследствие ограниченности возможностей доступа других субъектов хозяйствования относительно закупки сырья, материалов и сбыта товаров, а так же наличия барьеров для доступа на рынок других субъектов хозяйствования.

Установлено следующее количественное ограничение монополизации:

- Монопольным считается положение субъекта хозяйствования, доля которого на рынке превышает 35 %, и если он не докажет, что претерпевает при этом значительную конкуренцию;

- Если его доля на рынке составляет 35 % и менее, но он не претерпевает значительной конкуренции, вследствие сравнительно небольшого размера долей рынка, принадлежащих конкурентам;

- Считается, что каждый из двух или более субъектов хозяйствования занимает монопольное положение на рынке товара, если относительно вида товара между ними нет конкуренции или она носит не значительный характер;

- Монопольным считается также положение каждого из нескольких субъектов хозяйствования, если:

- Совокупная доля не более трех субъектов хозяйствования, которым на одном рынке принадлежат наибольшие доли рынка, превышающая 50 %;
- Совокупная доля не более 5-ти субъектов хозяйствования, которым на одном рынке принадлежат наибольшие доли этого рынка, превышающие 70 %.

Для обеспечения государственного контроля за соблюдением антимонопольного законодательства и защиты интересов предприятий и

потребителей от его нарушений, создано Антимонопольный комитет Украины.

Основные задания Антимонопольного комитета Украины:

- Совершение государственного контроля за соблюдением антимонопольного законодательства;
- Защита законных интересов предприятий и потребителей, путем применения мер относительно предупреждения и прекращения нарушений антимонопольного законодательства, наложение взысканий за нарушение антимонопольного законодательства, в пределах своих полномочий;
- Содействие развитию добросовестной конкуренции во всех сферах экономики.

Недобросовестной конкуренцией являются любые действия в конкуренции, которые противоречат правилам торговли и другим честным обычаям в предпринимательской деятельности.

К недобросовестной конкуренции относятся следующие действия:

- неправомерное использование чужих обозначений, рекламных материалов, упаковки;
- копирование внешнего вида товара (Копировали внешний вид, но не обозначили при этом настоящего производителя);
- сравнительная реклама. (Это такая реклама, которая содержит сравнение с товарами, работами, услугами или деятельностью другого хозяйствующего субъекта. Не считается неправомерным сравнение в рекламе, если предоставлены ведомости о товаре, работе, услуге, подтвержденные фактическими данными, являющимися достоверными, объективными, полезными для информирования потребителя;

Дискредитация хозяйствующего субъекта. Это означает распространение любой формы неправдивых, неточных или неполных ведомостей, связанных с личностью или деятельностью хозяйствующего субъекта, которые нанесли или могут нанести вред деловой репутации хозяйствующего субъекта;

- склонение хозяйствующего субъекта (предпринимателя) к разрыву договора с конкурентом;
- подкуп работника поставщика;
- достижение неправомερных преимуществ в конкуренции;
- неправомерный сбор коммерческой конфиденциальной информации;
- разглашение коммерческой тайны;
- неправомерное использование коммерческой тайны. Внедрение в производство или учет во время планирования или совершения предпринимательской деятельности без разрешения уполномоченного лица неправомерно собранных ведомостей, которые составляют, согласно законодательству Украины коммерческую тайну.

Сформированы следующие виды добросовестной конкуренции:

7. Управление качеством

Улучшение качества с одновременным повышением цены

Повышение качества без увеличения цены

Снижение качества с одновременным снижением цены...

8. Ценовая политика

Повышение цены

Снижение цены

Система скидок

9. Управление прибылью

Управление доходами

Управление расходами

10. Реклама

Реклама в СМИ

Упаковка и дизайн

Промоушн

11. Создание бренда (торговой марки)

12. Расширение рынка сбыта

Организация дилерской сети

Слияние, поглощение и т.д.

В трансформационный период в экономической сфере деятельности общества происходит тенденция тенезации экономических процессов Украины. Кроме конкурентного соревнования отдельных товаропроизводителей и отраслей, существует также соперничество двух верств экономики – законного и теневого.

Предприниматель, который выступает на контролируемом государственном рынке и который работает в рамках закона, сталкивается с конкуренцией с бока предпринимателей, которые используют незаконные методы:

- контрабанда;
- уклонение от уплаты налогов;
- незаконное (бесплатное) использование авторских прав;
- взятки, которые направлены на «упрощение» разрешительной системы государства, получения гос заказов, лицензий и др. выгод.