

И.П. БУЛЕЕВ, д.э.н.,

В.М. РУДОБЕЛЕЦ,

*Институт экономики промышленности НАН Украины*

## КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ И ЭКСПОРТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ЭКОНОМИКИ

В экономической литературе и хозяйственной практике не уделяется должного внимания анализу общего и особенного, понятий конкурентоспособности и экспортного потенциала, а иногда они фактически отождествляются, что не соответствует реальному положению. По классическому определению М. Портера "конкурентоспособность – это предопределяемое совокупностью факторов положение товаропроизводителя на внешних и внутреннем рынках, отражаемое через совокупность показателей [1, с.15]. Иные определения не вносят существенных изменений к приведенному выше: "конкурентоспособность – обусловленное экономическими, социальными и политическими факторами устойчивое положение страны или товаропроизводителя на внешнем и внутреннем рынках, которое отражается через показатели, характеризующие такое состояние и его динамику", "конкурентоспособность экономики концентрировано выражает экономические, научно-технические, производственные, организационно-управленческие, маркетинговые и другие возможности предприятий и экономики в целом". Эти возможности реализуются в товарах и услугах, противостоящих аналогам, соперничаящим на внутреннем и внешнем рынках, что является результатом реализации государственного общественного строя страны, меру ее способности обеспечить стабильное динамичное развитие экономики и уровень благосостояния членов общества [2, с.45-46].

Различают конкурентоспособность экономики страны, отраслей, предприятий, товаров (продуктов, услуг). Меж-

дународный институт развития и управления и Всемирный экономический форум оценивают конкурентоспособность страны по восьми факторам [3, с.28]:

внутренний макроэкономический потенциал;

уровень участия в международной торговле и потоке инвестиций;

степень влияния государственной политики на создание конкурентной среды;

качество и эффективность финансовой системы;

состояние инфраструктуры;

уровень управления (с позиций нововведений, прибыльности и ответственности);

научно-технический потенциал (с точки зрения успешности фундаментальных и прикладных исследований);

состояние и квалификация трудовых ресурсов.

Уровень развития экономики определяется удельным весом производимых в государстве конкурентоспособных товаров (предметов и услуг). Их объем производства и реализации является обобщающим показателем жизнестойкости предприятия, его умения эффективно использовать финансовый, производственный, научно-технический и трудовой потенциал.

*Конкурентоспособность товара* можно определить как совокупность показателей, обеспечивающих разработку, производство, реализацию и послереализационное обслуживание товара (в случаях, предусмотренных контрактами) с целью удовлетворения необходи-

мого потребительского спроса и получения целевой (необходимой и достаточной) прибыли предприятия; либо как совокупность качественных и стоимостных характеристик изделия, обеспечивающих удовлетворение конкретной потребности покупателя. Сюда следует добавить необходимость обеспечения экономической безопасности.

Группы параметров, характеризующие конкурентоспособность товара: научно-технические, организационные, регламентирующие, коммерческие, экономические. Конкурентоспособный товар имеет характеристики лучше средних на данном рынке прежде всего по качеству, цене, условиям поставки и оплаты, сервисному обслуживанию, надежности в использовании и эксплуатации, экологичности. Абсолютно конкурентоспособный товар – это новый инновационный товар, не имеющий аналога на рынке и приемлемый для потребителя по качеству, стоимости, удовлетворению общественно полезных потребностей потребителей (группы, сегмента рынка), располагающих покупательной способностью.

*Конкурентоспособность предприятия* – это возможность эффективной хозяйственной деятельности и ее практической прибыльной реализации в условиях конкурентного рынка.

*Конкурентоспособность применительно к отрасли промышленного производства* – это обладание свойствами, которые формируют ее преимущества в экономическом соревновании с другими отраслями за потребителей (рынки сбыта) и различные ресурсы, используемые для организации нормального функционирования отрасли. Производственные процессы включают все этапы жизненного цикла продукции от проектно-конструкторской разработки до реализации и послеконтрактного обслуживания [4, с.65].

Отдельные специалисты полагают, что ключевое место в конкурентоспособности занимают товары в совокупности конкуренции предприятий, отраслей, экономики. “Конкурентоспособность украинской продукции (услуг) определяет конкурентоспособность предприятий, а значит, и экономики государства вообще в интерэкономике” – отмечает В. Андрийчук [5, с.90].

Другие утверждают, что ведущая роль в формировании конкурентоспособности предприятий, отраслей и соответствующих товаров принадлежит макроэкономическому уровню (уровень государства), на котором определяются экономические, правовые и другие важнейшие условия функционирования всей хозяйственной системы. Очевидно следует уделять должное внимание и той и другой точкам зрения, не противопоставляя их, а используя в конкретных ситуациях. Хотя государство в рыночной экономике не может прямо управлять конкурентоспособностью даже в национальных отраслях, его роль остается значимой: создание наиболее благоприятных соответствующих условий в экономике в целом и на каждом отдельно взятом предприятии. Как отмечает академик И. Лукинов у государства “стратегическая цель в конечном итоге сводится к созданию мощной социально ориентированной и конкурентоспособной экономики, которая характеризовалась бы рыночным динамизмом, высоким технологическим уровнем, структурной сбалансированностью, товарно-денежной бездефицитностью и высоким уровнем жизни народа” [6, с.60].

Однако по заключению Гарвардского института международного развития Украина в 1999 г. занимала 58 место из обследованных 59 стран по определению конкурентоспособности и 52 место по потенциалу экономического роста [7].

Таким образом, конкурентоспособность – это важнейший обобщающий

показатель уровня развития экономики (национальной, отраслевой, региональной, предприятий и объединений, товаров), своеобразный рейтинг ее в соотношении с мировыми лидерами, национальными, региональными, который характеризуют все стороны социально-экономического функционирования общества. Поэтому такое пристальное внимание уделяют высокоразвитые государства проблемам конкурентоспособности своих экономик. В сенате США ежегодно несколько раз проводятся слушания вопросов повышения конкурентоспособности. В 1998 г. Конгресс США принял "Комплексный закон о торговле и конкурентоспособности", то есть государство активно сотрудничает с фирмами в решении вопросов конкурентоспособности субъектов хозяйствования и производимых ими товаров. В США, Канаде, Южной Корее созданы национальные центры повышения конкурентоспособности [8, с.82-83], что является результатом признания экономики не только экономической, а и социальной ценностью. Это дает свои результаты. В докладе ООН "О развитии человека" за 1999 г. отмечено, что на страны, включаемые в ОЭСР, население которых составляет 19% мирового, приходится 71% всемирной торговли, 58% прямых иностранных инвестиций и 91% пользователей Интернета. Доходы 20% населения в богатейших странах превышали доходы 20% населения беднейших стран: в 1960 г. – в 30 раз, в 1990 г. – в 60 раз, в 2000 г. – в 74 раза [9, с.35].

Повышение конкурентоспособности невозможно без участия и учета интересов работников, менеджеров, капиталистов, покупателей, без повышения общей, производственной и корпоративной культуры и ценностей, уровня образования и науки, традиций, привычек, нравов трудящихся и населения в целом. В Японии 70% взрослого населения – это работники, имеющие высшее образова-

ние, - отмечает В.Г. Кремень – министр образования и науки Украины. И далее говорит, что "в будущем все нации разделятся на три группы: одни смогут производить конкурентоспособные технологии и займут лидирующее положение в мире, другие будут в состоянии воспринимать эти глобальные информационные технологии, третьи – окажутся неспособными ни к первому, ни ко второму и будут на содержании (на службе. – Авт.) у прогрессирующих наций. Вот, чтобы Украина не оказалась в третьей группе, наша задача – создать предпосылки, чтобы как можно больше наших граждан получили высшее образование" [10]. Можно согласиться, что один из важных, но далеко не единственный фактор повышения конкурентоспособности национальной экономики.

Известны *различные подходы* к оценке конкурентоспособности товаров на международных рынках. Так, И.А. Филькевич рассматривает трехуровневую систему мирового товарного рынка [11, с.85]:

I уровень – рынок базовых товаров (сельскохозяйственная продукция и продукция добывающих отраслей промышленности);

II уровень – рынок низкотехнологичной и среднетехнологичной продукции, основную долю которого занимают полуфабрикаты и трудоемкая продукция;

III уровень – рынок высокотехнологичной продукции.

Доля II и III уровней товарного рынка составляет более 80% общего объема мирового экспорта товаров, и там господствуют корпорации стран большой семерки.

Согласно исследованиям М.Г. Делягина [12], конкуренция в современных условиях на международных рынках может быть представлена в виде пятиуровневой пирамиды, в которой:

I уровень (верхний в пирамиде) – конкуренция новых технологических принципов. Данный рынок является преимущественно внутренним для транснациональных корпораций (ТНК) США и частично Великобритании. Контролируется коммерчески и организационно ТНК и соответствующими правительствами и международными организациями. Обеспечивает сверхвысокие прибыли, по своей природе аналогичные ренте;

II уровень – контроль процесса реализации новых технологических принципов (технологий). Имеют место большие поступления на рынке, но продажи носят неполный характер. Реализуется право использования, но не право на производство и “ноу-хау”;

III уровень – уникальные потребительские товары, сложное технологическое оборудование, высокопрофессиональные и высококвалифицированные услуги, поступающие на открытый рынок.

Основными субъектами продаж и конкуренции на рынках II и III уровней являются страны семерки, их корпорации, фирмы, предприятия. Рынок имеет элементы регулирования и ограничений;

IV уровень – менее уникальные товары, технологии, услуги, поступающие в открытые рынки;

V уровень (основание пирамиды) – сырьевые товары или продукция первого передела. Рынки контролируются потребителями. Он наиболее подвижен и наименее стабилен. Обладает высоким стратегическим риском. Здесь сосредоточены товары сферы быта, социальной сферы, потребительские товары.

На рынках IV и V уровней могут участвовать предприятия, фирмы, корпорации всех стран мира, имеющие конкурентоспособные товары (продукты, услуги).

Исследователи отмечают, что чем выше уровень рынка, тем менее интенсивная конкуренция за рынки сбыта. ТНК, а также во многом неформальные,

в принципе почти не поддающиеся регулированию государствами и международной бюрократией финансово-информационные группы работают на I и частично на II уровнях, что не исключает присутствия филиалов, дочерних предприятий ТНК на рынках III – V уровней. Однако даже на V уровне они участвуют как в конкуренции, так и в формировании и присвоении мирового дохода, проводя соответствующую экспортно-импортную политику. Это касается прежде всего энергетических и сырьевых корпораций мирового класса. Отечественные предприятия участвуют в экспорте сырья, импорте энергоносителей, но отстранены от участия в перераспределении мирового дохода, который не выпускают из своих рук ТНК. Чтобы стать участником перераспределения мирового дохода, корпорация (фирма) должна быть де-юре признана мировым сообществом как полноправный участник мирового воспроизводственного процесса, быть конкурентоспособной на мировом рынке.

Особой, относительно новой сферой жесткой конкуренции является информация, мировой рынок финансов. По мнению зарубежных и отечественных исследователей [13, 14], информационные поля монополизируются корпорациями, обладающими современными информационными технологиями, высокоразвитыми средствами массовой информации (СМИ). Финансовые рынки монополизируются крупнейшими финансовыми группами мирового масштаба, имеющими поддержку правительства своих стран, где они являются резидентами.

По данным российских специалистов [13, с.64-66], зарубежные компании и их дочерние фирмы взяли под контроль до 80% телекоммуникационных и информационных сетей России и других стран СНГ. Радиочастотное пространство фактически контролируется, плани-

руется и управляется компаниями США. Одновременно в США участие российских предпринимателей в создании американских информационно-коммуникационных систем и сетей официально запрещено, а участие других зарубежных фирм ограничено 20%. Иностранцы не имеют права доступа как к управлению оборудованием, так и к контролю информационных каналов и самой информации. Аналогичные законы или решения приняты и в других развитых странах. Но ни в России, ни в странах СНГ ничего подобного нет, что ведет к росту транзакционных и информационных издержек для этих стран на международном уровне.

Синтез информации, управления и организации обеспечивает успешное общественное развитие. Это необходимо для функционирования рынка, поскольку обеспечивается достоверная информация о ценах, условиях продаж, о конкурентах, ресурсах, конъюнктуре и др. Без этого неизбежны излишние затраты на поиск коммерческой информации и партнеров, снижение качества решений хозяйствующих субъектов, рост транзакционных издержек.

В США интенсификация информационных технологий сопровождается созданием внутригосударственного информационно-телекоммуникационного пространства на базе систем искусственного интеллекта. Аналогичные работы проводятся в Японии, Германии, Великобритании, Канаде и других высокоразвитых странах.

В странах СНГ и в Украине имеется необходимость объединения локальных, местных, региональных, отраслевых информационных систем в современные национальные сетевые информационные инфраструктуры. О такой работе объявлено в Китае, и начата ее реализация.

В информационном пространстве целесообразна не только конкуренция, но и сотрудничество. Расширение меж-

дународного сотрудничества необходимо, прежде всего, по вопросам безопасности в информационном пространстве, о неиспользовании его во враждебных целях, о контроле над производством и внедрением информационных технологий в плане невозможности их использования террористами и криминальными элементами, о международной правовой защите сетевых информационных ресурсов.

Таким образом, конкурентоспособность является интегральным показателем развития экономики на уровне государства, отраслей, регионов, предприятий, экономических, научно-технических, качественных, экологических характеристик товаров (продукции, услуг) на международных и внутренних рынках. Нормальным является состояние, когда товары (продукция, услуги), поставляемые на внутренние рынки, соответствуют международным стандартам и являются конкурентоспособными на международных рынках. В этих вопросах необходимо тесное сотрудничество органов государственного управления и предприятий (корпораций, организаций, фирм). Конкурентоспособность на внутренних рынках не всегда совпадает с конкурентоспособностью на международных рынках. Это общеизвестно. Вместе с тем, возможны случаи, когда товары (продукция, услуги), конкурентоспособные на мировом рынке, могут быть либо не востребованы, либо неконкурентоспособны на внутреннем рынке из-за его неразвитости, ограниченной платежеспособности, несовершенства системы ценообразования, низкого общего технического уровня обрабатывающих производств и т.д. Особенно это касается интеллектуальной деятельности, тесно связанной с экономической и социальной безопасностью государства.

Так, впервые созданные в Украине прообразы лазерных дисков нашли применение и развитие прежде всего за ру-

бежом. Аналогичное положение с производством стали альтернативными мартеновским процессам методами, непрерывной разливкой металла, высококлассным программированием и др. Особое место в конкурентной борьбе в последнее время занимают информационные технологии, которые не получили достаточного правового обеспечения на мировых рынках. Информация становится важнейшим сектором конкуренции, стратегическим объектом, поскольку информационные технологии позволяют осуществлять реальный и тотальный контроль над людьми. Блокирование ее может тормозить производство и научно-технический прогресс, создавать угрозу безопасности национальных государств, их корпораций, отраслей хозяйства.

Как было отмечено выше, зачастую научные и практические работники не акцентируют внимания на отличиях конкурентоспособности и экспортного потенциала. Так, генеральный директор ЗАО "НКМЗ" доктор экономических наук Г.М. Скударь пишет, что "задачам обеспечения конкурентоспособности изготавливаемой продукции и повышения ее экспортного потенциала подчинены инвестиционная и инновационная политика НКМЗ, меры по техническому перевооружению и развитию производства" [15, с. 39]. То есть, указанный автор ставит в один ряд конкурентоспособность и экспортный потенциал, что вряд ли можно считать обоснованным и доказанным.

Действительно, конкурентоспособность создает предпосылки для формирования экспортного потенциала. Однако с позиции нормального развития рыночной экономики целесообразно и необходимо вначале наполнить внутренний рынок конкурентоспособными товарами (продукцией, услугами), а их излишек предложить на мировые международные рынки, где конкурентоспособ-

ные по мировым стандартам товары вступают в конкуренцию со своими аналогами или их заменителями и выигрывают. Нельзя относить к экспортному потенциалу товары, которые поставляются на международные рынки при условии их дефицита на внутренних рынках. Так, не следует экспортировать из Украины лом черных и цветных металлов, топливно-энергетические ресурсы и др., которые импортируются из Украины соседними государствами и отечественными и зарубежными фирмами, когда имеется дефицит и недостаток данных товаров в нашем государстве. Поэтому, хотя основу экспортного потенциала составляет конкурентоспособность отечественных товаров, экспортный потенциал по своим объемам значительно меньше массы конкурентоспособных товаров, иногда выходит за пределы перечня групп конкурентоспособных товаров и ему, в отличие от организационно-хозяйственных методов государственной поддержки производства конкурентоспособных товаров, необходима юридическо-правовая, а иногда и политическая поддержка.

Анализ свидетельствует, что поддержка может иметь общегосударственный, отраслевой, региональный и конкретно-избирательный характер.

*Приоритетными государственными мерами по увеличению экспортного потенциала должны стать:*

совершенствование нормативной и правовой базы регулирования внешнеэкономической деятельности. Объемы экспорта прямо связаны с уровнем ставок налогов на валютную выручку, механизмом их взимания, валютным законодательством, системой стимулирования экспорта товаров;

структурная перестройка народного хозяйства, его ориентация на "высокие технологии" – микроэлектронику, гибкие производственные системы, системы автоматизированного производства и

проектирования, робототехнику, биотехнологии, новые материалы, производство компьютеров, волоконную оптику и др.;

развитие законодательства в информационной сфере. К созданию законов в этой сфере следует привлекать юристов, специалистов различных профессий, в том числе ученых в области информатики, информационных технологий, психологии, социологии, экономики, педагогики и т.д.;

защита отечественного товаропроизводителя от экономической интервенции иностранных корпораций, создание необходимых предпосылок для эффективной работы предприятий и обеспечение платежеспособности отечественных потребителей;

обязательная экспертиза торгово-промышленной палатой Украины всех импортируемых товаров;

создание на коммерческой основе при министерствах и ведомствах центров отраслевых и межотраслевых исследований конъюнктуры соответствующих видов товаров на мировых рынках, разработка и реализация мероприятий, создание межотраслевых центров информации. Центры должны активно сотрудничать с посольствами Украины и торгово-посредническими представительствами за рубежом, специализированными НИИ, ВУЗаами, торгово-промышленными палатами;

введение выдачи государственных гарантий на кредиты по участию в международных тендерах, стимулирование роста экспорта машиностроительной и других видов конкурентоспособной продукции путем организации специальной системы кредитования оборотных средств товаропроизводителей, переориентация на такую деятельность государственного Эксимбанка Украины;

введение в действие финансово-экономического механизма освобождения отечественных товаропроизводите-

лей в течение двух-трех лет от налога на прибыль, полученную от прироста объема экспортной продукции, обеспечение возмещения экспортно-импортного НДС в месячный срок;

разработка и внедрение антидемпингового кодекса Украины;

заключение договоров наибольшего благоприятствования в торговле с соседними государствами, между пограничными регионами, с высокоразвитыми странами;

разработка и внедрение гибкого механизма государственного регулирования реэкспорта продукции в третьи страны с использованием методов тарифного и нетарифного регулирования, прежде всего, относительно действующих соглашений о свободной торговле [16, с. 181-182];

разработка и реализация целевых программ создания и поддержки наукоемких производств и "высоких технологий". Имеется несколько подходов к решению таких вопросов. Так, Япония импортирует передовую технологию, усовершенствует ее, используя как частные, так и государственные субсидии НИИОПКР, защищая отрасль от иностранной конкуренции на внутреннем рынке. Активно поддерживает наукоемкие производства и принимает меры по ускоренному развитию прогрессивных и сокращению бесперспективных традиционных отраслей. Накопив необходимый опыт, приобретает "экономия на масштабах" и снижение цен на разработке продукции, японские фирмы выходят на мировые рынки с товарами, которые имеют ценовые и качественные преимущества, захватывают соответствующие сегменты рынка. Это реальный и действенный путь сотрудничества государства и промышленности, фирм и корпораций;

разработка и реализация системы мер - таможенных, налоговых, инвестиционных, которые способствуют увели-

чению критического импорта технологий, а не устаревшего оборудования. Препятствовать вывозу из страны сырья и полуфабрикатов. Дать законодательное толкование понятия "критический импорт";

поддержка формирования конкурентоспособных корпораций, кластеров, сетей, технопарков;

реализация транспортной политики путем использования единых железнодорожных тарифов на грузоперевозки с сопредельными государствами бывшего Союза ССР на отечественные товары и экспортно-импортные товары;

создание СП, ориентированных исключительно на производство товаров (продукции), из которой не менее 30% поставляются на экспорт и не менее 50% - на внутренний рынок и др.

**Приоритетными отраслевыми направлениями** наращивания экспортного потенциала должны стать:

высокотехнологические наукоемкие отрасли машиностроения (станки, приборы);

черная и порошковая металлургия; производство сверхтвердых материалов;

электросварочное производство; информатика и связь;

научно-технические разработки, "ноу-хау", патентно-лицензионная торговля;

легкая и пищевая промышленность; продукция конверсионных предприятий оборонного комплекса, а также производство вооружения на экспорт;

производство продукции художественных промыслов, народных ремесел, изобразительного искусства;

международные транспортно-экспедиционные услуги и транзитные перевозки;

система программирования и стратегической информации;

лечебно-рекреационные услуги.

**Наращивание экспортного потенциала на уровне предприятия, фирмы, объединения должно предусматривать:**

- формирования вертикально и горизонтально интегрированных корпораций с высокой степенью самостоятельности структурных подразделений, способных конкурировать на всех уровнях мировых рынков;

- разработку и использование методов оценки финансового состояния зарубежных инвесторов и предприятий-партнеров по бизнесу;

- переход от сбыта товаров любыми методами и по любой цене к использованию системы глубоких маркетинговых исследований и их реализации на практике;

- создание на предприятиях подразделений по повышению конкурентоспособности продукции, экспорту товаров, увязать формы мотивации их труда с достижениями в данных сферах;

- обеспечение доступа к международным информационным массивам и базам данных;

- избежание использования западных зарубежных техники и технологий, продолжающих жизнь устаревших и низкорентабельных товаров путем использования дешевой отечественной рабочей силы и сырья;

- использование отечественных уникальных научных разработок и производств при создании производств по сборке;

- достижение импортозамещения товаров путем организации не их производства, а создание экспортоспособных товаров, которые одновременно решают проблему критического импорта продукции;

- от процессов дробления крупных предприятий целесообразно переходить к их интеграции. Крупные предприятия должны организовывать и интегрировать средние, мелкие и малые предпри-

ятия, повышая общий экспортный потенциал и конкурентоспособность страны;

- формирование кадровой политики на основе инновационно ориентированных управленцев и менеджеров высшей квалификации. Создание системы подготовки, переподготовки и ротации кадров;

- переход к глубокой переработке сырья, повышение готовности к применению и использованию товаров у покупателей, к послепродажному обслуживанию;

- реализацию товаров на условиях доставки непосредственно покупателям, избегая посреднических структур и организаций, гибко используя систему дисконтов и надбавок, форм и сроков оплаты продукции;

- подчинение экспортной политике инвестиционной и инновационной деятельности, технического перевооружения и развития производства;

- обеспечение роста производительности труда, снижения цен, максимально возможного обновления выпускаемой продукции и др.

Вышеизложенное позволяет заключить. В мире идут процессы глобализации и интеграции. По оценкам Всемирной торговой организации (ВТО) полное устранение торговых границ принесет всем участникам международной торговли прибыль в размере 500 млрд. дол. США. Это станет в результате использования преимуществ, возникающих от углубления специализации, быстрого распространения научных, технических, экономических знаний, опыта управления, расширения инвестирования инноваций в развивающихся странах, интернационализации финансовых и информационных рынков, снижения трансакционных издержек, структурных изменений в экономике. Реализация мер по повышению конкурентоспособности экономики, наращиванию экс-

портного потенциала позволяют Украине стать равноправным членом ВТО, интегрироваться в мировое экономическое сообщество.

#### Список литературы

1. Портер М. Международная конкуренция: Пер. с англ. / Под ред. и с пред. В.Д. Щетинина. - М.: Международные отношения, 1993. - 896 с.

2. Гончарова Н.П. Роль маркетинга в конкурентных отношениях // Актуальные проблемы экономики. - 2001. - №11-12. - С. 44-49.

3. Засядьвовк Л. Конкурентоспособность экономики Украины // Бизнес-информ. - №24(200), декабрь. - 1997. - С.27-29.

4. Савчук А.В. Конкурентоспособность отраслей промышленного производства: Методологические вопросы оценки и анализа // Економіка промисловості. - 2001. - №2. - С. 61-66.

5. Андрійчук В. Конкурентоспроможність української продукції // Віче. - 1994. - №2(35), лютий. - С. 90-92.

6. Лукінов І. Виток руйнації. Ії альтернатива // Віче. - 1994. - №2(35). - С. 59-63.

7. Губский Б. Путь для всех // Голос Украины. - 1999. - 26 окт.

8. Ухачевич Я. Роль государства в обеспечении конкурентоспособности продукции // Экономика Украины. - 1999. - №8. - С. 82-83.

9. Сорокин Д. Вызов нового века и стратегический ответ России // Вопросы экономики. - 2001. - №11. - С. 34-50.

10. Кремень В.Г. Интервью // Киевские ведомости. - 2001. - 18 янв. - С.2.

11. Филькевич И.А. Основные тенденции развития мировой экономики // Прометей: регіональний збірник наукових праць з економіки. - Донецк: Юго-Восток. - 2001. - Вып.4. - С.81-88.

12. Делягин М.Г. Новые проблемы и возможности обеспечения конкурентоспособности в условиях глобализации //

Прометей: регіональний збірник наукових праць з економіки. – Донецьк: Юго-Восток. – 2001. – Вып.4. – С.37-56.

13. Булатов Э., Шумаев В. Проблемы информатизации // Экономист. - 2001. - №2. - С. 64-68.

14. Винарик Л.С. Плоды информатизации, неосознанная опасность // Економіка промисловості. - 2001. - №2 (12). - С.79-86.

**А.И. АКМАЕВ, профессор,**  
**В.Н. БЕЛОЗЕРЦЕВ, доцент,**  
**С.И. ЗАЙЦЕВ, доцент,**

*Донбасский горно-металлургический институт, г. Алчевск*

## МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В СТРАТЕГИИ ВЫЖИВАНИЯ ПРОВИНЦИАЛЬНОГО ВУЗА

Реформирование и реструктуризация экономики Украины обуславливают проведение качественных изменений во всех сферах экономической жизни, в том числе в области образовательных услуг. В последние годы предприятия, принимающие молодых специалистов, предъявляют все более жесткие требования к качеству их подготовки. В числе основных выдвигаются такие качества молодого специалиста, как предприимчивость, высокий творческий потенциал, способность самостоятельно ставить и решать задачи, умение использовать технические средства вычислительной техники и информационные технологии, а также свободное владение несколькими языками. В свою очередь, качество подготовки специалистов в высших учебных заведениях зависит от многих факторов и, в том числе, опосредствованно отражает уровень предоставляемых образовательных услуг.

Основной задачей высшей школы является профессиональная подготовка, воспитание молодого поколения и полу-

15. Скударь Г.М. К вопросу о защите и государственной поддержке конкурентоспособности отечественного производителя // Актуальные проблемы стабилизации и развития экономики. - Донецьк: ІЭПІ НАН України. - 1999. - С. 36-35.

16. Коломийцев В.Е. Структурна трансформація промислового комплексу України. – К.: "Управлінська енциклопедія", 1997. – 304 с.

чение на "выходе" специалиста, способного удовлетворять возрастающие запросы рынка труда. Следует отметить, что одним из факторов, влияющих на качество подготовки специалистов, является интеллектуальный потенциал абитуриента.

Ожидаемое снижение численности абитуриентов, обусловленное демографическими факторами, а также расширение лицензионного объема приема побуждает ВУЗы к поиску новых форм и методов работы, расширению разнообразия образовательных услуг, формированию благоприятного имиджа высших учебных заведений и закреплению конкурентных преимуществ. Все чаще ВУЗы сталкиваются с необходимостью формирования и реализации долгосрочной маркетинговой стратегии. Для формирования этой стратегии важно выделить степень удовлетворения образовательными услугами потенциальных абитуриентов.

© А.И. Акмаев, В.Н. Белозерцев,  
С.И. Зайцев, 2002