

УДК 336

Швец И.Ю.

АНАЛИЗ КОНКУРЕНЦИИ И ПРОЦЕССОВ СМЕНЫ ЛИДЕРОВ НА МИРОВЫХ РЫНКАХ

ПРОБЛЕМЫ КЛАССИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ СРАВНИТЕЛЬНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ В ПРИМЕНЕНИИ К СОВРЕМЕННОМУ РЫНКУ ПРОДУКТА

Рынок любого продукта изменяется в течение определенного времени. Могут произойти изменения в технологии производства продукта, структуре рынка, может смениться лидер в производстве и экспорте продукта. С течением времени производство продукта может быть распределено по миру более равномерно. Встает вопрос: каковы закономерности динамики экспортной структуры, что заставляет одни отрасли выдвигаться на первый план, а другие – сокращать объемы производства? Затруднения классической теории сравнительных преимуществ стимулировали появление новых подходов к проблеме международного разделения труда.

На основе одного из них была построена концепция «жизненного цикла продукта». Разработкой этой теории занимались такие экономисты, как М. Познер, Г. Хуфбаур, Л. Уэллс и другие, а первое систематическое изложение ее появилось в 1966 г. в статье американского ученого Р. Верона «Международные инвестиции и международная торговля в свете цикла жизни продукта».

Анализ публикаций по проблеме экономической концепции цикла жизни продукта и структуры мирового товарооборота

Согласно экономической концепции цикла жизни продукта предполагается, что производство продукта будет перемещаться из технологически передовых стран в страны менее развитой периферии по мере того, как технология производства будет становиться более устоявшейся и стандартизированной [1]. Экономическая концепция жизненного цикла продукта соответствует мировой истории развития многих отраслей. Такие отрасли, как кожевенная, текстильная, целлюлозно-бумажная, радиотехническая, развитие которых началось в начале века в Европе, США, в настоящее время переместились в развивающиеся страны и эти товары импортируются из этих стран в индустриальные страны. Такие же тенденции прослеживаются в отраслях нефтехимии, производстве электронных товаров, туристических услуг.

В стоимостной структуре мирового товарооборота преобладают промышленные товары, произведенные в индустриальных странах, меньшую часть составляют минеральное сырье, сельскохозяйственная продукция и промышленные товары развивающихся стран [2].

В распределении ВВП индустриальных стран наблюдается постоянная тенденция роста доли тех. Кто разрабатывает новые технологии, нововведения, и

тех, кто обладает достаточными знаниями и умениями, чтобы применять их в производстве.

Каждый товар проходит свой жизненный цикл. Целесообразно новый продукт производить в стране, где он был создан. Этому способствуют следующие факторы: для производства продукта требуется передовое оборудование, квалифицированная рабочая сила, т. к. страна, в которой появился новый товар, относится к странам с высоким доходом и, следовательно, население с высоким платежеспособным спросом может приобретать новые товары, относящиеся к предметам роскоши. С течением времени технологический процесс производства продукта отрабатывается, издержки снижаются. Продукт занимает место обычных товаров и его производство в стране с высоким уровнем технологии теряет экономический смысл. В связи с этим производство продукта перемещается в страны, стоящие на более низком уровне технологического развития и использующие стандартную технологию. И на последнем этапе жизненного цикла товара для его производства не нужно использовать рабочую силу с высокой квалификацией и его производство перемещается в страны с избытком дешевой рабочей силы.

В соответствии с концепцией жизненного цикла продукта, если научные исследования и разработки перестанут быть решающим фактором сравнительного преимущества, производство переместится в страны, располагающие сравнительными преимуществами по другим элементам затрат, например, неквалифицированному труду. Таким образом, развивающиеся страны могут стать ведущим экспортером новых товаров определенной отрасли, а могут и отстать в их производстве еще больше, если в данной отрасли произойдет серия технологических прорывов.

В ходе данного исследования ставилась *задача* анализа влияния жизненного цикла продукта на КСП рекреации.

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕОРИИ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ПРОДУКТА К ТУРИСТИЧЕСКИМ УСЛУГАМ

Теория «жизненного цикла продукта» может быть применена не только по отношению к отраслям производящим товары, как это мы наблюдаем в научных исследованиях посвященных данному вопросу, но также и к отраслям – услуг. Например, туризму.

В международном туризме ключевым элементом туристического продукта является туристический центр, которому присуща эволюция, аналогичная жизненному циклу товара. В туризме все начинается с исследования небольшой группы путешественников – первооткрывателей, которые хотят избежать инструктивных путешествий и любоваться дикой не урбанизированной природой.

На стадии внедрения жители новых туристических местностей сами начинают привлекать путешественников, предлагая им услуги по размещению, питанию, перевозке и т.д. Дальнейший рост числа туристов стимулирует местные власти развивать инфраструктуру рекреации.

Далее следует стадия развития, когда число туристов интенсивно растет, особенно в пиковые периоды, иногда превышает численность местного населения. Контроль за развитием туризма переходит из рук местной администрации в руки

внешних компаний, которые быстрыми темпами начинают развивать инфраструктуру, изменяя облик существующего курорта. Однако это бурное развитие имеет и свою негативную сторону – чрезмерное увеличение численности населения и связанную с этим нагрузку на места жизнеобеспечения. На этой стадии развития находятся такие страны, как Тунис и Марокко.

На стадии зрелости сначала замедляется рост прибытий иностранных гостей, хотя общее число прибывающих все растет и превышает численность местного населения. Центр туризма превращается в полностью загруженную часть индустрии туризма с отелями крупных транснациональных гостиничных цепей и франчайзинговыми предприятиями. Далее развития этого центра бизнеса, отдыха и развлечений достигает своего пика, после чего мода на него падает, и он держится за счет повторных прибытий, которые стоят больших усилий, предпринимаемых центром. У последнего возникают экономические и социальные проблемы. Наглядным примером таких центров туризма могут служить знаменитые курорты Испании, Италии и Франции, а также курорты Карибского бассейна.

На заключительной стадии упадка туристический центр становится малопривлекательным для большинства туристов и при сильно зависимым от редких путешественников на короткие каникулы или отдыхающие из ближайших регионов. Власти пытаются оживить центр с помощью привлечения клиентов, используя новые каналы продвижения и сбыта или переоснащая центр для использования в других целях. Например, так случилось с известным курортом в США под Нью-Йорком – Атлантик-Сити, который был превращен в центр игорного бизнеса.

В соответствии с концепцией жизненного цикла продукта, отрасль, прошедшая все стадии жизненного цикла покидает страну, в которой она появилась и перемещается в другие страны. И здесь возникает очень серьезный вопрос. Если за первой отраслью страну покинет вторая, третья и т.д., не случится ли так, что менее развитые страны могут догнать лидера, т.к. на стороне этих стран есть ряд существенных преимуществ:

возможность использования новейших технологий без дополнительных издержек;

дешевая рабочая сила.

Эти тенденции ведут к утрате экономического лидерства промышленно-развитыми странами.

Для стратегии повышения роли рекреационного комплекса региона в международных хозяйственных связях важен анализ процесса конкуренции и смены лидеров на рынке. Для такого анализа необходимо дать объяснение понятию экономический лидер. Экономический лидер – это экономический агент или группа экономических агентов, получающая сравнительно высокие средние доходы, которые являются результатом наличия преимуществ: высокого уровня знаний, более высокой квалификации, наличия капитала.

Основываясь на выше сказанном, можно рассматривать понятия «лидирующая фирма», «лидирующий регион», «лидирующая страна».

АНАЛИЗ КОНКУРЕНЦИИ И ПРОЦЕССОВ СМЕНЫ ЛИДЕРОВ НА МИРОВЫХ РЫНКАХ

Несмотря на свои достоинства теория «жизненного цикла продукта» унаследовала от классической теории невнимание к социальному контексту хозяйственной деятельности. При ближайшем рассмотрении она оказывается не более чем технологической разновидностью теории сравнительных преимуществ. Теоретики «жизненного цикла продукта» абстрагируются от социального содержания многонационально предпринимательства. Транснациональные компании рассматриваются лишь как средство соединения фаз производства. Естественно, что под таким углом зрения в ее деятельности выделяются только позитивные моменты, выгодные инвесторам, и принимающей стране.

Между тем, цели транснациональных компаний, состоящие в получении повышенной прибыли, могут быть достигнуты не только посредством внедрения передовой технологии и совершенствования форм управления производством, как предполагают теоретики «жизненного цикла продукта», но также и путем эксплуатации населения, природных ресурсов, подавления отраслей в национальной экономике принимающей страны. Абстрагирование от негативных последствий деятельности транснациональных компаний делает концепцию «жизненного цикла продукта» односторонней.

ВЫВОДЫ

Приоритетность национально-государственных интересов позволит руководству региона своевременно реагировать на происходящие изменения развития в рекреационном комплексе, в связи с изменением этапа жизненного цикла отрасли и создавать позитивные условия, выгодные инвесторам, и региону.

Таким образом, для целостной концепции лидирования региона на международном рынке туристических услуг в условиях интеграции в систему мирового хозяйства необходимо учитывать следующие закономерности:

руководство региона при повышении роли рекреационного комплекса в мировое хозяйство должно проводить целенаправленную политику для каждого фактора производства, причем основные параметры этих частных политик должны соответствовать национально-государственным интересам страны;

руководство региона в условиях интегрируемой экономики должно поддерживать и стимулировать основной фактор лидирования – научно – технический прогресс;

интеграционный процесс должен соответствовать сложившейся структуре внешнеэкономической деятельности страны и типу экономического роста;

По мере развития мировой экономики происходят изменения закономерностей международной торговли и конкуренции, эти изменения могут происходить за очень короткий промежуток времени.

Список литературы

- 1 Линдерт П.Х. Экономика мирохозяйственных связей. – М.: Экономика, 1992. – 148 с.
- 2 Экономика зарубежных стран. - К.: Либіть, 1996.- 416 с.

Поступило в редакцию 15.09.2003