

Инновационный рывок в развитии ЕАЭС предполагает формирование условий для перехода к новой модели экономического роста, основанной на экономике знаний, что должно обеспечить устойчивое развитие темпами, опережающими мировые, а это приведет к восстановлению и увеличению доли ЕАЭС в мировой экономике. Особую роль для реализации сценария имеют 5 механизмов: консолидация интеллектуальных ресурсов и усилий по развитию человеческого капитала, формирование благоприятной среды проживания креативного класса, создание инновационной системы эффективного использования его знаний и навыков, доступность финансовых ресурсов для создания инноваций и их коммерциализации, стимулирование создания новых производств в отраслях будущего. Стратегическая задача – повышение СФП за счет повсеместного внедрения в производство таких важнейших элементов четвертой промышленной революции, как интернет-вещей, искусственный интеллект и роботы. В век цифровой глобализации технологическому росту эффективности экономики каждого из государств-членов Союза будет способствовать сотрудничество в рамках эффективной цифровой повестки ЕАЭС.

Библиографические ссылки

1. Господарик Е. ЕАЭС-2050 : глобальные тренды и евразийская экономическая политика : моногр. / Е. Г. Господарик, М. М. Ковалев. – Минск : Изд. центр БГУ, 2015. – 152 с.
2. Цифровая экономика : моногр. / Г. Г. Головенчик, М. М. Ковалев. – Минск : Изд. центр БГУ, 2019. – 395 с.
3. Господарик, Е. Г. 10 глобальных финансово-экономических трендов и их влияние на страны ЕАЭС / Е. Г. Господарик, М. М. Ковалев // Банковский вестник. – № 1. – 2020. – С. 30–45.

УДК 338

КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ НА ДИНАМИЧНОМ РЫНКЕ

М. Г. Дацик¹⁾, В. В. Зазерская²⁾

¹⁾ *Магистрант экономического факультета*

Брестского государственного технического университета, г. Брест

²⁾ *Кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой менеджмента
Брестского государственного технического университета, г. Брест*

Формирование конкурентных стратегий является одним из ключевых факторов успешного развития новых или уже существующих компаний. Они открывают возможность перешагнуть барьеры входа на рынок и завоевать своего потребителя.

Ключевые слова: барьеры; субъекты хозяйствования; стратегии; рынок; доля рынка.

COMPETITIVE STRATEGIES IN A DYNAMIC MARKET

M. G. Datsik¹⁾, V. V. Zazerskaya²⁾

¹⁾ *Master of Economics, Brest State Technical University, Brest*

²⁾ *PhD in Economics Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Management
Brest State Technical University, Brest*

Formation of competitive strategies is one of the key factors for the successful development of new or existing companies. They provide an opportunity to cross the barriers to market entry and win their consumers.

Key words: Barriers; business entities; strategies; market; market share.

Конкуренция является одним из прямых условий для формирования рынков. Количество субъектов хозяйствования, желающих заполучить наибольшую долю рынка, можно определить спросом и новизной выводимой на рынок продукции.

Барьеры вхождения на рынок зависят от общей доли рынка и доли преимущественной отрасли. При низких барьерах входа на рынок, субъект хозяйствования, может не обладать преимуществом перед другими фирмами. Когда при наличии других конкурентных фирм возможность входа на рынок велика, субъекты не имеют особых преимуществ. В силу того, что их возможности сравнимы с другими потенциальными конкурентами, такие фирмы не могут иметь доминирующее положение [1].

В эпоху интеграции, рынок имеет возможность расширять отрасли, которые не представлены субъектами ранее или не распространены на уже существующих рынках.

На уже устоявшихся рынках, где барьеры входа слишком велики, малые фирмы, не могут на должном уровне конкурировать с доминирующими субъектами хозяйствования. В этом случае рынок новой отрасли является одним из решений для фирм, которые не имеют определенной стратегии и модели поведения. Это одна из возможностей для таких фирм представить и разработать свою модель поведения и принцип реализации поставленных целей и задач. Тем самым на уровне развития одновременно с другими субъектами хозяйствования не потерять потенциального потребителя [1].

Фирмам необходимо позаботиться о наличии стартового капитала, дающего возможность разработать ряд стратегий, которые помогут наделить фирму конкурентными преимуществами перед конкурентами и занять соответствующую позицию на рынке.

Отрасль можно отнести к развивающейся при наличии следующих условий:

- Барьеры входы на рынок настолько не велики, что все начинающие компании могут стать участниками рынка;
- Фирма не может спрогнозировать как потребитель отнесется к новому виду продукта и определить долю рынка, а соответственно возможность реализации своих мощностей;
- Маркетинг. Фирмам необходимо потрудиться для привлечения потребителя и убедить его, что такой вид продукта необходим, а продукт, который предлагается именно данной фирмой, соответствует сегменту “цена-качество”.

Субъекты хозяйствования должны предполагать, что развивающиеся отрасли имеют ряд негативных сторон [2]:

- Не все компании располагают стартовым капиталом, который может в полной мере покрыть все необходимые траты;
- Привлечение новых инвесторов;
- Неверное определение стратегии конкурентных преимуществ.

Рынок – n -е количество субъектов хозяйствования, специализирующихся на разных видах деятельности и конкурирующих между собой.

Динамичный рынок – постоянно изменяющаяся среда. В такой среде субъекты хозяйствования должны быть готовы к постоянно изменяющейся среде, новым производителям, новым требованиям рынка, при этом не потеряв своего потребителя. Фирмам недостаточно действовать в рамках одной конкурентной стратегии, необходимо использовать сразу три варианта [2]:

- Оборонительная стратегия. Фирма следит не только за своими возможностями, но и за процессами, которые предпринимает конкурент. Цель данной стратегии – быстрая и неукоснительная реакция на любые изменения, предпринятые конкурентами;
- Прогнозирование. Стратегия предполагает постоянный анализ, который должны проводить субъекты хозяйствования. Данная стратегия поможет определить сильные и слабые стороны как анализируемы фирмы, так и фирмы-конкурента;
- Наступательная стратегия изменения рынка. Фирма захватывает лидирующую позицию, выводя новые продукты на рынок, отвечая предпочтениям потребителя.

На динамичных рынках стратегии могут не сразу или вовсе не дать предполагаемый результат, так как:

- Запоздавшая реакция на уже принятые действия фирм-конкурентов;
- Неполный или неверный анализ, который не даст возможность верно разработать стратегию поведения на рынке;
- Фирма не может понять потребность потребителя, а соответственно нет идей, способствующих выведению нового продукта.

Подводя итог, можно сказать, что возможности появления на рынке новых субъектов хозяйствования зависят не только от целей самой фирмы, но и уже от существующих конкурентов, их производственные мощности, цели и стратегические планы, маркетинг, занимаемую долю рынка.

Стратегии конкурентных преимуществ дают возможность лишить конкурента превосходства, а также показать себя, как фирму, а соответственно продукт, которым нет аналогов и завоевать своего потребителя.

Библиографические ссылки

1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://studfile.net/preview/5885077/>. Дата доступа : 06.02.2020.
2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://zg-brand.ru/statiy/marketing/>. Дата доступа : 07.02.2020.

УДК 339.5 : 338.45

ГЕОЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИМПЕРАТИВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛИТИКИ В СФЕРЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО СЕКТОРА УКРАИНЫ

О. С. Зарудная

*Младший научный сотрудник отдела промышленной политики
ГУ «Институт экономики и прогнозирования НАН Украины», г. Киев (Украина)*

В статье рассмотрены географические векторы экономического сотрудничества и очерчены перспективные внешние рынки по продвижению промышленной продукции украинского производства, определены геоэкономические императивы формирования политики в сфере внешнеэкономической деятельности промышленного сектора.

Ключевые слова: международная торговля; геоэкономические императивы; торговая политика; промышленная политика; экспортоориентированное развитие.

GEOECONOMIC IMPERATIVES OF FORMING POLICIES IN THE FIELD OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF THE INDUSTRIAL SECTOR OF UKRAINE

O. Zarudna

*Junior Researcher of the Department of Industrial Policy
Institute of Economics and Forecasting of NAS of Ukraine, Kyiv (Ukraine)*

The article discusses the geographic vectors of economic cooperation and outlines promising foreign markets for the promotion of industrial products of Ukrainian production, defines the geoeconomic imperatives of policy formation in the field of foreign economic activity of the industrial sector.

Key words: international trade; geoeconomic imperatives; trade policy; industry policy; export oriented development.

Современная промышленная политика не может формироваться без учета геоэкономических императивов, а именно особенностей международной конкуренции, позиционирования в глобальных цепочках добавленной стоимости и обязательств в рамках действия международных соглашений и межгосударственных альянсов. При условиях усиления глобализационных процессов развитие международной торговли товарами все больше