

Рис. 2.1 Распределение объемов пассажирооборота за 2003 год по видам транспорта

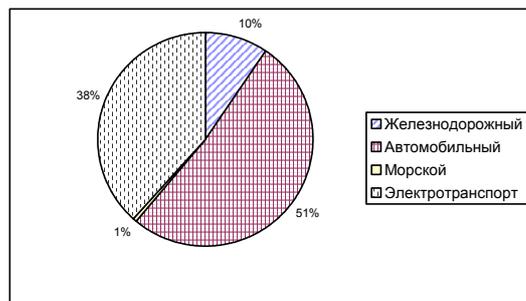


Рис. 2.1 Распределение объемов пассажироперевозок за 2003 год по видам транспорта

Наблюдаемый устойчивый потребительский спрос на услуги автомобильного транспорта, во многом, объясняется снижением уровня комфортности в железнодорожном транспорте и расширением границ досягаемости автомобильного транспорта. Доступность троллейбусного сообщения для всех категорий населения обуславливает устойчивый спрос на данный вид транспорта, которым перевозится треть всего количества пассажиров, основная доля которых приходится на пассажиров внутригородских перевозок. Вместе с этим наблюдается тенденция сокращения объемов троллейбусных и трамвайных перевозок, что объясняется изношенностью подвижного состава троллейбусных парков.

За 2004 год транспортным комплексом АР Крым было перевезено 11,3 млн.т. грузов, что на 3,0% выше чем уровень предыдущего года. Объем выполненной грузовой транспортной работы уменьшился на 16,6% и составил 7262,8 млн.ткм. Рост объемов грузоперевозок обеспечили такие виды транспорта как железнодорожный, авиационный и трубопроводный, на них приходится 72,8% общего объема перевозок.

#### Грузовые перевозки в 2004 г.

	Перевезено (отправлено) грузов		Грузооборот	
	тыс.т в 2004 г.	в % к 2003 г.	млн.ткм за 2004 г.	в % к 2003 г.
Всеми видами транспорта	11334,6	103,0	7262,8	83,4
в том числе				
железнодорожным <sup>1</sup>	<b>6836,0</b>	<b>106,2</b>	<b>6412,6</b>	<b>82,5</b>
автомобильным <sup>2</sup>	<b>2288,2</b>	<b>98,5</b>	<b>291,5</b>	<b>130,5</b>
водным	796,5	89,0	267,3	63,8
авиационным <sup>3</sup>	6,9	191,1	9,6	в 3,0 г.б.

<sup>1</sup> Отправление грузов (общая загрузка).

<sup>2</sup> С учетом грузовых перевозок, выполненных предпринимателями физическими лицами.

<sup>3</sup> Перевозка грузов.

#### Пассажирские перевозки в 2004 г.

	Перевезено (отправлено) пассажиров		Пассажирооборот	
	тыс. в 2004 г.	в % к 2003 г.	млн.пас/км за 2004г.	в % к 2003 г.
Всеми видами транспорта	221868,8	90,2	5634,1	102,9
в том числе				
железнодорожным <sup>1</sup>	22954,0	98,1	3400,9	107,0
автомобильным <sup>2</sup>	118958,7	96,8	1718,9	99,7
водным	1185,8	105,8	24,1	131,3
авиационным <sup>3</sup>	29,7	103,5	20,6	100,5

<sup>1</sup> Отправка пассажиров.

<sup>2</sup> С учетом грузовых перевозок, выполненных предпринимателями физическими лицами.

<sup>3</sup> Перевозка пассажиров.

#### Литература

Стат. бюлетень: Держкомстат України. Головне управління статистики в АРК. – Сімферополь, 2005. – С. 57–61.

Юшин С.А.

#### ИННОВАЦИОННЫЙ ФАКТОР СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ УКРАИНЫ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Процесс глобализации, направленный на всевозрастающую целостность и органичность системы мирохозяйственных связей, ставит перед Украиной ряд сложных задач. К ним, безусловно, относится и задача обеспечения повышения уровня конкурентоспособности на мировом рынке продукции ее предприятий.

Если исходить из того факта, что в 2003 г. удельный вес экспорта товаров и услуг достиг 58,6% ВВП Украины, то их конкурентоспособность как бы и не вызывает сомнений. Однако, как утверждают В.М. Геец и другие ученые [1, с.290-291], быстрое вхождение Украины в мировое хозяйство сопровождалось формированием нерациональной структуры экспорта, и, следовательно, такой же малоперспективной модели ее международной специализации. Поэтому по мере кардинального инновационного обновления украинской экономики доля экспорта в ВВП предположительно будет снижаться и составит к 2011 г. 37%.

Вместе с тем, путь от программ инновационного обновления экономики всей страны до практического их воплощения на уровне предприятий часто, как свидетельствует мировой опыт, оказывается значительно более длинным, чем это предполагалось изначально. Особенно тогда, когда инертность в пассивном потреблении инноваций дополняется конкурентной психологией руководства предприятия, направленной на максимизацию прибыли. Именно в силу этих причин, доказывает И. Ансофф, в стратегическом поведении предприятия на этапе инновационного обновления должны преобладать предпринимательские механизмы, по своей сути прерывистые (скачкообразные), изменяющие логику эволюционного процесса посредством, как замены технологий, так и коррекции внутренней структуры, диверсификации и интернационализации [2, с.304-305].

Таким образом, руководителям отечественных предприятий необходимо выработать системные представления о взаимном влиянии инновационной деятельности (ИД) и внешнеэкономической деятельности (ВЭД). При этом важно достичь понимания специфики эволюции законов про ВЭД [3] и ИД [4], а также инкорпорированных с ними законов и нормативных актов. Особенно, с учетом требований введенного с 01.01.04 г. Хозяйственного кодекса Украины, предполагающего при создании предприятия приоритетность общественных интересов перед интересами личными (корпоративными). Тем более что всякие льготы для предприятия со стороны государства возможны исключительно при соответствии хозяйственной деятельности официально заданным критериям, содержащимся в программах экономического и социального развития Украины. Выводы:

- 1) инновационные процессы на глобальном уровне все в большей степени детерминируют ВЭД, соответствующая детерминация в обозримой перспективе будет также предопределять и становление ВЭД отечественных предприятий;
- 2) теоретическое осмысление отличий и общего в процессах становления ВЭД и ИД должно обеспечить повышение уровня целостности нормативно-правовой основы, регулирующей социально-экономическое развитие страны.

#### Источники и литература

1. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004-2015 роки) «Шляхом європейської інтеграції» / Авт. кол.: А.С.Гальчинський, В.М.Геець та ін.; Нац. ін-т стратег. дослідж., Ін-т екон. прогнозування НАН України, М-во економіки та з питань європ. інтегр. України. - К.: ЮЦ Держкомстату України, 2004.-416 с.
2. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / Пер. с англ. - СПб: Питер Ком, 1999.-416 с.
3. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України // Відомості Верховної Ради України. - 1991, №29, с.377
4. Про інноваційну діяльність: Закон України // Відомості Верховної Ради України. - 2002, №36, с.266
5. Господарський кодекс України. Господарський процесуальний кодекс України: Офіційні тексти / Міністерство юстиції України. - К.: Юрінком Інтер, 2004.-304 с.

**Ефимова Е.**

#### **МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ТОВАРОВ (УСЛУГ)**

Внешнеэкономическая деятельность является важной и неотъемлемой сферой хозяйственной деятельности предприятий, фирм, всех участников рыночного отношения. Очевидно, что внешнеэкономическая деятельность объективно является неотъемлемой частью экономики любого экономически развитого государства.

В рыночной экономике решающим фактором коммерческого успеха, особенно на международном уровне, является конкурентоспособность. Это многоаспектное понятие, означающее соответствие производимых компанией товаров и услуг условиям рынка, конкретным требованиям потребителей не только по своим качественным, техническим, экономическим, эстетическим характеристикам, но и по коммерческим и иным условиям его реализации, включающее такие понятия, как цена, сроки поставки, каналы сбыта, сервис, реклама и т.д. По мере развития производительных сил общества, совершенствования технологических производственных процессов, вовлечения в производственные процессы новаций происходило насыщение рынка товарами и услугами, вследствие чего усиливалось соперничество между производителями за рынки сбыта и ресурсов. Успех сопутствовал производителям, способным предложить товары и услуги, наиболее соответствующие нуждам потребителей. В обиход делового общения вошло понятие «конкурентоспособность товара». Соперничество за рынки сбыта и ресурсов потребовало дальнейшего совершенствования не только технологических, но и организационных процессов производства.

Конкурентоспособность на мировом рынке - способность функционировать в условиях рыночной экономики, получая при этом прибыль, достаточную для научно-технического совершенствования производства, стимулирования работников и поддержания качества продукции на уровне, максимально удовлетворяющем потребности иностранного потребителя.

Борьба за потребителя идет не на уровне качества или цены товара, а на уровне возможностей компаний предложить воплощенное в товаре новое потребительское свойство. Необычайно острая мировая конкуренция предъявляет требования к компаниям с точки зрения их способности создавать, воспринимать, закреплять и развивать технические новшества. Глобализация мировой экономики привела к тому, что в настоящее время практически каждая компания встречается с появлением на занимаемом ею рынке товаров и услуг иностранных конкурентов. В этих условиях для любого производителя главным фактором успеха становится конкурентоспособность компании, способность противостоять сопернику и опережать соперника в своем бизнесе.

Именно поэтому на сегодняшний день насущной проблемой стала необходимость создания условий для конкуренции украинских товаров на внешнем рынке, таких как: организационно-экономическое влияние с целью стимулирования предпринимательской активности и отладки стойких саморегулирующих рыночных связей и механизмов, ускорение прогрессивных преобразований в структуре общественного воспроизводства, внедрение передовых технологических и орга-