**Тема 7 Економіка як співтовариство конкуруючих компаній**

7.1 Співтовариство фірм і стабільність економіки.

Вплив конкуренції на науково-технічний прогрес

7.2 Конкуренція й науково-технічний прогрес

7.3 Фірми й конкурентоспроможність національної економіки

7.4 Кластери та їхня роль в економіці

7.5 ТНК як носії змішаних стратегій.

Позитивні й негативні моменти діяльності

 **7.1 Співтовариство фірм і стабільність економіки.**

 **Вплив конкуренції на науково-технічний прогрес**

 Фірми, що дотримуються різних стратегій, взаємодіють між собою, становлять єдину систему, тому що ринкова економіка — це співтовариство конкуруючих між собою компаній. Адже саме фірми виробляють усі товари й послуги, що обертаються на ринку. А поведінка фірм жорстко задається конкурентною взаємодією: кожна компанія займає на ринку тільки той сегмент, який вдається їй відстояти в боротьбі із суперниками.

 Отже, будь-який істотний економічний процес слід розглядати через конкурентні відносини фірм. Він стає можливим тільки тоді, коли фірми можуть брати участь у ньому, не підриваючи, а підсилюючи свої конкурентні позиції. У цьому значенні конкуренція виступає як головний регулятор ринкової економіки.

 Однак конкуренція не зводиться до простого з'ясування співвідношення сил конфронтуючих сторін. Бореться не сильний проти слабкого — якщо це так, нечисленні надпотужні монополії дійсно витиснули б усіх інших суперників. У реальності конкурентна боротьба будується за значно складнішою формулою. У кожного типу фірм є свої переваги, сила — у найбільших компаній, гнучкість — у дрібних фірм; пристосованість до особливих сегментів ринку — у спеціалізованих компаній; переваги першовідкривачів — у піонерів. В одних умовах вирішальна перевага дає одну з цих якостей, в інших — іншу.

 Історичний досвід показує, що повне витиснення з ринку жодного з основних типів фірм неможливе, оскільки неможливо уніфікувати людські потреби. Різнотипні компанії постійно існують поруч одна з одною, але й постійно створюють загрозу одна для одної. Ринок же в цілому виявляється завдяки цьому багато в чому застрахованим від засилля якої-небудь однієї групи компаній і неминучого в цьому випадку застою, завищення цін, зниження якості й інших витрат монополізму.

 Іншим важливим наслідком різноманіття конкурентних стратегій є сприятливий вплив співтовариства фірм на стабільність економіки та її здатність адаптуватися до змін. Справді, навіть найруйнівніші процеси виявляються сприятливими для деяких компаній, а за рахунок їхнього посиленого розвитку вся економіка робить поворот у потрібну сторону. Видима розмаїтість фірм підвищує живучість усього співтовариства компаній у цілому.

 Кризи, які були на Заході, показали, що навіть на затяжні й значні за розмахом потрясіння світ компаній реагує не як уразлива монокультура, а як складне й тому живуче співтовариство.

 У його рядах є «частини швидкого реагування» — фірми, що миттєво пристосовуються до будь-якої обстановки. Серед вузькоспеціалізованих фірм хоча б частина розвивала свою активність у тому напрямі, що придасться в нових умовах, тому також готова до змін. Потужний, інерційний виробничий апарат великих фірм повільно адаптується до змін, але гіганти досить стійкі, щоб не загинути від першого удару й довести цей процес до кінця. Нарешті, фірми-піонери ведуть настільки глибокий пошук, що здатні знайти не тільки радикальні рішення існуючих проблем, а й ключ навіть до проблем завтрашнього дня.

 Якщо говорити про циклічні кризи, найбільше падіння попиту звичайно припадає на масову стандартну продукцію. Найбільше скорочуються виробництва (інтенсивніше звільняються робітники) на великих підприємствах. Масами зникають і локальні потреби, що становлять ринок дрібних фірм.

 Втім, доля цих двох типів фірм неоднакова. Дрібні фірми розоряються тисячами (як і знову створюються при найменшому поліпшенні обстановки або просто в іншій сфері,). Великі ж фірми, приймаючи на себе основний тягар кризи, гинуть при цьому рідко.

 Спеціалізовані фірми, навпаки, порівняно несприйнятливі до криз (зрозуміло, якщо ті по якихось особливих причин не досягають піку своєї гостроти саме на тому сегменті ринку, на якому діє дана фірма). Багаті споживачі їх якісної й спеціалізованої продукції, як правило, досить міцно стоять на ногах, щоб продовжувати закупівлю навіть під час кризи.

 У цілому ринок працює як амортизатор кризи. Його основний удар приймають найпотужніші фірми, найкраще пристосовані до того, щоб витримати спад, і найгнучкіші компанії, без особливих втрат здатні вийти з бізнесу. Компанії, які найбільше страждають від криз, виробили способи зм'якшення для себе особисто. Ті ж, які не змогли цього зробити, просто не виживають.

 Якісні показники стану ринку: його насиченість різноманітними товарами й повнота асортиментів у всіх його точках (від великого міста до невеликого селища) також тісно взаємозалежна з конкуренцією.

 Як уже говорилося, конкуренція між фірмами при перетинанні (або накладенні) їхніх реалізованих ніш здобуває характер запеклої боротьби на витиснення. Адже принцип конкурентного виключення говорить: із двох або багатьох схожих товарів, якщо вони орієнтовані на тих самих споживачів, які пред'являють до них однакові вимоги, на ринку звичайно втримується тільки один — кращий. Навпаки, незайняті сегменти ринку винятково привабливі для фірм — тут взагалі немає конкурентів, а виходить, можна швидко нарощувати продажі й установлювати високі ціни.

 Макроекономічним наслідком такого поєднання стимулів та антистимулів, що діють на фірми, є тенденція до рівномірного освоєння всього ринкового простору фірмами-конкурентами як у географічному, так і асортиментному плані. Для конкурентного ринку невластивий різкий розрив у постачанні товарами великих центрів і периферії, а навпаки, характерне безперервне збагачення палітри пропонованих на ринку товарів.

 **7.2 Конкуренція й науково-технічний прогрес**

 Розвиток сучасної економіки визначається науково-технічним прогресом. Його механізм, з погляду впливу на нього тих або інших фірм, може бути розділений на чотири етапи.

 **Перший етап**. Головну роль відіграють дрібні фірми-піонери. Властиве їхнім засновникам поєднання одержимості ідеєю з повною фінансовою відповідальністю за результат справи забезпечує граничну ефективність піонерських розробок. А невеликі розміри компанії і її незалученість до поточного виробництва створюють організаційні передумови успіху. Нагадаємо й роль венчурного (ризикового) капіталу. Завдяки йому піонери одержують підтримку з боку фінансової еліти країни, а остання — доступ до проривних інновацій і пов'язаних з ними надприбутками.

 Роль гігантських компаній на цьому першому етапі науково-технічного прогресу порівняно мала. Вони не пристосовані до подібного ризикованого наукового пошуку. Проте історія знає чимало прикладів проривних інновацій, які народилися в лабораторіях великих фірм.

 **Другий етап.** Лідерство в здійсненні науково-технічного прогресу переходить до великих фірм. На цьому етапі відбувається відтискування новаторів від подальших стадій просування нового продукту на ринок.

 Масове тиражування нововведення, що виправдало себе, краще вирішується великою організацією. При сприятливих умовах це завдання може вирішити й сама фірма-піонер, але для цього треба час. Масове виробництво новинки швидко й з успіхом здійснює першопрохідник, що поглинув (або витиснув з ринку) гіганта.

 **Третій етап.** Подальший розвиток процесу відбувається на масових, контрольованих великими фірмами ринках, де недавня новинка вже перетворена ними на стандартний товар. Ці умови змушують усі інші фірми шукати способи уникнути небезпечної прямої сутички з гігантами. Виникає тенденція до пошуку ніш, адаптивному науково-технічному прогресу, що пристосовує товар до спеціальних запитів окремих груп споживачів. Тут центральна роль належить спеціалізованим фірмам. Вони ж сприяють поширенню нової технології, матеріалів тощо в інші галузі.

 **Четвертий етап.** Великі підприємства продовжують поточне вдосконалення товару. У цьому, крім його масового тиражування, і є їхній найважливіший внесок у науково-технічний прогрес. Тільки постійне поліпшення характеристик продукту дозволяє великим фірмам зберігати свої позиції на гостро конкурентних масових ринках.

 Якщо ж великі фірми намагаються загальмувати прогрес, потужний удар їм наносять дрібні фірми, зокрема компанії-копіїсти. Власне кажучи, у боротьбі з ними у великих фірм є тільки один надійний спосіб: постійно бути на крок попереду від наслідувачів, пропонувати все нові й нові покоління товарів, поки ті копіюють попередні.

 Виграють від будь-яких затримок лідерів у справі поліпшення товарів і спеціалізовані фірми. Користуючись зростаючою незадоволеністю споживачів якістю стандартних товарів, вони захоплюють усі нові сегменти ринку. Так поступово звужується сфера панування великих фірм, змушуючи їх відновити зусилля з модернізації товару.

 А тим часом нове покоління фірм-новаторів шляхом проб і помилок готує черговий прорив у принципово новій галузі.

 Кожний тип компаній виконує найбільш властиві їй функції, а система в цілому досить ефективно задовольняє суспільні потреби в основних видах технічного прогресу: поточному, адаптивному й піонерському.

 З розглянутими етапами науково-технічного прогресу тісно пов'язана класифікація інновацій. Зокрема, на першому етапі вирішальну роль відіграють проривні інновації (сфера переваги фірм-піонерів). На них припадає лише 14% загального числа інновацій. Але віддача від таких нововведень непропорційно значна. Разом вони приносять майже третину всіх прибутків, одержуваних за рахунок інноваційної діяльності.

Але навіть ці цифри не відображають усього значення проривних інновацій. Не слід забувати, що саме вони стоять біля джерела наступних поліпшень, удосконалювань, пристосувань до інтересів окремих груп споживачів та інших модернізацій товару; саме проривні ідеї надалі застосовуються в інших галузях. Без цих інновацій науково-технічний прогрес був би неможливий або здійснювався дуже повільно.

 Третій і четвертий етапи пов'язані насамперед з поліпшувальними інноваціями, які здійснюють в основному великі й спеціалізовані підприємства. На них припадає майже половина (46%) усіх інновацій, які мають, як правило, низьку міру новизни. Проте поліпшувальні інновації — це найважливіший елемент технічного прогресу в ринковому господарстві. У поліпшувальних нововведеннях відображається постійний пошук оптимального за всіма параметрами різновиду товару.

 З цими ж етапами науково-технічного прогресу пов'язане перенесення нововведень в іншу сферу. При цьому знову йдеться про поліпшення нерадикального й, завдяки цьому, надійного, без ризикового характеру.

 Забезпечують таке перенесення спеціальні дослідницькі підрозділи великих і спеціалізованих фірм, зайняті аналізом досягнень у суміжних областях виробництва.

 На поліпшувальні інновації й перенесення нерадикальних нововведень, узяті разом, припадає 77% загальної кількості інновацій. Поточна практика технічного прогресу в ринковій економіці складається майже винятково з «нововведень із низькою мірою новизни»: власних малих поліпшень продукції й запозичених чужих досягнень нерадикальної властивості. Малі поліпшення йдуть від безпосереднього спостереження процесу споживання товару й/або технології його виробництва. Кожне з них обіцяє безризикове підвищення споживчої цінності продукції (і/або зниження витрат), тому неодмінно реалізується.

 **7.3 Фірми й конкурентоспроможність національної економіки**

 Держави, як і фірми, мають різну конкурентоспроможність на світовому ринку. Конкурентоспроможність країни, на думку М. Портера, залежить від чотирьох властивостей, що мають загальний характер і формують середовище, в якому конкурують місцеві фірми. Це середовище може сприяти створенню конкурентної переваги, а може й перешкоджати цьому.

От ці чотири властивості:

 1. Факторні умови, тобто ті конкретні фактори (скажемо, кваліфікована робоча сила певного профілю або інфраструктура), які потрібні для успішної конкуренції в даній галузі.

 2. Умови попиту, тобто який на внутрішньому ринку попит на продукцію або послуги, пропоновані даною галуззю.

 3. Споріднені й підтримувальні галузі, тобто наявність або відсутність у країні споріднених або підтримувальних галузей, конкурентоспроможних на міжнародному ринку.

 4. Стратегія фірми, її структура й конкуренти, тобто умови в країні, що визначають створення й управління фірм, а також характер конкуренції на внутрішньому ринку.

 Національний «ромб» — це система, компоненти якої взаємно підсилюються. Кожний детермінант впливає на всі інші. Так, великий попит на продукцію фірми сам по собі не дасть їй конкурентної переваги, якщо гострота конкуренції недостатня, щоб фірма прийняла цей попит до відома. Крім того, переваги в одному детермінанті можуть створити або підсилити переваги в іншому.

 Конкурентна перевага на підставі тільки одного двох детермінантів можлива тільки в галузях із сильною залежністю від природних ресурсів або в галузях, де мало застосовуються складні технології й навички. Втримати таку перевагу, як правило, не вдається, тому що вона швидко «перетікає» з країни в країну, а глобальні фірми легко можуть нейтралізувати її, діючи «в обхід» за допомогою глобальної стратегії. Щоб одержати й утримати конкурентну перевагу в наукомістких галузях, що становлять основу кожної розвинутої економіки, потрібно мати перевагу в усіх складових частинах «ромба». Перевага по кожному детермінанту — це не передумова для конкурентної переваги в галузі. Взаємодія переваг за всіма детермінантами забезпечує саме виграшні моменти, що підсилюються, які іноземним конкурентам дуже важко знищити або скопіювати.

 Детермінанти, що визначають національні переваги, створюють в окремих галузях особливе внутрішнє середовище. Однак в історії більшості успішно конкуруючих галузей зіграв свою роль і випадок, тобто такі події, які мають мало загального з умовами розвитку в країні й впливати на які часто не мо­жуть ні фірми, ні навіть національні уряди. От деякі приклади цих подій, що мають особливо важливе значення для розвитку конкурентоспроможності:

*• винахідництво;*

*• великі технологічні зрушення (наприклад, біотехнологія, мікроелектроніка);*

*• різкі зміни цін на ресурси, типу нафтового шоку;*

*• значні зміни на світових фінансових ринках або в обмінних курсах;*

*• сплеск світового або місцевого попиту;*

*• політичні рішення закордонних урядів;*

*• війни.*

 Випадкові події важливі тому, що вони змінюють позиції компаній, які суперничають, і можуть звести нанівець перевагу старих конкурентів, створити потенціал для нових фірм, здатних замінити старі з досягнення необхідного рівня конкурентоспроможності в нових умовах.

 В описі факторів, від яких залежить рівець національної конкурентоспроможності, останньою змінною є роль уряду, що може вплинути на всі чотири детермінанти. Уряд може впливати й підпадати під вплив — як позитивний, так і негативний — усіх чотирьох детермінантів. На параметри виробничих факторів впливають субсидії, політика відносно ринків капіталу й т. д. Роль уряду у формуванні параметрів місцевого попиту часто буває менш помітна. Урядові органи встановлюють місцеві норми й стандарти на виробництво того або іншого товару, а також інструкції, що впливають на поведінку споживачів. Уряд також часто є головним покупцем різної продукції. Роль, яку він відіграє як покупець, може допомогти й нашкодити розвитку національної промисловості.

 Уряд може формувати умови розвитку родинних галузей і постачальників також іншими способами, такими як контроль над рекламними коштами або регулювання діяльності інфраструктури. Урядова політика може впливати на стратегію фірм, їхню структуру й суперництво, використовуючи регулювання ринків капіталу, податкову політику й антитрестовські закони. У свою чергу, чотири детермінанти теж можуть впливати на уряд.

 Таким чином, детермінанти — кожний окремо й усі разом — сприяють досягненню національного успіху або гальмують його. Однак вони являють собою комплексну систему, що перебуває в стані розвитку. Один детермінант постійно впливає на інший. Підтримка конкурентоспроможності в галузі на високому рівні є результатом взаємодії переваг, що самопідсилюються, відразу в декількох галузях, що іноземним конкурентам буває важко відтворити. Національна система в цілому не менше або навіть більше важлива, ніж її окремі частини. Інакше кажучи, «ромб» — така система, в якій усі фактори взаємозалежні й підсилюють дію один одного.

 **7.4 Кластери та їхня роль в економіці**

 Дія системи детермінантів також веде до того, що конкурентоспроможні національні галузі не розподілені рівномірно у всій економіці, а пов'язані в «кластери» — пучки, що складаються з галузей, які залежать один від одного. Наприклад, в Італії близько 40% експорту припадає на частку кластера галузей, пов'язаних з їжею, модою або благоустроєм житла. У Швеції понад 50% усього експорту становить експорт продукції кластера галузей, пов'язаних з перевезеннями, металургією й деревообробкою.

 Причини виникнення кластерів безпосередньо пов'язані з детермінантами національної переваги і є проявом їхнього систематичного характеру. Одна конкурентоспроможна галузь допомагає створенню іншої в процесі взаємно зміцнювальних відносин. Така галузь часто буває найвимогливішим покупцем товарів і послуг, від яких вона залежить. її наявність у країні стає важливим фактором, що визначає зростання конкурентоспроможності галузі-постачальника.

 Конкурентоспроможні постачальники також сприяють розвитку в країні споживаючих галузей. Вони забезпечують їх технологіями, стимулюють розвиток загальних виробничих факторів, породжують нових виробників. Одна галузь, конкурентоспроможна на світовому ринку, може також створити ряд нових суміжних галузей, забезпечуючи їм легкий доступ до кваліфікованої робочої сили, використовуючи родинну диверсифікованість визнаних компаній або стимулюючи виникнення нових фірм шляхом відділення

 Коли формується кластер, усі виробництва в ньому починають один одного взаємно підтримувати. Вигода поширюється у всіх напрямах зв'язків. Активна конкуренція в одній галузі поширюється на інші галузі кластера. Нові виробники, що приходять з інших галузей кластера, прискорюють розвиток, стимулюючи різні підходи до НДДКР і забезпечуючи необхідні кошти для впровадження нових стратегій і кваліфікацій. Відбуваються вільний обмін інформацією й значне поширення нововведень по каналах постачальників або споживачів, що мають контакти з численними конкурентами. Взаємозв'язки усередині кластера, часто абсолютно несподівані, ведуть до розробки нових шляхів у конкуренції й породжують зовсім нові можливості. Людські ресурси й ідеї утворюють нові комбінації.

 Кластер стає засобом для подолання замкнутості на внутрішніх проблемах, інертності, негнучкості й змов між суперниками, які зменшують або повністю блокують сприятливий вплив конкуренції й появу нових фірм. Наявність кластерів сприяє збільшенню обміну інформацією й підвищенню ймовірності появи нових підходів, а також виникненню нових виробників, що з'являються з галузей-споживачів (постачальників), із суміжних галузей або ж шляхом відділення. У деякому змісті вони відіграють роль творця аутсайдерів, які можуть внести щось нове в конкурентну боротьбу. Таким чином, національні галузі одержують можливість підтримати свою перевагу, а не віддати її тим країнам, які більше схильні до відновлення.

 Наявність цілого кластера галузей прискорює процес створення факторів там, де є група внутрішніх конкурентів. Усі фірми із кластера взаємозалежних галузей роблять інвестиції в спеціалізовані, але родинні технології, інформацію, інфраструктуру, людські ресурси, що веде до масового виникнення нових фірм. Кластер у цілому сприяє великим капіталовкладенням і спеціалізації. Нерідкі спільні проекти галузевих асоціацій, у яких беруть участь взаємозалежні фірми з різних галузей. Уряди й університети приділяють кластерам багато уваги. Всі нові таланти залучаються в кластери, тому що зростають їхні розміри й престиж. Міжнародна репутація країни в цих галузях також зростає.

 Кластер конкурентоспроможних галузей стає чимось більшим, ніж проста сума окремих його частин. Він має тенденцію розростатися, тому що одна конкурентоспроможна галузь породжує іншу. Напрям цього зростання залежить від структури самих кластерів, які неоднакові в різних країнах. Показові два приклади. У Японії простежується тенденція розвитку кластерів по горизонталі, тому що визнані японські компанії активно намагаються проникнути в родинні галузі, чому сприяє природа їхніх цілей і схильність до внутрішньої диверсифікованості. В Італії кластери розвиваються по вертикалі, тому що нові компанії відокремлюються для того, щоб обслуговувати ще більш спеціалізовані ніші, і починають займатися поставками. Суміжна диверсифікованість існуючих компаній трапляється рідше.

 У процесі розвитку кластера економічні ресурси починають притікати до нього з ізольованих галузей, які не можуть використати їх настільки ж продуктивно. Чим більше галузі орієнтовані на міжнародну конкуренцію, тим більше наочним стає процес утворення кластерів.

 Таким чином, національна конкурентоспроможність багато в чому залежить від рівня розвитку кластерів окремих галузей. Цей факт має велике значення для урядової політики й стратегії компаній.

 Галузі, які входять в кластер, користуються підвищеною суспільною й державною увагою. На фундаментальні дослідження у відповідних галузях знання виділяються бюджетні асигнування, створюють наукові інститути й вузи. Нарешті, кластер дає роботу безлічі дрібних підприємств, постачальників простих комплектуючих.

 Отже, носієм високої конкурентоспроможності, в остаточному підсумку, є не окрема фірма, а група кластерів. Від наявності в країні ефективно діючих співтовариств багато в чому залежить конкурентоспроможність націй у цілому.

 **7.5 ТНК як носії змішаних стратегій.**

 **Позитивні й негативні моменти діяльності**

 У післявоєнний період практично всі значні компанії конкурентоспроможних кластерів вийшли за рамки однієї країни, перетворившись у транснаціональні корпорації (ТНК).

 Транснаціональними корпораціями називають фірми, що ведуть виробничу діяльність у декількох країнах. До числа ТНК входить 80—90% найбільших корпорацій розвинутих капіталістичних країн. При цьому ступінь інтернаціоналізації цих фірм дуже велика: до початку 90-х років частка продукції, продаваної середньою ТНК за рубежем, рівнялася приблизно її реалізації усередині країни. Причому близько третини товарів не тільки продавалося за кордоном, а й вироблялося там же — на закордонних філіях ТНК.

 Широке розповсюдження ТНК є найбільшою якісною зміною складу фірмового складу капіталістичної економіки в післявоєнний період.

 Успіх ТНК як класу компаній базується на тому, що на різних рівнях їм удалося успішно вирішити найважливіші проблеми, що постають перед фірмами, які дотримуються двох типів конкурентної стратегії, а саме:

• на рівні всього концерну як єдиної організації — упоратися з багатьма труднощами, типовими для великих підприємств;

• на рівні ж дочірніх товариств за кордоном — використати переваги піонерної стратегії, причому з меншим порівняно з незалежною фірмою ризиком.

 Центральною проблемою, що стоїть перед великою корпорацією, є стабілізація свого положення на ринку. Тільки значний обсяг продаж робить ефективним використання її гігантських виробничих потужностей. Одним з напрямів стабілізації є диверсифікованість, що, однак, призводить до втрати динамічності. Проникнення в усі нові галузі не необразливо й для самої компанії. Не можна бути лідером у виробництві всіх продуктів. Отже, диверсифікуючись, корпорація на нових ринках буде займати стратегічно невигідну позицію. Транснаціоналізація ж рятує велику корпорацію від неприємної необхідності робити вибір між стабільним або динамічним розвитком. Ризик знижується за рахунок розподілу ділової активності між ринками різних країн. А збереження чіткого виробничого профілю сприяє концентрації зусиль й, в остаточному підсумку, швидшому зростанню. Діяльність дочірніх товариств ТНК за рубежем має багато спільного з компаніями-піонерами. Ринкова ситуація, що сприяє виникненню фірм-піонерів, сприяє поєднанню багатих потенційних можливостей зростання (проривна інновація) з ризикованим, складним шляхом їхньої реалізації. У випадку закордонних філій ТНК обидві ці умови в наявності.

 Підвищений ризик — невід'ємна риса капіталовкладень, здійснюваних в інших країнах. За різними оцінками, при створенні дочірніх товариств за рубежем від однієї третини до половини всіх проектів закінчується невдачею.

 Однак філії ТНК, порівняно зі звичайними фірмами-піонерами, перебувають у більш сприятливому положенні завдяки підтримці материнських підприємств. Інша складова умов існування фірм-піонерів — величезні перспективи зростання у випадку успіху — повністю поширюється на філії ТНК. Розроблені материнською компанією товари й прийоми їхнього виробництва дають філії істотну перевагу порівняно з місцевими фірмами. По-перше, для закордонного ринку стандартний товар ТНК часто є інновацією, причому нерідко проривною. На батьківщині ТНК її найбільш успішні товари, напевно, мають аналоги, створені конкурентами (конкуренція усередині кластера). Для чужої ж держави вони є новинкою. Відповідний сегмент ринку тут вільний і допускає швидке зростання продаж.

 По-друге, поєднання закордонної технології й місцевих умов виробництва (наприклад, низьких витрат) здатне надати товару нову якість, якої не було навіть у вихідного зразка.

 Опираючись на перераховані переваги, дочірні товариства іноземних ТНК на етапі освоєння закордонного ринку досягають більших успіхів. Таким чином, конкурентоспроможність ТНК досить велика. Однак вплив цього типу фірм на конкурентоспроможність усієї країни більш складний.

 По-перше, ТНК через інтернаціональний характер своєї діяльності не прив'язані до економіки тільки однієї держави й, отже, можуть організувати своє процвітання без користі (або навіть із прямим збитком) для неї.

 По-друге, потенційні можливості, що відкриваються для національної економіки в результаті діяльності ТНК, навпаки, полягають у тому, що ТНК можуть принести через кордон відсутні ресурси, компенсувати слабкості внутрішнього господарства зусиллями своїх закордонних підрозділів.

 По-третє, у реальній дійсності картина позитивних і негативних впливів ТНК на національну конкурентоспроможність змішана. Ряд країн, що розвиваються, випробували на собі грабіжницьку тактику діяльності філій іноземних ТНК, особливо в сировинному секторі.

 Разом з тим є приклади і яскраво вираженого позитивного впливу ТНК. Тут діють два основних механізми: для країн базування материнських компаній він полягає в підтримці міжнародної конкурентоспроможності національних кластерів шляхом перенесення екологічно брудних, трудомістких і нескладних виробництв за кордон.

 Адже якби ці стадії виготовлення товару здійснювалися в рідній країні, тобто тверді екологічні стандарти, високий рівень заробітної плати тощо зробили б витрати неприйнятно високими.

 Для країн базування філій ТНК позитивний вплив їхньої діяльності пов'язаний з імпортом передових технологій. Крім самого продукту й технології його виготовлення, філія використовує розроблену материнською фірмою систему організації праці, управління, маркетингу, бере участь в удосконалюванні товару. Більше того, все це вона переймає не механічно, а пристосовуючи до місцевих умов.

 Власне кажучи, боротьба філії за своє виживання й ринковий успіх, а також реакція на його діяльність місцевих фірм — це і є стихійний механізм засвоєння іноземного досвіду, його включення в національну промислову культуру або кластер фірм.