

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Обґрунтовані напрямки забезпечення конкурентоспроможності українських підприємств легкої промисловості: здатність приємно дивувати споживача, вдосконалення бізнес-процесів, впровадження управлінських та маркетингових інновацій, формування людського капіталу. Для ефективного функціонування підприємств на основі технологічної модернізації запропоновано в якості орієнтирів використовувати ключові фінансові показники текстильної промисловості європейських країн.

Directions of competitiveness providing of the Ukrainian light industry enterprises are grounded: ability it is pleasant to surprise an user, perfection of business-processes, introduction of administrative and marketing innovations, forming of human capital. For the effective functioning of enterprises on the basis of technological modernization it is suggested as indicators to use the key financial indexes of textile industry of the European countries.

Ключові слова: конкурентоспроможність, легка промисловість, глобалізація, бізнес-процес.

Вступ. Стратегічною метою державної політики є створення сучасного, інтегрованого у світове виробництво, здатного до саморозвитку промислового комплексу України. Для досягнення поставленої мети Україна повинна інтенсифікувати діяльність у тих галузях економіки, що мають значні потенційні можливості для реалізації конкурентних переваг у світовому поділі праці. Натомість останнім часом структура промисловості України зазнала негативних змін.

Від колишнього СРСР Україна успадкувала розбалансовану структуру виробництва з переважанням важкої промисловості та низькою питомою вагою споживчого сектора. З часом розбалансування структури посилюється. Так, частка базових галузей (електроенергетики, паливної промисловості і металургійного комплексу) в обсязі промислової продукції зросла з 21% у 1990 р. до 47% у 2008 р. Водночас частка машинобудування, легкої та харчової промисловості знизилась з 59,9% у 1990 р. до 30,5% у 2008 р. Такі структурні трансформації суперечать загальносвітовій тенденції. Адже у розвинутих країнах питома вага предметів споживання складає 50 – 60% загального обсягу промислового виробництва.

Світовий економічний спад оголив структурні диспропорції економіки, приховані у благополучні часи, і зробив задачу підвищення конкурентоспроможності як ніколи актуальною.

Розглядаючи кризу як каталізатор змін, перед державою виникла унікальна можливість для здійснення структурних реформ, здатних пожвавити економіку і забезпечити стійке підвищення її конкурентоспроможності у довгостроковому періоді.

Мета дослідження. Підприємства легкої промисловості, маючи в арсеналі широкий та глибокий асортимент, взаємодіють із багатьма галузями не тільки як споживачі засобів виробництва, сировини, допоміжних матеріалів та інших ресурсів, але й у якості постачальників готових виробів побутового, виробничо-технічного і спеціального призначення, обслуговуючи весь господарчий спектр країни: від космосу з високими технологіями до сільського господарства. Продукція галузі стоїть на другому місці після харчової промисловості із задоволення первинних потреб людини. Легка промисловість є однією із основних галузей соціального спрямування, і розвиток її є необхідною умовою підвищення рівня життя народу. Проте у загальному обсязі промислової продукції питома вага легкої промисловості катастрофічно зменшилась з 10,8% у 1990 році до 0,9 % у 2008 році. Український ринок продукції легкої промисловості відзначається засиллям дешевих товарів азійських виробників невисокої якості.

Досвід розвинутих країн демонструє, що частка галузі у загальному обсязі промислової продукції Німеччини, Франції, США, становить 6 – 8%, Італії – 12%. Світовий ринок продукції легкої промисловості постійно зростає. Поряд з тим, у багатьох країнах при виведенні економіки з кризи, перш за все, розвивали легку та харчову промисловість, які забезпечували зайнятість населення, задоволення первинних потреб споживачів, наповнення бюджету, створювали передумови для розвитку наукоємних галузей.

Державі варто подбати про створення умов для відродження національної легкої промисловості, щоб не підтримувати економіку інших країн грошима українських платників податків. Нині держава створює платоспроможний попит і не дозволяє вітчизняному бізнесу його задовольнити. Натомість варто стимулювати технологічний імпорт, а до споживацького висувати високі вимоги, особливо до тих товарних груп, які вітчизняні товаровиробники спроможні самостійно виготовляти. Але на даний час більшість підприємств галузі є неконкурентоспроможними. Тому постає питання щодо вирішення цієї проблеми.

Аналіз літературних джерел з даної тематики. В цілому можна зазначити, що існує значна кількість ґрунтовних наукових розробок, які висвітлюють теоретичні питання забезпечення конкурентоспроможності країн та підприємств за сучасних умов функціонування. У найбільш ґрунтовних дослідженнях М. Портер сконцентрував увагу на конкурентних перевагах країн [1], методиці аналізу галузей і діяльності конкурентів [2]. В.М. Геєць та ін. надали перевагу дослідженню конкурентоспроможності національної економіки [3]. А.Ф. Павленко та ін. переважно приділили увагу

підходам щодо оцінки конкурентоспроможності товару [4,5]. Ф. Котлер запропонував концепцію галузевої конкуренції [6]. Проте поза увагою авторів залишились напрямки забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, які враховували б особливості існуючого стану та специфіку галузі.

Постановка завдання. Враховуючи той факт, що легка промисловість є важливою ланкою економіки, відіграє важливу роль у забезпеченні обороноздатності, економічної безпеки країни, у вирішенні проблем соціального розвитку суспільства, а її продукція затребувана практично у всіх сферах життєдіяльності людини, тому вкрай важливим завданням є визначення шляхів забезпечення конкурентоспроможності продукції підприємств, що сприятиме відродженню та подальшому розвитку легкої промисловості.

Результати. Розглянуті автором методики оцінки конкурентоспроможності спрямовані на виявлення відставання від конкурентів та прийняття рішення щодо їх подолання, тобто на копіювання конкурентних переваг, що не може забезпечити сталого лідирування. Тому першим аспектом забезпечення конкурентоспроможності є можливість приємно здивувати споживача. О. Собко та Р. Казанко відзначають, що в умовах жорсткої конкуренції важко обійтись без вміння підприємства приємно дивувати споживачів. Саме це позитивне відчуття дозволяє, на їх думку, завоювати прихильність покупців і перетворити їх на постійних клієнтів [7, с.22].

По-друге, приємно здивувати вітчизняного клієнта варто дешево. Проте для забезпечення ефективного та стабільного функціонування підприємства слід мати певні фінансові орієнтири. Тут в якості індикаторів може слугувати рівень ключових фінансових показників текстильної промисловості деяких країн.

Таблиця 1

Ключові фінансові показники функціонування текстильної промисловості за країнами [8, с. 322-339]

№з/п	Назва	США	Велика Британія	Країни ЄС	Японія
1.	Рентабельність власного капіталу, %	11,0	12,5	20,0	3,0
2.	Рентабельність сукупного капіталу, %	11,0	11,0	16,5	3,0
3.	Рентабельність реалізації, %	7,5	10,0	20,0	4,5
4.	Оборотність сукупного капіталу, рази	1,4	1,1	0,8	0,6
5.	Оборотність основних засобів	3,5	3,1	4,1	3,3
6.	Оборотність запасів, днів	50,0	72,0	56,0	68,0
7.	Оборотність дебіторської заборгованості, днів	60,0	62,5	150	90,0
8.	Коефіцієнт поточної ліквідності	2,5	1,8	1,7	1,8
9.	Коефіцієнт термінової ліквідності	1,5	1,05	1,5	1,4
10.	Забезпечення виручки робочим капіталом, %	22,0	22,0	43,0	35,0
11.	Покриття кредитних процентів	5,2	4,4	2,4	2,4
12.	Коефіцієнт заборгованості, %	44,0	44,0	62,0	44,0
13.	Покриття дивідендів, разів	2,8	4,0	3,6	1,9
14.	Повна доходність акцій, %	6,0	5,8	5,4	1,9
15.	Поточна доходність акцій, %	2,2	1,4	1,3	1,2
16.	Відношення ціни акції до прибутку на акцію	18,0	19,0	20,0	40,0
17.	Коефіцієнт збалансованого зростання, %	7,0	10,5	16,5	0,35
18.	Відношення ринкової до балансової вартості акцій	0,9	2,2	3,9	1,5

Як видно з табл. 1, ключові фінансові показники варіюють за країнами. Оскільки Україна прагне інтегруватись у ЄС, то в якості орієнтирів варто додержуватись показників саме цих країн.

Для досягнення ключових фінансових показників підприємствам легкої промисловості варто вдосконалювати бізнес-процеси. Очевидно, що без впровадження новітніх технологій, модернізації виробництва більшість підприємств не витримають конкуренції навіть на внутрішньому ринку.

Товари легкої промисловості відносяться до категорії матеріалоємних (витрати на сировину та матеріали складала раніше в середньому 84,3%). Нині підприємства працюють практично за умов світових цін на основні види сировини, матеріалів та устаткування, які формують 65–80% собівартості продукції, при цьому витрати на оплату праці становлять близько 10–20%. Зміна співвідношення цін на ресурси дещо знизила вагомість цих витрат, але якість та вартість сировинних ресурсів значною мірою визначають ціну продукції, а, отже, і її конкурентоспроможність. Тому розвиток галузі можливий за умови синхронного відновлення та розвитку сировинної бази. Тут підприємства галузі мають визначити, які сегменти ринку є для них найбільш привабливими. Так, ВАТ «Текстерно» сконцентрував зусилля на виготовленні екологічно чистих тканин із бавовни, які імпортує, оскільки в Україні не вирощують бавовник.

Досвід минулих років показав, що частина степових районів України цілком придатна для бавовносіяння, що сприятиме частковому вирішенню проблеми із забезпечення сировиною. Разом з тим,

вітчизняні бавовняні підприємства повинні враховувати можливості використання місцевої сировини – вовни та льону. Вирішення дефіциту сировинних ресурсів полягає у виготовленні тканин із котоніну – модифікованого короткого лляного волокна, яке може використовуватись для виробництва тканин, трикотажу, вати, нетканних матеріалів, суміші бавовни з льоном або вовною.

Перспективними є сумішеві вироби льону з шовком, вдалі спроби виробництва якого існують у Криму. Так, пропорція льон 70 % – шовк 30 % забезпечує тканині додаткову легкість і блиск. Вкладення у суміш до 30% котонізованого лляного волокна – моділену – дозволяє одержати тканини абсолютно нової якості: м'які, із високою драпірувальністю, підвищеною міцністю на розрив і модним зовнішнім ефектом – туше. Льон добре поєднується з целюлозним волокном нового покоління типу ліоцелл, застосування якого, з одного боку, підкреслює характер натурального лляного волокна, а з іншого – додає тканині м'якший гриф.

Нестача сировини ставить підприємства легкої промисловості у залежність від її імпорту, що вимагає не тільки налагодження відносин із країнами-постачальниками, але й пошуку нових матеріалів, поширення інновацій у технологію виготовлення продукції.

Альтернативою натуральних волокон є хімічні волокна, властивості яких можна змінювати у широких межах для використання як у чистому вигляді, так і в сумішах. Перспектива розвитку сировинної бази для підприємств легкої промисловості криється у використанні «інтелектуальних» синтетичних волокон, які поєднуюватимуть найкращі властивості натуральних та хімічних волокон.

Зменшенню дефіциту натуральної сировини сприятимуть продуктивні інновації – литі вироби. Однією з принципово нових технологій виготовлення одягу майбутнього стане нанесення розчину в електричному полі, що дозволяє відмовитись від багатьох трудо- та енергомістких операцій (виготовлення пряжі, полотен, розкрою на деталі, зшивання та зв'язування деталей та частково операції фарбування та оздоблення). За цією технологією можна виготовляти спідню білизну, спортивний та верхній одяг, шкарпетки, панчохи та ін. Литі вироби із синтетичних матеріалів надаватимуть підприємствам великих конкурентних переваг:

- розширення асортименту та врахування потреб кожного споживача;
- підвищення ефективності функціонування за рахунок використання енергоощадних технологій внаслідок відмови від певних технологічних переходів (прядіння, ткацтва);
- виготовлення виробу в одному безперервному процесі та зменшення трудомісткості;
- швидке реагування на тенденції моди;
- в оздобленні на зміну обробці тканини у воді і водних розчинах прийде нова технологія обробки виробу, що позитивно вплине на екологію. Так, використання радіоактивного випромінювання дозволить надати речам нових властивостей (підвищення міцності, термостійкості тощо). Лазери використовуватимуть для миттєвого зварювання деталей, виготовлених з синтетичних волокон, для високошвидкісного та якісного процесу нанесення малюнків на виробах, у т.ч. голографічних. Застосування інфрачервоного випромінювання дозволить прискорити термічні процеси (висушування виробу, визрівання барвників та ін.). Завдяки багатоульตราзвуковим технологіям вироби набуватимуть особливої свіжості, антибактеріальних властивостей тощо;

- поліпшення якості виробів завдяки заміні процесів фарбування друкуванням, підвищення світлостійкості фарбників завдяки нанотехнологіям.

Застосування технологічних інновацій у швейному виробництві Тираспольського ЗАТ «Тиротекс» дозволило скоротити технологічний процес з моменту подання тканини у автомати до виходу першої продукції з 3 – 5 дб до 15 хвилин за рахунок заміни ручних операцій, складування, транспортування лініями для пошиття простирадл (прямих та з резинкою), наволочок, підодіяльників, автоматичними лініями для їх складування, вакуумного вивертання наволочок та підодіяльників.

Галузь виявилася сьогодні неконкурентоздатною через низький технічний рівень виробництва. Терміни експлуатації основної маси устаткування складають 12 – 15 і більше років, моральний і фізичний знос активної частини основних фондів – понад 70%. Цей факт наочно підтверджується у процесі ліквідації підприємств: основна маса техніки йде на металобрухт, затребуваними на ринку устаткування виявляються лише окремі машини. Останнім часом комплексно модернізували своє виробництво до світового рівня одиниці підприємств галузі.

Так, у 2005 р. у ВАТ «Текстерно» проведена повна реконструкція і технічне переозброєння всіх виробничих потужностей сучасним високотехнологічним устаткуванням провідних машинобудівних фірм Європи. Прядильна фабрика оснащена найсучаснішим устаткуванням: обладнання для приготування фірми «Trutzschler» (Німеччина), чесальні машини TC-03 та стрічкові TD-03, прядильні машини AUTOCORO 360 фірми «Schlafhorst». Оздоблювальна фабрика має новітнє устаткування провідних європейських виробників: газообпалювальна машина фірми «Osthoff», лінія вибілювання та лінія мерсеризації фірми «Goller», сушильно-поширюючі машини фірми «Monforts» з інфрачервоною сушкою для пігментного фарбування, лінія безперервного фарбування з плюсуванням фірми «KUSTERS», каландри фірми «Ramish-GUARNERI» з Нірсо-валом, друкарські машини фірми «Zimmer». Продукція ТМ «Текстерно» сертифікована за стандартом ISO 9001 (2005 р.) і відповідає міжнародним стандартам.

Варто зауважити, що для здійснення модернізації обладнання для прядіння і ткацтва має бути

іноземного виробництва, так як створення власного виробництва устаткування є досить складним завданням, яке виявилось непосильним навіть для підприємств оборонної промисловості колишнього СРСР. Водночас характерною ознакою оздоблювального виробництва є можливість удосконалення технології обробки за рахунок використання певних хімічних речовин, добавок, режимів обробки, які забезпечують надання нових властивостей та привабливого зовнішнього вигляду тканинам, сприяють підвищенню продуктивності обладнання та праці, забезпечують конкурентоздатність. Зокрема, впровадження нової технології холодного вибілювання у ВАТ «ХБК» дозволяє зменшити витрачання електроенергії від 35,97% за бяззю вибіленою арт. 298 до 44,91% за полотном простирадловим арт. 026.

В умовах жорсткої конкуренції для забезпечення сталого розвитку інновації слід впроваджувати не тільки у виробництво, але й у сферу управління. Управлінські інновації передбачають удосконалення організаційних структур управління, механізмів взаємодії між різними підрозділами тощо.

Позитивний вплив управлінських інновацій на конкурентоспроможність підприємств бавовняної промисловості демонструє досвід Тираспольського ЗАТ «Тіротекс», який успішно адаптувався до ринкових умов, на відміну від аналогічного підприємства у м. Херсон.

Для підвищення ефективності використання ресурсів, удосконалення економічного механізму менеджменту, стратегічного управління асортиментом, виробництвом і збутом продукції, технічним та соціальним розвитком підприємства набула суттєвих змін організаційна структура підприємства. Підприємство дбало про свою економічну безпеку і прагнуло зменшити залежність від постачальників та посередницьких структур у доведенні продукції до споживачів шляхом створення програмно-цільових управлінських підрозділів:

- торгівельного дому, який мав здійснювати прогнозування асортименту, розробку нових особливо модних виробів (серед яких були чоловічі сорочки), збут продукції;
- центру науково-технічного розвитку, який мав здійснювати розробку та реалізацію стратегічних завдань з реконструкції та модернізації виробництва відповідно асортиментній стратегії;
- центру підготовки кадрів та соціального розвитку;
- центру управління ефективністю виробництва для проведення постійної цілеспрямованої роботи щодо пошуку резервів підвищення ефективності виробництва та поліпшення фінансового стану підприємства [9, с. 65-167].

Головні зміни у складі виробничих підрозділів стосувались введення до складу підприємства швейного виробництва. Для здійснення реконструкції підприємства на базі відділу капітального будівництва створено цегельний завод. Згодом у структурі ВАТ «Тіротекс» з'явився механічний завод, який виготовляє необхідні для ремонту обладнання деталі, модернізується та навіть виготовляється нове нестандартне обладнання.

Швейне виробництво перетворилось на об'єднання, у складі якого з 2007 року працює дільниця автоматичних швейних ліній, де виготовляється понад 50 моделей. У вишивальному цеху працюють автомати з Японії, Германії, Китаю, Італії. Лінії для пошиття простирадл (прямих та з резинкою), наволочок, підодіяльників, автоматичні лінії для їх складування, вакуумного вивертання наволочок та підодіяльників дозволяють витрачати з моменту подання тканини у автомати до виходу першої продукції лише 15 хвилин, у звичайному виробництві на це потрібно від 3 до 5 діб (завдяки ручним операціям, складуванню, транспортуванню) [10, с.1]. Для підготовки обслуговуючого персоналу запрошувалися фахівці із Швеції.

З жовтня 2007 року у всіх виробничих підрозділах працюють центри оперативного планування (ЦОП), основними завданнями яких є: синхронізація всіх робіт, впровадження програми «Світлофор», яка забезпечить подачу на склади продукції за дві доби до терміну відвантаження, зменшення ризиків, на основі достовірної інформації здійснювати корегування дій, блокування негативних чинників та усунення джерел їх появи [11, с. 3].

Отже, технологічна модернізація є ключовою передумовою підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств легкої промисловості. Відсутність фінансових ресурсів у підприємств позбавляє їх можливості підвищувати конкурентоспроможність і прибутковість шляхом впровадження інновацій, розроблених науковцями. Тому для забезпечення конкурентоспроможності керівництву варто покладатися на можливість власного людського капіталу.

З позиції людського капіталу кожний працівник є втіленням набору навичок, які використовуються роботодавцем. Необхідно визначити сучасні вимоги до працівників різних категорій та шляхи забезпечення відповідності їх професійних і моральних якостей цим вимогам, так як вирішальну роль у досягненні успіху відіграють ділові якості та воля їх управлінського персоналу. Для цього необхідно розробити ефективні стимули для розвитку власної ініціативності та творчого мислення, а також відновити роботу «соціального ліфту» – надання працівнику можливості безперервної освіти із самостійним регулюванням темпів набуття освіти та її змісту через Інтернет у провідних українських та іноземних вищих навчальних закладах.

У перспективі створення регіональних кластерів, які ґрунтуються на консолідації зусиль окремих учасників з метою досягнення конкурентних переваг та впровадження інновацій в умовах невизначеності та глобалізації економіки, дозволить забезпечити розвиток не тільки підприємств, але й регіону в цілому. Забезпечення прискорення інноваційного розвитку легкої промисловості можливе, також, шляхом створення

та підтримки технопарків на базі університетів, які мають необхідні умови для розвитку наукоємного бізнесу, зокрема, на базі КНУТД, ХНТУ, ХНУ.

Висновки. Україна робить перші кроки на шляху до цивілізованої інтеграції у світовий та європейський простір. Доки Україна не досягне визнаного статусу рівноправного партнера, вона залишатиметься країною, що виступає постачальником сировинних та інтелектуальних ресурсів для інших, більш розвинутих держав. Цьому сприятиме розвиток вітчизняної легкої промисловості, яка дозволить забезпечити зайнятість населення, задовольнити первинні потреби споживачів, наповнити бюджет, створити передумови для розвитку наукоємних галузей, що позитивно вплине на конкурентоспроможність економіки України.

Можливими напрямками забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств легкої промисловості є здатність приємно дивувати споживача, вдосконалення бізнес-процесів, впровадження управлінських та маркетингових інновацій, формування людського капіталу.

Інноваційний розвиток легкої промисловості впливатиме на здатність підприємств завчасно передбачати та формувати нові потреби, збалансовано підходити до формування сировинної бази, оновлювати технологію, забезпечуючи можливість гнучкого виробництва, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності підприємств галузі в умовах глобалізації.

Література

1. Портер М. Международная конкуренция / Портер М.; [пер. с англ. / под ред. и с предисловием В.Д. Щетинина]. – М. : Международные отношения, 1993. – 896 с.
2. Портер М.Е. Стратегия конкуренции / Портер М.Е. [пер. з англ. А .Олійник, Р. Сільський]. – К. : Основи, 1998. – 390 с.
3. Стратегічні виклики ХХІ століття суспільству та економіці України : в 3 т. Т. 3. Конкурентоспроможність української економіки / [за ред. В.М. Гейця, В.П. Семиноженка, Б.Є. Кваснюка]. – К. : Фенікс, 2007. – 556 с.
4. Теорія і практика маркетингу в Україні : монографія / [А.Ф. Павленко, А.В. Войчак, В.Я. Кардаш, В.П. Пилипчук та ін.] ; за ред. А.Ф. Павленка. – К. : КНЕУ, 2005. – 584 с.
5. Гаркавенко С.С. Маркетинг : [підручник] / Гаркавенко С.С. – К. : Лібра, 2004. – 712 с.
6. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент ; [пер. с англ. / под ред О.А. Третьяк, Л.А. Волковой, Ю.Н. Каптуревского]. – СПб. : Издательство «Питер», 1999. – 896 с. – (Серия «Теория и практика менеджмента»).
7. Собко А. Сила чужих знаний / А. Собко, Р. Казанко // @ стратегии. – 2004. – № 11. – С. 20–22.
8. Уолш Кяран Ключові фінансові показники. Аналіз та управління розвитком підприємства / Кяран Уолт; [пер. з англ.]. – К. : Все уuito; Наукова думка, 2001. – 367 с. – (Серія «Усе про менеджмент»).
9. Миколайчук Н.С. Роль інновацій у забезпеченні розвитку підприємств текстильної промисловості / Н.С. Миколайчук, Т.А. Стовба, А.Є. Глинська // Вісник Хмельницького національного університету. – 2008. – № 3. Т.1. – С. 163–167.
10. Золотая С.А. Как живешь, новая фабрика? / С.А. Золотая // Тиротекс. – 2007. – 17 сентября. – С. 1, 3.
11. Тиротекс. – 2007. – 29 октября. – С. 3.

Надійшла 15.08.2010

УДК 656.611.2

О. В. ВОРКУНОВА, Ю. В. ХАЙМИНОВА

Одесский национальный морской университет

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СУДОХОДНЫХ КОМПАНИЙ УКРАИНЫ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Досліджено сучасний стан ринку перевезень масових сухих вантажів. Виявлені напрями підвищення конкурентоспроможності судноплавних компаній України в сучасних умовах.

Condition of market of dry bulk commodities transportations was investigation. Found out directions of increase of competitiveness of shipping companies of Ukraine in modern terms.

Ключові слова: конкурентоспроможність, судноплавні підприємства, міжнародний ринок.

Введение. Транспорт выполняет инфраструктурную роль в мировой экономике. Создание динамично развитой, устойчиво функционирующей и сбалансированной национальной транспортной системы является важным направлением государственной политики Украины.

Характер фрахтового рынка способствует вовлечению судоходных компаний в сферу конкурентных отношений. По своей деятельности судоходные компании работают в условиях жесткой конкуренции на мировом фрахтовом рынке. Крупные судоходные компании борются за выживание на рынке, а более мелкие