

АІ АЕ²Ç İ ²ÄÖÎ Ä²Â АІ АЕÇІ А×АІ І В ЕАОААІ Ð²Е
 "İ ²ÆІ АÐІ АІ А ЕІ І ЕОÐАІ ОІ НІ ÐІ İ Î ÆІ ²ÑОÙ"
 ОА "İ ²ÆІ АÐІ АІ А ЕІ І ЕОÐАІ ОІ А İ АÐАААА"

Виділено підходи до визначення поняття конкурентоспроможності в контексті новітніх особливостей розвитку міжнародної економіки. Досліджено та дано оцінку основним підходам у визначенні поняття "конкурентна перевага". Запропоновано авторські трактування досліджуваних категорій.

The paper defines approaches to definition of notion "competitiveness" in the context of modern peculiarities in the international economics development. The main approaches to the definition of notion "competitive advantage" are outlined and appraised. The author has grounded her own interpretation of the analyzed categories.

У найбільш загальному вигляді головна мета регіональної політики будь-якої країни – зміна тенденцій і диспропорцій, що склалися в розподілі соціально-економічної діяльності, добробуту і ресурсів, тобто зведення до мінімуму нерівностей, що існують між регіонами. Вирішального значення при цьому набувають властиві кожному регіону конкурентні переваги, що забезпечують основу для його подальшого розвитку в сучасних умовах конкуренції.

Однією з базових категорій теорії конкуренції, що визначає конкурентоспроможність країни, регіону, суб'єкта господарювання, підприємства та є основою її забезпечення, є конкурентні переваги. Доцільним є розмежування конкурентних переваг країни, що формують основу для міжнародних конкурентних переваг, а також впливають на позиції країни в міжнародних показниках конкурентоспроможності, та конкурентних переваг регіонів країни.

Дискусійними питаннями конкурентоздатності та конкурентних переваг займалися та продовжують займатись провідні економісти та науковці, починаючи з XVIII ст. та закінчуючи сучасним етапом розвитку економічних відносин. Серед них слід виділити А. Сміта, Д. Рікардо, Е. Хекшера, Б. Оліна, П. Самуельсона, В. Леонтєва, Д. Кісінга, Г. Д. Джонсона, Дж. Хікса, Г. Грубела, Р. Вернона, Р. Фіндлі, Е. Менсфілда та М. Портера. Сьогодні дослідження з питань розвитку конкуренції зустрічаємо в роботах вітчизняних та російських економістів В. Д. Базилевича, З. М. Борисенко, Л. С. Шевченка, Л. А. Погова, С. М. Злупко, Р. А. Фатхудинова, В. Л. Азоєва. На даний момент достатньо детально досліджено поняття конкурентних переваг, вплив різноманітних чинників на розвиток конкурентного середовища та факторів підвищення конкурентоздатності суб'єктів. Однак фундаментальні дослідження цих категорій зазвичай охоплюють національне конкурентне середовище, а питання міжнародної конкурентоздатності країн та інтеграційних об'єднань залишаються недостатньо розкритими і обґрунтованими.

Метою статті є дослідження та еволюційно-критичний аналіз наукової літератури з розкриття сутності та трансформації понять "міжнародна конкурентоспроможність" та "міжнародні конкурентні переваги" й виділення підходів до їх визначення.

У своєму розвитку теорії конкурентних переваг та міжнародної конкурентоспроможності країни пройшли ряд етапів і відобразились у різних напрямках економічної думки. Так, класичні теорії конкурентних переваг ґрунтувались на ідентифікації абсолютних конкурентних переваг. В подальшому вони набули розвитку в теоріях, що виокремлюють відносні переваги.

Варто зазначити, що розвиток глобалізаційного процесу у світовій економіці та поглиблення інтеграційних тенденцій в європейській економіці сформували причини для зміни парадигми міжнародної конкурентоспроможності, котра ґрунтується на першочерговому значенні відносних конкурентних переваг, що виявляються в процесі міжнародного співробітництва на макро- та мікрорівнях європейської економіки.

Теорія відносних переваг набула нового виміру у неокласичних теоріях конкурентоспроможності. На цьому етапі вона вже включала: поняття технологічного прогресу та нерівномірності його поширення між учасниками світогосподарських відносин; зростаючої віддачі, що посилює концентрацію

виробництва; відмінності між країнами в рівнях заробітної плати, що зумовлювали спрямування капіталовкладень; втручання держави, яке модифікувало відносні витрати.

Слід виокремити особливості світового ринку, котрі спричинили зростаюче значення інших факторів поряд із факторами виробництва:

- зміна структури міжнародних торгових потоків і поступове поглиблення спеціалізації окремих країн на виробництві певних груп товарів та збільшення частки товарів із вищою ступенем обробки;
- глибша участь країн в міжнародному поділі праці та оптимізація використання окремих ресурсів на різних рівнях світогосподарської системи;
- створення Світової організації торгівлі, і, як наслідок, поступове зниження торговельних бар'єрів;
- поступова глобалізація ринків на основі механізмів торговельної інтеграції, утворення різноманітних інтеграційних об'єднань.

Враховуючи це на сучасному етапі розвитку економічної думки актуалізується необхідність узагальнення і уточнення поняття конкурентоспроможності в контексті новітніх особливостей розвитку міжнародної економіки. Проведене дослідження дозволило автору виділити шість основних підходів, за допомогою яких можна обґрунтувати ті чи інші зміни у світовій конкурентоспроможності економічних суб'єктів: макроекономічний, державний, неокорпоративистський, коаліційний, культуралістський і соціально-державний.

– макроекономічний підхід до пояснення змін у світовій конкурентоспроможності фокусується насамперед на таких параметрах як вартість факторів виробництва, сукупний попит, норми заощаджень та інвестування, а також обмінний курсу світових валют. Цей підхід ґрунтується на основних макроекономічних умовах, які визначаються ринковими силами й лише невеликою мірою піддаються впливу державної політики. Внаслідок цього дещо припинюється значення державного регулювання, важливість вибору стратегії з боку компаній та діяльність різних інститутів всередині країн [1].

– державний підхід ґрунтується на припущенні про те, що уряди промислово розвинутих країн є відносно автономними у громадянському суспільстві, інтереси країни відрізняються від інтересів економічних об'єднань та специфічних соціальних груп. Конфлікти між державою і суспільними групами в питаннях визначення національних інтересів, як правило, виграються державою. Тому пояснення урядових рішень вимагає ретельного вивчення внутрішньої політики, а не діяльності груп у громадянському суспільстві, крім тих, які безпосередньо впливають на наміри держави. Урядова політика країн з централізованими інститутами, які формують промислову політику, справляє вирішальний вплив на міжнародну конкурентоспроможність конкретної країни [2].

– неокорпоративистський підхід концентрується на реагуванні країни на економічні зміни, балансі гнучкості економіки та політичної стабільності, що приводить до успіху чи провалу економічної діяльності держави або її політичної легітимності. Отже, стає можливим використання корпоративних інститутів і механізмів для об'єднання державного апарату й соціальних груп для розв'язання певних економічних проблем, включаючи й проблему підвищення міжнародної конкурентоспроможності [3].

– прихильники культуралістського підходу (Дж. Лодж і Е. Вогель) стверджують, що комунітарні суспільства Східної Азії (Японія, Південна Корея, Тайвань) зробили великий крок до створення нового міжнародного конкурентного середовища й адаптуються до економічних умов, які змінюються, набагато швидше, ніж старші індустріальні країни з їхніми індивідуалістськими суспільствами (США, Велика Британія, Франція).

– коаліційний підхід спирається на припущення, що політика держави визначається шляхом переговорів між впливовими й автономними від держави соціальними групами. Держава не є незалежним учасником, а стає агентом коаліції певних соціальних кіл (промисловість, фінанси, торговий бізнес, сільське господарство, праця). Коаліційний підхід застосовується для пояснення економічної політики промислово розвинутих країн, які реагують на економічну кризу. При цьому підкреслюється, що ефективне реагування на останню вимагає політичної підтримки, а саме: коаліції забезпечують підтримку, необхідну для прийняття та реалізації певної політики.

– соціально-державний підхід вказує на те, що в сучасних промислово розвинених країнах дві групи громадянського суспільства – бізнес та організована праця – мають вагоме значення, особливо для вирішення питань, пов'язаних із конкурентоспроможністю промислового сектору. Поділ влади між урядом, бізнесом і працею є основою підтримки соціально-державного устрою. Відтак співробітництво, взаємозалежність та координація дій між урядом, бізнесом і працею необхідні для досягнення міжнародної конкурентоспроможності країни.

– інституціональний підхід ставить в основу міжнародної конкурентоспроможності "національні інноваційні системи", які визначаються як система інститутів у суспільному та приватному секторах, чия діяльність і взаємодія спрямовані на ініціювання, імпортування, модифікацію та розповсюдження новітніх технологій [4].

Отже, аналіз наукової літератури з питань міжнародної конкурентоспроможності свідчить про різноманітність підходів щодо визначення понять "конкурентні переваги" і "конкурентоспроможність". Вони є близькими за змістом, однак єдиного підходу до визначення даних понять не існує.

Як вже зазначалось, традиційний підхід до визначення терміну "конкурентна перевага" базується на теоріях абсолютних і порівняльних переваг, які розробили А. Сміт та Д. Рікардо: в обміні перевагу одержують ті країни, які виробляють продукцію з меншими витратами (абсолютними чи відносними). Таким чином формування конкурентних переваг насамперед ґрунтувалось на використанні різниці цін внутрішніх ринків різних країн, які виникали внаслідок менших затрат на виробництво чи вищої продуктивності праці. Дані концептуальні підходи не враховують сформовані відмінності між виробничими потенціалами країн, що беруть участь в обміні та ступінь їх втягнення у світогосподарські процеси. Суттєвим недоліком можна вважати і те, що відмінності у порівняльних витратах залежать в основному від географічних умов, а з розвитком світового господарства у зовнішній торгівлі все більшої ролі набували інші передумови, оскільки збільшувалась питома вага товарів обробної промисловості та послуг.

Подальша еволюція поняття "конкурентних переваг" була відображена в неокласичних теоріях. Зокрема, Е. Хекшер і Б. Олін довели, що країна експортує товари, у виробництві яких найбільш повно й ефективно використані надлишкові фактори виробництва, й імпортує товари, у виробництві яких потрібно використовувати дефіцитні фактори виробництва, але В. Леонт'єв довів недосконалість цієї теорії: неоднорідність факторів виробництва, значна роль природних ресурсів, що використовуються у виробничому процесі тільки в поєднанні з великою кількістю капіталу, вплив на міжнародну спеціалізацію зовнішньоторговельної політики обмеження імпорту і стимуляції розвитку внутрішнього виробництва та експорту продукції тих галузей, де інтенсивно використовуються відносно дефіцитні фактори виробництва. Враховуючи це, дослідники почали вводити в модель Хекшера-Оліна й інші, крім капіталу та праці, фактори виробництва, такі як технологія, кваліфікація робочої сили.

Таким чином, якщо в класичних теоріях конкурентні переваги країни фактично ототожнювались з конкурентними перевагами підприємств (оскільки мова йшла про цінні переваги, що виникали внаслідок менших затрат на виробництво і вищої продуктивності), то в неокласичних теоріях конкурентні переваги ґрунтуються не лише на ефективному використанні факторів виробництва, а і враховують вплив зовнішньоторговельної політики держави, неоднорідність факторів виробництва, нагромадження капіталу, мобільність одного з факторів виробництва, еволюцію виробничих структур під впливом технологічного прогресу та ін. Все це створює об'єктивні передумови для виокремлення специфіки конкурентних переваг підприємства і конкурентних переваг країни.

У визначенні поняття "конкурентна перевага" існує декілька підходів. Ресурсний підхід вперше було застосовано М. Портером при розробці концепції "міжнародної конкурентоспроможності націй" [5]. Після детального розгляду конкурентної переваги як на внутрішньому, так і на світовому ринку, було доведено, що вона залежить від факторних умов, умов попиту, стану споріднених та підтримуючих галузей, стратегії фірм, їхньої структури і конкуренція. При цьому жодна окремо взята детермінанта не може визначити ступінь успішності суб'єкта конкурентного ринку, хоча факторна ресурсна складова конкурентної переваги відіграє значну роль. Отже, конкурентна перевага визначалась лише як сукупність факторів, що детермінують ступінь успішності суб'єкта господарювання на ринку [5, с. 86].

Б. Карлоф вважає конкурентною перевагою ті фактори, які визначають найбільш сприятливі для фірми способи ведення конкурентної боротьби: низький рівень витрат, висока якість продукції, володіння патентами, ефективна реклама, післяпродажний маркетинг та ефективний менеджмент [6, с. 59]. Тобто в даному підході конкурентна перевага визначається ефективністю використання складників наявного потенціалу.

Згідно з А. Градовим конкурентна перевага – це продуктивність використання ресурсів суб'єкта на конкурентному ринку. Конкурентна перевага, на його думку, ґрунтується на сильній стратегічній позиції та проявляється в порівнянні з іншими суб'єктами господарювання (фірмами, галузями промисловості, національними економіками інших країн), та виступає глобальною метою економічної стратегії фірми й галузі національної економіки [7, с. 152].

В. Д. Маркова визначає конкурентні переваги як місце фірми на ринку, що дозволяє долати сили конкуренції, приваблювати покупців, що зумовлюється унікальними фізично відчутними й невліковими ресурсами, якими володіє суб'єкт господарювання [8, с. 71].

При використанні компаративного підходу основним критерієм є перевага над конкурентами, тобто прояв ознаки відносності конкурентної переваги, що є очевидним, бо виражає сутність досліджуваного поняття й впливає із назви самої категорії. Конкурентна перевага може бути оцінена тільки шляхом порівняння окремих ознак суб'єкту, тому завжди має порівняльний характер.

Згідно Г. Л. Азоева, конкурентна перевага – це місце фірми на ринку, що дозволяє її долати сили конкуренції. Його основою слугують унікальні активи, переваги над конкурентами в економічній, технічній, організаційній сферах діяльності підприємства, концентрованими проявами якого є додатковий прибуток, вища рентабельність, частка ринку, обсяг продажів [9, с. 48].

П. Забелін і Н. Моїсєєва визначають конкурентні переваги як інтегральну (стосовно конкурентоспроможності й конкурентного потенціалу) величину, що характеризує спроможність фірми успішно конкурувати у коротко- і довготерміновому періодах [10, с. 53].

Л. С. Шевченко вважає, що конкурентні переваги – це характеристики товарів (споживчі властивості), специфічні умови виробництва й продажу, додаткові послуги, які відрізняють діяльність фірми й створюють її переваги над прямими конкурентами [11, с. 89].

На думку С. А. Попова, під конкурентними перевагами слід розуміти ті характеристики, котрі створюють для організації, що виробляє й/або реалізує окремий продукт, певні переваги над конкурентами; будь-які інновації, що дають реальне збільшення бізнес-успіху [12].

Недоліком компаративного підходу є занадто загальне трактування самого поняття "конкурентна перевага".

Прихильниками ціннісно-компетентнісного підходу при дослідженні конкурентних переваг є Р. А. Фатхутдинов, А. В. Шегда, Ж.-Ж. Ламбен, В. Д. Немцов, Л. Є. Довгань, І. І. Белецька, В. Ф. Оберемчук та інші дослідники.

Р. А. Фатхутдинов визначає конкурентну перевагу як певну ексклюзивну цінність, властиву системі, що надає їй перевагу над конкурентами. Конкурентна перевага системи визначає високу компетентність фірми у даній сфері діяльності [13, с. 147].

А. В. Шегда вважає, що конкурентна перевага – висока компетентність виробника у будь-якій сфері, що надає йому найкращі можливості залучати й зберігати клієнтів [14, с. 97].

Ж.-Ж. Ламбен співвідносить конкурентну перевагу з цінностями або атрибутами товару, що забезпечують фірмі перевагу над прямими конкурентами. Ці властивості можуть бути різноманітними і стосуватись як самого товару (базової послуги) і супровідних необхідних або додаткових послуг, так і до застосовуваних способів виробництва, дистрибуції або продажу, що забезпечують появу додаткових цінностей для споживачів [15, с. 368].

В. Д. Немцов і Л. Є. Довгань визначають конкурентні переваги як цінні характеристики та визначальні властивості товару або торгової марки, що створюють для підприємства певні переваги над конкурентами [16, с. 77].

На думку І. І. Белецької, конкурентна перевага – це наслідок відмінностей в операційній ефективності, реалізована ключова компетенція та індикатор положення фірми в конкурентній сфері [17, с. 168].

Недоліком цього підходу, на думку автора, є зосередження дослідників на конкурентних перевагах товарів й супутніх послуг, однак досліджуване поняття широко застосовується в оцінці діяльності суб'єктів господарювання, отже, залежать від дії ендогенних, а особливо – екзогенних факторів.

Отже, на основі проведеного дослідження можна зробити висновок, що конкурентні переваги зумовлюють певний рівень конкурентоспроможності суб'єктів ринку на різних рівнях економічної системи. Більш вигідна ринкова позиція (володіння більшою часткою ринку) у певному його сегменті, або лідерство на ринку є результатом наявності та використання конкурентних переваг. Якщо лідерство не досягається, – конкурентна перевага не використовується належною мірою.

Так, конкурентні переваги фірми (унікальні активи, цінні властивості товару, відомість торгової марки, специфічні умови виробництва та продажу, ефективна система менеджменту та ін.) зумовлюють певний рівень конкурентоспроможності як здатності дешево і якісно виробляти, в достатній кількості продавати товар за високого рівня технічного обслуговування в умовах конкурентного ринку.

Конкурентні переваги регіональних господарських систем та конкурентні переваги країни співвідносяться між собою як частина і ціле. Можливість конкурувати на міжнародних ринках безумовно залежить від конкурентоздатності товару(послуги) регіону, але не меншу роль відіграє сукупність економічних методів управління і стимуляції діяльності регіонів країни, що впливає на результати конкурентної боротьби.

Під конкурентними перевагами міжнародного регіону слід розуміти певну систему чинників, що позитивно впливають на конкурентоспроможність в процесі її інтеграції до світогосподарських зв'язків, а саме: забезпеченість чинниками виробництва, наявність ємного та платоспроможного попиту, тісні економічні взаємозв'язки з іншими міжна-родними регіонами, наявність комплексу споріднених галузей, що забезпечують діяльність провідних експортоорієнтованих галузей економіки, наявність професійного менеджменту та стратегії компаній, що функціонують на його території, розвиненість

інфраструктури бізнесу на даній території, високий виробничий та науково-технічний потенціал, наявність кваліфікованих кадрів тощо.

Міжнародні конкурентні переваги країни – це економічні (стійка система державного регулювання економіки, відлагоджена система менеджменту, ефективно кредитно-фінансова система, висока кваліфікація кадрів), технологічні (високий рівень автоматизації виробництва, нові інформаційні технології, низький рівень зносу основних виробничих фондів), соціально-політичні (стабільність політичної ситуації, відлагоджена законодавча система), природно-кліматичні (корисні копалини, сприятливий клімат, вигідне географічне положення) фактори, що в своїй синергетичній взаємодії формують певний рівень конкурентоспроможності країни на світовому ринку. Отож, міжнародна конкурентоспроможність країни – це економічна категорія, що характеризується здатністю країни ефективно розвиватися в системі світового господарства, яка досягається за умови цілеспрямованих дій стратегічного характеру, економічних, технологічних, соціально-політичних та природо-кліматичних факторів, що, у свою чергу, сприяє динамічному розвитку національної економіки, і, відповідно, матеріальному добробуту громадян цієї держави.

Таким чином, вже зараз сформовані об'єктивні передумови для застосування інтегрованого підходу до трактування поняття міжнародної конкурентоспроможності, яке об'єднує глобальну конкурентоспроможність міжнародних об'єднань (включаючи окремі країни, міжнародні мережі, транснаціональні корпорації, тощо), міжнародну конкурентоспроможність національної економіки, міжнародну конкурентоспроможність регіону і підприємства, зокрема. При цьому процес формування конкурентних переваг залежить від ступеня масштабності втягнення національної економіки у світогосподарські процеси і, відповідно, форм прояву економічної активності підприємств на різних рівнях світової економіки.

Література

1. Кругман П., Обстфельд М. *Международная экономика: теория и политика*. – 5-е изд. – М.: Юпитер, 2003.
2. G. John Ikenberry, David A. Lake, Michael Mastanduno. *The State and American Foreign Economic Policy (Cornell Studies in Political Economy)*. – New York: Columbia University Press, 1999. – P. 141–143.
3. Peter Katzenstein. *A World of Regions: America, Europe and Asia*, in *Sophia University Institute of American and Canadian Studies*, ed. New York: Cambridge University Press, 2005. – P. 113–138.
4. C. Freeman, Luc Soete. *The Economics of Industrial Innovation. Third edition 2003, reprinted 2005*. – P. 29–55.
5. Портер М. *Международная конкуренция / Пер. с англ. под ред. и предисл. В. Д. Щетинина*. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.
6. Карлоф Б. *Деловая стратегия: концепция, содержание, символы*. – М.: Экономика, 1991. – 239 с.
7. Градов А. П., Градова А. П. (под ред. Градова А. П.) *Экономическая стратегия фирмы*. – М.: Изд-во Специальная литература, 2003. – 959 с.
8. Маркова В. Д. *Маркетинг услуг*. – М.: Финансы и статистика, 1996. – 128 с.
9. Азоев Г. Л. *Конкурентные преимущества фирмы / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков*. – М.: Изд-во ОАО "Тип "НОВОСТИ", 2000. – 256 с.
10. Забелин П. В. *Основы стратегического управления: Учеб. пособ. / П. В. Забелин, Н. К. Моисеева*. – М.: Маркетинг, 1998. – 196 с.
11. Шевченко Л. С. *Конкурентное управление: Учеб. пособ.* – Харьков: Эспада, 2004. – 520 с.
12. Попов С. А. *Стратегическое управление: 17-модульная программа для менеджеров "Управление развитием организации". Модуль 4*. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 343 с.
13. Фатхутдинов Р. А. *Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление*. – М.: ИНФРА-М. – 2000. – 312 с.
14. Шегда А. В. *Основы менеджмента: Учеб. пособ.* – К.: Знання КОО, 1998. – 512 с.
15. Ламбен Жан-Жак. *Менеджмент, ориентированный на рынок*. – Пер. с англ. / Под ред. В. Б. Колчанова. – СПб.: Питер, 2004. – 800 с.
16. Нємцов В. Д. *Стратегічний менеджмент: Навч. посіб. / В. Д. Нємцов, Л. Є. Довгань*. – К.: УВПК Ексоб, 2001. – 560 с.
17. Белецкая И. И. *Современный механизм формирования конкурентных преимуществ в свете эволюции их теории // Прометей*. – 2005. – № 1. – С. 167–172.