

АНАЛІЗ ІСНУЮЧИХ ТЕОРІЙ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ КРАЇНИ

Зроблено аналіз існуючих теорій конкурентних переваг окремої країни, зокрема: теорії порівняльних переваг, теорії Хекшера-Оліна, теорію вирівнювання цін на засоби виробництва, теорію технічного розриву Позера, теорію міжнародного життєвого циклу продукту, теорію подібності країн, теорію інтернаціоналізації капіталу

Ключові слова: *теорії, конкурентоздатність, переваги, інвестиції, партнери, конкуренція, мотивація*

Відомо чимало спроб пояснити економічний успіх через участь у міжнародному економічному розподілі ринків. Класичний підхід являє собою ідея порівняльних переваг. Конкурентна перевага має для економістів особливий зміст. Адаму Сміту належить формулювання абсолютної переваги, згідно з якою країна експортує товар, якщо витрати нижче, чим в інших країнах [13]. Давід Рікардо вдосконалив це формулювання у вигляді концепції порівняльної переваги, згідно з якою ринкові сили самі направлять ресурси країни туди, де вони можуть бути застосовані найбільш продуктивно. Це значить, що країна може імпортувати який-небудь товар, навіть будучи в стані провадити його самостійно й з малими витратами, якщо інші товари вона провадить із ще більшою ефективністю [10].

Відповідно до класичної економічної теорії фактори виробництва – праця, земля, природні ресурси, капітал, інфраструктура – визначають потоки товарообігу. Країна буде експортувати ті товари, при виробництві яких максимально використовуються фактори, які вона має в надлишку. Ця доктрина, що сходиться від Адама Сміта й Давіда Рікардо й включена в класичну економічну теорію, у найкращому разі неповна, а в гіршому – невірна [17].

По Рікардо, в основі торгівлі лежать відмінності в продуктивності праці в різних країнах. Різницю цю він відносив на рахунок непояснених відмінностей у навколишньому середовищі або в кліматі країн, що сприяють розвитку тих або інших галузей. Але потім, хоча думка Рікардо була вірною, центр уваги в теорії торгівлі перемістився на інші напрямки. Одним із основних напрямків наукової думки початку ХХ сторіччя стала розробка моделі порівняльних конкурентних переваг.

Теорія порівняльних переваг переконливо доводить, що міжнародна торгівля зумовлена наявністю відмінностей між країнами у відносних витратах, проте вона залишає без відповіді визначальне питання: чому виникають ці відмінності? Намагаючись відповісти на це запитання, шведський економіст Елі Хекшер та його учень Бертиль Олін у 1920-1930 роках сформулювали нову теорію міжнародної торгівлі [14]. На їхню думку, відмінності у відносних витратах між країнами (або відмінності у формі кривих виробничих можливостей) пояснюються головним чином тим, що, по-перше, у ви конкурент різних товарів фактори використовуються у різних співвідношеннях і, по-друге, відносна забезпеченість країн факторами виробництва є нерівномірною. У відповідності з теорією Хекшера-Оліна, країни будуть намагатися експортувати ті товари, які потребують для свого виробництва інтенсивного використання відносно надлишкових і невеликих затрат дефіцитних

ресурсів, в обмін на товари, які виробляються з використанням факторів в оберненій пропорції. Варто підкреслити, що мова тут іде не про кількість факторів виробництва, якими володіє країна, а про відносну забезпеченість ними.

Теорія Хекшера-Оліна вдало пояснює багато закономірностей, які конкурентоздатні в міжнародній торгівлі. Країни дійсно вивозять переважно продукцію, в затратах на виробництво якої домінують відносно надлишкові для них ресурси. Проте структура виробничих ресурсів, якими володіють промислово-розвинені країни, поступово вирівнюється. Окрім того, на світовому ринку все більшою мірою зростає частка торгівлі "подібними" товарами між "подібними" країнами.

Відомий американський економіст Валерій Леонт'єв у середині 50-х років вирішив емпірично перевірити основні висновки теорії Хекшера-Оліна і прийшов до парадоксальних висновків. Використавши модель міжгалузевого балансу "затрати-випуск", побудовану на основі даних про економіку США за 1947 р., Леонт'єв показав, що в американському експорті переважали відносно трудомісткі товари, а в імпорті – капіталомісткі. Враховуючи, що в перші повоєнні роки у США, на відміну від більшості їхніх торговельних партнерів, капітал був відносно надлишковим фактором виробництва, а рівень заробітної плати значно вищим, цей емпірично отриманий результат явно суперечив тому, що передбачала теорія Хекшера-Оліна, і тому отримав назву "парадокс Леонт'єва" [5]. Подальші дослідження підтвердили наявність цього парадоксу у повоєнний період не лише для США, але й для інших країн (Японії, Індії тощо).

Неодноразові спроби пояснити такий парадокс дали змогу розвинути та збагатити теорію Хекшера-Оліна завдяки врахуванню додаткових обставин, які впливають на міжнародну спеціалізацію, зокрема:

– неоднорідність факторів виробництва, перш за все робочої сили, яка суттєво відрізняється за рівнем кваліфікації. У зв'язку з цим в експорті промислово розвинених країн може відобразитися відносна надлишковість висококваліфікованої робочої сили і спеціалістів, у той час як країни, що розвиваються, експортують продукцію, яка потребує значних затрат некваліфікованої праці;

– значною є роль природних ресурсів, що, як правило, використовуються у виробничому процесі тільки в поєднанні з великою кількістю капіталу (наприклад, у галузях добувної промисловості). Це певною мірою пояснює те, що експорт із багатьох країн, які розвиваються і мають великі запаси природних ресурсів, капіталомісткий, хоча капітал у цих країнах і не є відносно надлишковим фактором;

– вплив на міжнародну спеціалізацію зовнішньоторговельної політики, яку проводить уряд. Ця політика може обмежувати імпорт і стимулювати розвиток внутрішнього виробництва та експорт продукції тих галузей, де інтенсивно використовуються відносно дефіцитні фактори виробництва.

Ці фактори – не що інше, як необхідні передумови виробничого процесу. Країна одержує порівняльні переваги в тих галузях, де інтенсивно використовуються фактори, наявні в достатку. Отже, продукція цих галузей експортується, а імпортується ті товари й послуги, у застосуванні яких країна має потребу. Наприклад, країни з більшою кількістю дешевої робочої чинності, такі як Китай, експортують трудомісткі товари, наприклад одяг і електронні вироби. Країни, що мають у достатку природну сировину або орні землі, експортують продукцію, що залежить від цих ресурсів. Так, історично сильна позиція України в металургії та аграрному виробництві.

Концепція порівняльних переваг на основі факторів виробництва, звичайно, приваблива, і різниця між країнами у вартості цих факторів, безумовно, зіграла свою роль у формуванні структури експорту й імпорту в багатьох галузях економіки. Ця точка зору чимало вплинула на погляди науковців на конкурентоспроможність. Крім того загальноприйнятою точкою зору є визнання того, що держава може підсилювати переваги на основі факторів – як в окремих галузях, так і в економіці країни в цілому – за допомогою різних форм втручання. У їхньому числі – зниження процентних ставок, заходи щодо стримування росту зарплати, девальвація валюти з метою одержати вигоду у ціні в порівнянні з аналогічним імпортом товаром, спеціальні субсидії експорту, амортизаційні знижки і лобювання експорту окремих секторів. Усі ці заходи спрямовані на те, щоб знизити відносні витрати національних фірм в порівнянні із закордонними конкурентами.

Однак наукова думка у середині ХХ сторіччя перейшла від теорії порівняльних переваг до більш ґрунтовних концепцій. Усе частіше висловлюється думка, що концепція порівняльних переваг на основі факторів виробництва не повною мірою пояснює структуру експорту й імпорту. І факти, що суперечать цьому підходу, знайти неважко. Корея, залишившись після війни практично без капіталу, зуміла налагодити експорт (і в чималих масштабах) продукції ряду галузей, що вимагають досить великих капіталовкладень, а саме сталеливарної промисловості, суднобудування й автомобілебудування. І навпаки: США, маючи кваліфіковану робочу силу та вчених і солідний капітал, здають позиції на світовому ринку там, де цього найменше можна було очікувати, – у верстатобудуванні, виробництві напівпровідників і складної електронної апаратури.

Більше того, основна частина світової торгівлі припадає на відносини між розвиненими індустріальними країнами, які приблизно однаковою мірою мають у своєму розпорядженні фактори. У той же час дослідники виявляють великий і зростаючий обсяг торгівлі товарами, виробництво яких вимагає приблизно тих самих факторів і приблизно в тих самих пропорціях. Отже сьогоднішній стан міжнародної торгівлі не вписується у вищезгадану теорію.

У 1948 р. американський економіст Пол Самуельсон [15] довів теорему вирівнювання цін на фактори виробництва, яка доводить, що міжнародна торгівля приводить до вирівнювання абсолютних та відносних цін на гомогенні фактори виробництва у країнах, що торгують.

Гомогенний капітал – це капітал, який має однакові продуктивність та ризикованість; гомогенна праця – це праця з однаковим рівнем підготовки, освіти та продуктивності; гомогенні землі – це землі з однаковою родючістю, станом ґрунтів тощо.

До переваг цієї теорії належить те, що вона є важливим інструментом аналізу міжнародної економіки, який ілюструє та доводить принцип загальної рівноваги, якому повинен підпорядковуватись економічний розвиток.

У 1961 р. англієць М. Познер запропонував теорію технічного розриву [6]. Центральний пункт теорії є: міжнародна торгівля стимулюється технічними нововведеннями, які виникають спочатку в якій-небудь галузі в одній з країн, а потім розповсюджуються на інші, але з запізненням, яке обумовлено інноваційним лагом. Внаслідок цього обмін технікою та технологією асиметричний. Країна-конкурент володіє тимчасовою квазімонополією на виробництво продукції (нової або з меншими витратами) та експортує її, імпортуючи конкурентноздатну продукцію. З часом технологічний розрив зменшується внаслідок передачі технології, заміщення імпорту, впровадження альтернативних технологій.

Запропонована у 1966 р. Раймондом Верноном теорія міжнародного життєвого циклу продукту враховує конкурентноздатно думки про універсальну доступність будь-якої (окремо нової) технології для кожного виробника будь-якої країни [12]. Теорія міжнародного життєвого циклу продукту стверджує, що деякі види продукції проходять цикл, що складається із чотирьох етапів – впровадження, зростання, зрілість та занепад; виробництво цієї продукції переміщується з країни в країну залежно від етапу циклу.

На першому етапі (впровадження) розробляються нововведення у відповідь на виявлену потребу. Як правило, головна роль тут належить промислово розвиненим країнам.

На другому етапі (зростання) країна нововведення паралельно із вітчизняним виробництвом нового товару може розпочати його випуск за кордоном.

На третьому етапі (зрілість) світовий попит на новий продукт починає вирівнюватись. Задум та технологія виробництва нового товару стають настільки відпрацьованими, що додаткові знання вже не настільки необхідні для зниження витрат. Продукт стає більш звичним та стандартизованим, тому його виробництво у країні з високим рівнем технології втрачає зміст. Виробництво товару переміщується в інші країни, які можуть використовувати стандартну вже технологію, знижуючи собівартість одиниці продукції.

Нарешті, **на четвертому етапі (занепад)** технологія та обладнання настільки вдосконалюються, що для виробництва товару вже не потрібна особлива кваліфікація, і тому воно переміщується у країни, які мають надлишок дешевої робочої сили.

Переваги теорії міжнародного життєвого циклу продукту полягають в тому, що вона пояснює закономірності розвитку зовнішньої торгівлі.

Одну із перших спроб пояснити особливості сучасної теорії конкурентних переваг зробив Стефан Б. [11]. У 1961 р. Вчений зробив висновок про те, що інноваційні технології передусім орієнтуються на потреби внутрішнього ринку, і тільки після насичення внутрішнього ринку фірма прагне захопити зовнішній. Таким чином, всупереч теорії співвідношення факторів виробництва, не тільки відмінності, але й подібність між країнами можуть бути передумовою для торгівлі.

Теорія подібності країн стверджує, що, розробивши нову продукцію у відповідь на знайдену ринкову потребу на внутрішньому ринку, виробник потім звертається до ринків, котрі є конкурентоздатними до ринків його країни. Ця теорія – одна з небагатьох новітніх теорій, яка пояснює міжнародну торгівлю переважно з боку попиту, а не пропозиції.

Для того, щоб з'ясувати чому країни досягають конкурентної переваги у тих чи інших галузях, а також зрозуміти вихідні положення політики фірм та національної економіки, професор Гарвардської школи бізнесу, член Президентської комісії з промислової конкуренції Майкл Портер наприкінці 80-х років здійснив чотирирічне дослідження десяти країн, які займають важливе місце у світовій торгівлі: Великобританії, Німеччини, Данії, Італії, Кореї, Сінгапуру, США, Швейцарії, Швеції та Японії.

Розроблена в результаті проведеного дослідження всеосяжна теорія конкурентної переваги країн, яка підтверджується достатньою кількістю фактів, розглянута у фундаментальній праці Майкла Портера "Конкурентна перевага країн", опублікованій у 1990 році [9].

Детермінанти національної конкурентоспроможності – це комплексна система, яка постійно розвивається. Майкл Портер назвав цю систему “ромбом”. Кожний детермінант у цій системі впливає на всі інші. Згідно з цією теорією країни формують чотири властивості загального характеру, що взаємодіють та створюють середовище, у якому конкурують місцеві фірми.

1. Факторні умови, тобто ті конкретні фактори, які необхідні для успішної конкуренції у даній галузі.

2. Умови попиту, сформовані в країні.

3. Розвиток споріднених галузей та галузей, що підтримують конкурентоспроможні на міжнародному ринку галузі.

4. Стратегія фірми, її структура та характер конкуренції на внутрішньому ринку.

Перевагою цієї теорії є те, що вона показує роль, яку відіграють економічне середовище установи, політика, культурні цінності та лідери країни у забезпеченні успіху фірм цієї країни у певних сегментах ринку та конкретних галузях економіки.

Однак сьогодні все більшу роль набуває, ще один фактор конкурентних переваг – це глобалізація економіки і торгівлі [3]. Чималий обсяг припадає на торгівлю між глобальними корпораціями. Тому тепер вважається, що теорія порівняльних переваг годиться для пояснення загальних тенденцій у структурі економіки, але не для пояснення причин, через які країна експортує або імпортує який-небудь конкретний товар, бо не враховує фактору глобалізації.

Факторні витрати зберігають важливе значення для галузей, що залежать від природних ресурсів, де на некваліфіковану або напівкваліфіковану працю доводиться більша частина витрат, а технологія проста й широко доступна. Однак, це стосується галузей або їх сегментів, де застосовуються складна технологія й висококваліфікована робоча сила, саме тих галузей, які найбільш важливі для національної конкурентоздатності. Технологічні зміни стали всеосяжними й відбуваються безупинно. Широко застосовувані технології, засновані на мікроелектроніці, нових прогресивних матеріалах і інформаційних системах, різні технології у фірм різних країн в одній і тій же галузі часто суттєво різняться.

Розвиток технологій дав фірмам можливість обходити “вузькі місця”, викликані нестачею тих або інших ресурсів, за допомогою нових продуктів і виробничих процесів. Воно звело нанівець або сильно послабило значення багатьох колишніх важливих факторів. Доступ до технології, поставленої на промислову основу, став більш важливим. Витрати матеріалів, енергії й інших компонентів виробництва, що базуються на природних ресурсах, скорочується або ж витісняється штучними замінниками.

Відбулася інтернаціоналізація конкуренції в багатьох сферах – не тільки в високотехнологічних галузях, але і в сфері послуг. Конкуруючі фірми проводять воістину глобальну стратегію: продають свою продукцію по усьому світу; шукають матеріали й компоненти також в усьому світі; з метою економії розміщують виробництво в багатьох країнах. Крім того, вони вступають у союзи з фірмами інших країн, щоб одержати доступ до “джерел їх конкурентоздатності”.

Глобалізація галузей промисловості усуває залежність фірм даної країни від наявності й кількості в країні тих або інших факторів. Сировину, виробниче обладнання й багато видів послуг можна придбати по усьому світу на приблизно однакових умовах. Розвиток транспорту здешевив обмін товарами, виробництво яких залежить від конкретних факторів. Тому наявність у країні, наприклад,

металургійної промисловості вже не є перевагою, а навпаки, воно може обернутися на шкоду, якщо зовнішня або економічна політика країни змушує купувати дорогу вітчизняну сталь.

Капітал переходить із країни в країну, причому в ті країни, які заслуговують довіри з погляду надання кредитів і можливості яких не обмежені власними коштами. Корея займає чинне місце в ряді капіталомістких галузей, хоча в 50-і роки в країні, що тільки що з'явився на карті, капіталу практично не було.

Хоча багато факторів стають усе більш рухливими, успіх у глобальній конкуренції визначають не стільки самі фактори, скільки те, де й наскільки продуктивно вони застосовуються.

Конкурентна перевага країни на основі вартості факторів падає через меншу вартість тих же самих факторів в іншій частині світу або завдяки готовності уряду країни надати державну допомогу національним виробникам [1]. Ті галузі, де конкурентна перевага визначається вартістю робочої сили або природної сировини, нерідко мають структуру, яка забезпечує низьку віддачу від інвестицій. Причина в тому, що ці галузі доступні багатьом країнам, через порівняно легку досяжність, і в цих галузях часто буває занадто багато конкурентів. Саме це відбулося нещодавно на ринках металопродукції, де України довгий період часу займала лідируючі позиції. Однак, відсутність суттєвої модернізації наших виробничих потужностей дозволила вийти на цей ринок доволі сильним конкурентам, а саме, Китаю, який сьогодні став лідером у світовій металургії.

Такий стан речей нерідко стає пасткою для країн, що розвиваються. Майже весь експорт менш розвинених країн зв'язаний з вартістю факторів виробництва, а конкурентноздатності – із ціною. Програми економічного розвитку часто націлені на галузі, що дають виграв у факторних витратах, і не йдуть далі цього. У такій ситуації країна зустрічається з постійною загрозою втрати конкурентної переваги й хронічною проблемою підтримки факторів конкурентноздатності. Здатність такої країни одержувати навіть скромні (за міжнародними мірками) прибутки цілком залежить від економічної кон'юнктури на міжнародних ринках.

Крім того економічний рівень країн визначається також ефектом масштабу, досягнувши якого національні фірми одержать перевагу в рівні витрат, а отже – успіх експорту. Наявність ефекту масштабу може служити поясненням успіху навіть при відсутності факторних переваг. Ефект масштабу, що може бути досягнутий у окремій країні, також може слугувати потужною конкурентною перевагою завдяки зниженню витрат. Однак ця конкурентна перевага не зможе забезпечити тривалу конкурентноздатності для країни, і в кінцевому рахунку призведе до занепаду економіки, якщо створені гіганти не почнуть великомасштабних науково-дослідницьких і дослідно-конструкторських розробок для запровадження інноваційних змін.

Найбільш потенційним фактором зростання конкурентноздатності є фактор технологічного прогресу. Згідно із цим фактором, країни експортують продукцію тих галузей, у яких вони мають відрив у технології від інших країн світу. Поступово передова технологія неминуче освоюється іншими країнами, відрив від них зникає й експорт падає. Однак, країна може накопичити ресурси для наступного технологічного прориву. Найуспішніша стратегія може здійснюватися завдяки інвестиціям і інноваціям [4].

У складних галузях, що становлять основу кожної розвитої економіки, країна не успадковує, а створює найбільш істотні фактори виробництва, такі як кваліфікована робоча сила, науково-технічна база, інноваційне виробництво.

Більше того, набір факторів, які має країна в якийсь момент, виявляється менш значимим, ніж швидкість і ефективність їх створення і вдосконалення. Такі базові фактори, як трудові або природно-сировинні ресурси, не забезпечують переваги в наукомістких галузях економіки. Компанії тут досить легко можуть добитися переваг завдяки глобальній стратегії або технології. Для підтримки конкурентних переваг фактор повинен бути високо спеціалізованим стосовно конкретних потреб даної галузі. Конкурентні переваги країни тим більші чим більше вона має спеціалізованих факторів. Однак очевидно, що окремі недоліки в базових факторах можуть спонукувати компанію до інновацій.

Недолік у статичній моделі конкуренції може стати перевагою в динамічній. При наявності достатніх запасів сировини або надлишку робочої сили компанії найчастіше просто задовольняють цими перевагами й застосовують їх неефективно. Однак, коли компанії зустрічаються з несприятливою ситуацією, вони повинні впроваджувати інновації й обновлятися для ведення конкурентної боротьби. Недоліки можуть стати перевагами тільки за певних умов. Насамперед, вони повинні подавати компаніям сигнали, стимулюючи тим самим впровадження інновацій раніше іноземних конкурентів.

Наприклад, у моделі життєвого циклу традиційного продукту темпи зростання змінюються, диференціація товару іде на спад у міру того, як бізнес стає більш зрілим і компанії прагнуть інтегруватися вертикально. Ці тенденції важливі не стільки самі по собі, а у зв'язку з їхнім впливом на фактори конкуренції. Взяти хоча б вертикальну інтеграцію, вона веде до збільшення економії на масштабі й обсягу капіталу, необхідного для конкурентної боротьби. Однак, вертикальна інтеграція також може підвищувати бар'єри входу на ринок, що в свою чергу може витіснити з галузі дрібних гравців та нові компанії, ослабити конкурентну боротьбу та усунути стимули для інвестицій та інновацій.

Очевидно, що напрямки розвитку конкурентних переваг мають вищий пріоритет з погляду стратегії ніж фактори виробництва, а отже класична теорія Сміта і Рікардо є недосконалою.

Методологія аналізу конкурентних переваг з успіхом може використовуватися для прогнозування потенційних загроз економіки [7]. Ціль довгострокового планування – досліджувати кожен складову конкуренції, оцінити значимість її основних факторів і представити повну картину потенціалу загрози. Загальна схема для аналізу конкурентоздатності забезпечує сприятливий ґрунт для розробки стратегії розвитку конкурентоздатності галузей.

Теодор Левітт у своїй класичній статті в "Harvard Business Review" закликав уникати короткозорого, вузького підходу у визначенні галузі на основі виробленої нею продукції [16]. Ряд інших авторитетних фахівців також підкреслювали необхідність переходу від товарного підходу до підходу в задоволенні досконалого попиту. У результаті появи цих ідей об'єктом дебатів стало адекватне визначення поняття конкурентоздатності галузей.

Один з мотивів, які є стимулами – це бажання захопити нові ринки. Другий, і можливо більш важливий – страх перед міжнародною конкуренцією, яка одного чудового дня виникає у вигляді реальної загрози в галузі. Запорука успішного зростання у тому, щоб зайняти позицію, менш уразливу для атак безпосередніх конкурентів, особливо іноземних, а також передбачити зміну попиту до товарів замінників. Ці фактори обумовлюють формування національного середовища, у якому компанії з'являються й вчать конкурувати. Для формування конкурентоздатності галузі важливі доступність ресурсів і кваліфікованої робочої

сили, забезпечення оперативного реагування на інформацію щодо зміни ринкових умов, швидкі організаційні дії власників, менеджерів і окремих співробітників компанії і, що дуже важливо, залучення інвестицій та запровадження інновацій.

У тому випадку, якщо обстановка усередині країни дозволяє й підтримує максимально швидку акумуляцію спеціалізованих активів і практичного досвіду компанії одержують конкурентну перевагу. Коли обстановка усередині країни забезпечує кращий потік інформації й розуміння потреб у певному продукті й процесі виробництва, компанії також одержують конкурентну перевагу. І, нарешті, якщо обстановка усередині країни змушує компанії до постійного відновлення й інвестуванню, компанії не тільки одержують конкурентну перевагу, але й нарощують згодом існуючі переваги.

Може здатися, що глобалізація процесів конкуренції повинна знижувати рівень важливості внутрішнього попиту. На практиці, однак, цього не відбувається. У дійсності структура й характер внутрішнього ринку мають вирішальний вплив на те, як компанії розуміють і трактують потреби покупців, як на них реагують. Країна одержує конкурентну перевагу в тих галузях, у яких внутрішній попит забезпечує компаніям більш ясну або більш ранню уяву про потреби покупців. Вимогливі покупці натискають на компанії, змушуючи їх швидше впроваджувати інновації. У результаті ці компанії одержують більш важливі конкурентні переваги в порівнянні з іноземними конкурентами [2].

Обсяг внутрішнього попиту являється при цьому менш значимим, ніж його характер. Однак компанії більше уваги приділяють порівняно великим сегментам внутрішнього ринку; невеликі або менш привабливі сегменти для них не будуть пріоритетними.

Національні компанії одержують конкурентну перевагу, якщо покупці усередині країни – вимогливі, самі вимогливі споживачі в усьому світі. Такі покупці допомагають компаніям реально розуміти потреби споживача; вони змушують компанії дотримуватися високих стандартів; змушують їх розвиватися, запроваджувати нововведення й рухатися в напрямку більш розвинених сегментів.

Також конкурентоспроможні в міжнародних масштабах внутрішні постачальники створюють переваги для наступних за ними галузей. По-перше, вони завчасно, швидко, а іноді й привілейованим образом забезпечують споріднені галузі найефективнішим економічним устаткуванням і технологіями.

Однак, значно більш важливою перевагою, ніж простий доступ до необхідних машин і механізмів, є те, що розташовані в цій країні родинні й підтримуючі галузі забезпечують інновації й модернізацію. Ця перевага базується на тісних ділових взаємозв'язках. Постачальники й кінцеві споживачі, розташовані близько один від одного, користуються перевагою коротких комунікаційних ліній, швидкого й постійного доступу до інформації, а також безперервного обміну ідеями й інноваціями. Компанії одержують можливість впливати на те, у якому напрямку постачальники спрямують свої зусилля по технічному удосконалюванню, а також можуть виступати в якості базових для тестування при виробництві дослідницької роботи, прискорюючи цим просування інновацій.

Найбільше переваг національні компанії одержують у тому випадку, якщо їх постачальники конкурентноздатно на міжнародному рівні. При цьому для досягнення конкурентних переваг немає необхідності в тому, щоб країна була конкурентноздатною у всіх галузях поставки. Компанії можуть користуватися джерелами поставок іноземних матеріалів, комплектуючих або технологій без особливого впливу на інновації.

Глобалізація галузей і інтернаціоналізація фірм ведуть до парадоксу. Велика спокуса припустити, що країна базування вже не відіграє ролі в забезпеченні міжнародного успіху її фірм. На перший погляд фірми стали важливіше країн. Однак є тенденція зосередження лідерів окремих галузей в певних країнах, причому конкурентні переваги цих країн зберігаються десятиліттями.

Конкурентна перевага країни створюється й утримується в тісному зв'язку з державним регулюванням. Різниця в структурі національних економік і шкалі цінностей, у державних установах і історії країн серйозно впливають на успіх у конкуренції. Основний капітал фірм найчастіше концентрується в країні базування, головна вигода дістається країні базування, навіть якщо компанія належить іноземному капіталу.

Необхідно виходити з того, що конкуренція – динамічний процес. Традиційні теорії були, по суті, статичними. Зміни вважалися екзогенними, тобто лежачими поза цими теоріями. Однак, як визнав Йозеф Шумпетер, у конкуренції немає рівноваги; конкуренція – безупинно мінливий ландшафт, на якому з'являються нові товари, нові шляхи маркетингу, нові виробничі процеси й нові ринкові сегменти. Незмінна продуктивність у якій-небудь галузі на даний момент дуже скоро буде перевершена завдяки прогресу [8].

Отже, основа конкуренції і конкурентноздатності – це вдосконалення технології та роль країни в інноваційному процесі. Оскільки для відновлення потрібні постійні капіталовкладення, наукові дослідження й свіжі людські ресурси, завдання країни – створювати обстановку, що дозволяє вітчизняним фірмам швидше обновляти технологію ніж це роблять закордонні конкуренти. Реально у конкуренції головну роль відіграють інновації. Для фірм справа не зводиться до пасивного перекидання ресурсів туди, де прибуток особливо високий, вони мають добиватись успіху за рахунок нових товарів і технологій. Замість того, щоб шукати способи максимізації віддачі в існуючих рамках, потрібно постійно шукати способи виходу за існуючі горизонти. Саме такі конкурентні переваги і є запорукою тривалої конкурентноздатності бізнесу та країни базування цього бізнесу.

Список використаних літературних джерел:

1. *Белаш Т.* Протекціонізм потрібний для конкуренції // Економіка і життя. 2001. № 9.
2. *Бідзюра І.* Деякі аспекти захисту національних інтересів України // Політичний менеджмент. – 2005. – № 2. – С. 145-155.
3. *Вітер І.І.* Євроінтеграційна перспектива України за умов глобалізації, наукової конференції “Україна в глобальному світі”, 10 травня 2007 року.
4. *Геєць В.М.* Розгортання фінансово-економічної кризи в Україні у 2009 році: негативні наслідки та засоби їх пом'якшення: наук.-аналіт. доп. / Ред.: В.М. Геєць; Ін-т економіки та прогнозування НАН України. – К., 2009. – 159 с.
5. Сайт присвячений лауреату Нобелівській премії з економіки Василю Леонтєву. Сайт відкритий за сприяння Леонтєвського центру 2005 р. до 100-річчя від дня народження вченого.
6. *М.Познер. Г.Хафбауер.* Гіпотеза імітаційного лага або теорія міжнародного технологічного розриву (1961 р.).

7. Рыбаков Ф.Ф. – Экономическая политика: эволюция теоретических воззрений, Евразійський міжнародний дослідницький журнал, № 1, 2010.
8. Sherman Antitrust Act of 1890 – антитрест, прийнятий Конгресом США 1890 на пропозицію сенатора Дж. Шермана.
9. Antitrust Fundamentals//Wash., 1996. Vol. 1, 2.
10. Morgan Thomas D. Modern Antitrust Law and Its origins. St. Paul. // Min, 1994. p. 51.
11. Wall Daniel M. Monopolization Under Section 2 of the Serman Act.// Wash. 1996. – 308 p.
12. Hanouz M. Assessing competitiveness of nations: the global competitiveness index / M. Hanouz, T. Geiger // The Ukraine competitiveness report 2008. – Geneva: WEF, 2008. – 266 p.
13. Айгінер К.А. framework for the evaluating the competitiveness of countries Structural change and Economic Dynamics, 1998, № 9, p. 160
14. The Global Competitiveness Report 2009-2010 [Електронний ресурс] // The World Economic Forum. – Geneva, 2009. – 495 p.
15. Theodore Levitt, “Marketing Myopia”, Harward Business Review 53, no. A975): 26.
16. “Please Note Location of Nearest Exit”, California Management Review 19, no. 2 (Winter 1976): 21

ЧЕРНЕЛЕВСЬКА Олена Леонідівна – кандидат економічних наук, кандидат юридичних наук, докторант Національного університету харчових технологій.

Стаття надійшла до редакції 28.10.2012 р.