

Применение кластерного метода наиболее актуально именно на региональном уровне вследствие необходимости тесного контакта между участниками кластера, что предполагает некоторое территориальное ограничение. Только расположение позволяет быстро встретиться, обсудить общую задачу, оперативно решить проблему, а также определить то направление деятельности, которое является для данной территории наиболее конкурентоспособным сейчас и будет выгодным в будущем. Особый интерес концепция кластерного управления региональной экономикой приобретает в свете усиления роли внешнеторговой деятельности в социально-экономическом развитии регионов, способствующей экономическому росту. Так как позволяет определить приоритетные отрасли, имеющие экономический потенциал и способствующие повышению конкурентоспособности, выявить факторы и элементы, воздействующие на степень развития конкурентных преимуществ через призму внешнеэкономической конкурентоспособности.

Литература

1. Голиков А.П. Размещение производительных сил и регионалистика. учеб. пособ. / А.П. Голиков, А.Г. Дейнека, Н.А. Казакова. – Харьков: ООО «Олант», 2002.- 320 с.
2. Кремлев Н.Д. Развитие социальной инфраструктуры экономическим районов / Н.Д. Кремлев // Вопросы статистики. - № 8.
3. Онищук Г.І. Управління стабілізацією і розвитком регіональної економіки / Г.І. Онищук // Регіональна економіка. – №4.
4. Некрасов Н.Н. Региональная экономика. Теория, проблемы, методы. – 2 - е изд. / Н.Н. Некрасов. – М.: Экономика, 1978 – 344 с.
5. Сонько С.П. Ринок і регіоналістика: навч. посіб. / С.П. Сонько, В.В. Кулінов, В.І. Мустафин. – К.: Ельга, Ніка – Центр, 2002. – 380 с.
6. Стеченко Д.М. Розміщення продуктивних сил і регіоналістика: навч. посіб./ Д.М. Стеченко. – К.: Вікар, 2001. – 377с.
7. Чумаченко Н.Г. Очерки по экономике региона / Н.Г. Чумаченко. – К.: «Наукова думка», 1995. – с. 339.
8. Мандель И.Д. Кластерный анализ / И.Д. Мандель.- М.: Финансы и статистика, 1988.- 176 с.

339.923.061.1

Тонких О.Г., ст. викладач,
Київського економічного інституту менеджменту

Удалено: Цёхла Светлана Юрьевна, доктор экономических наук, доцент, заведующая кафедрой менеджмента предпринимательской деятельности, Таврический национальный университет им. В. И. Вернадского

ВПЛИВ НАЦІОНАЛЬНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ДЕРЖАВИ НА РОЗВИТОК МІЖНАРОДНИХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

На даному етапі розвитку світового господарства все більшої актуальності для різних країн набуває проблема розвитку конкурентних переваг на міжнародному рівні, що цілком і повністю пов'язано з функціонуванням національної конкурентоспроможності, як передумови зростання та збагачення міжнародної економіки. В економічній літературі існує досить багато визначень та поглядів на трактування терміну «конкурентоспроможність». Як правило терміни «конкурентоспроможність, міжнародні конкурентні переваги» розглядають як похідне від понять конкуренції, конкурентної боротьби, міжнародного конкурентного ринку, міжнародного конкурентного середовища, конкурентних переваг, серед яких узагальнюючим поняттям залишається «конкуренція».

Метою статті являється розкриття впливу національної конкурентоспроможності держави на розвиток міжнародних конкурентних переваг через низку похідних понять.

Конкуренція виступає визначальною рушійною силою у розвитку та діяльності для суб'єктів міжнародної економіки. Причиною боротьби виступає прагнення за володіння та розподіл ресурсів для виробництва і розвитку господарської діяльності формі приватної власності на основі суспільного поділу праці. Конкуренція – це комерційне суперництво за панування на ринку, за умови розвитку і зростання прибутків. Конкуренцію характеризують як форму «економічної влади» на конкретному ринку, в свою чергу це зумовлює необхідність у її регулюванні та обмеженні можливостей зловживання нею [2].

Поняття конкурентної боротьби відображає поведінку окремих суб'єктів на міжнародному ринку, форми, методи, види цієї боротьби. Міжнародний конкурентний ринок можна розкрити через поняття конкуренції з боку міжнародної ринкової структури [2]. Ґрунтуючись на змісті цих понять

конкурентоспроможність можна розглядати як відповідність продукції, що має конкретну систему переваг, умовам конкурентної боротьби на зовнішніх конкурентних ринках.

На мою думку, поняття міжнародна конкурентоспроможність може розглядатись і з іншого боку, воно цілком пов'язане і може походити від поняття «економічна спроможність держави», тобто відповідність продукції конкретним суспільно-історичним потребам ринку або здатність виробників виготовляти продукцію у відповідності з суспільними нормативами її виробництва та при цьому забезпечувати її попит на міжнародному ринку.

Слід зауважити, що між міжнародною конкурентоспроможністю та економічною спроможністю безпосередній зв'язок не виражений та не чіткій, він може простежуватись через складну систему показників господарської діяльності підприємства, його продукції чи послуг та його становища на національному ринку і зовнішньому ринку. Між не конкурентоспроможністю і економічною неспроможністю (неплатоспроможністю) може бути ланка недосконалого менеджменту як на місцевому рівні так і на міжнародному рівні. Якщо підприємство виготовляє неконкурентоспроможну продукцію, яка не користується попитом, то воно не може бути економічно спроможним, так як у нього відсутні або не достатні грошові надходження, які б забезпечували стабільне функціонування та отримання прибутку.

За існування планово-розподільчої системи господарювання, конкурентоспроможність окремого виробника, його економічна спроможність виражалась у формі платоспроможності, тобто у спроможності виробництва продукції відповідати до народногосподарського плану. При цьому така планова спроможність включала в себе і передбачений планом норматив доходності виробництва продукції, плановий норматив рентабельності. Економічна спроможність у планово-розподільчій системі була категорією, що відображала відносини між планово-розподільчим центром і виробником з приводу виробництва відповідної плановим нормативам продукції, у тому числі нормативам планової рентабельності (дохідності). Економічної спроможності полягала в тому, що вона формувалася головним чином у відносинах вертикального характеру управління. Роль безпосередніх виробників визначалася їх участю у формуванні планових завдань (нормативів) і змаганні за виконання цих завдань (нормативів). При цьому часто деякі параметри якості відходили на другий план, так як покупці та продавці були вже чітко оговорені. Тому на внутрішньому ринку конкурентоспроможність та конкуренція в цілому майже не розвивались, однак увага приділялась розвитку міжнародних конкурентних переваг країни на зовнішніх ринках.

Економічна спроможність в умовах ринкової економіки виступає в інших формах і відображає інші економічні відносини, що впливають з її сутності й основних характерних ознак. Оскільки ринкова система протистоїть планово-розподільчій системі господарювання, можна стверджувати, що в ринковій економіці економічна спроможність продукції виробника виступає у формі його ринкової спроможності, тобто спроможності відповідати потребам ринку, його нормативам (ринковому платоспроможному попиту, ринковій ціні попиту), у тому числі нормативам ринкової доходності виробника такої продукції (нормі прибутку).

У ринковій економіці економічна спроможність формується у відносинах горизонтального характеру (між самими виробниками продукції), які змушують виробників продукції, відповідно до ринкового попиту і ціни, віднаходити найбільш ефективні способи виробництва товарів, зменшення витрат, використання технічних досягнень, підвищення продуктивності праці. Місце виробника та його продукції на вітчизняному ринку, оскільки кожний суб'єкт господарювання самостійно планує предмет і основні напрями своєї діяльності, визначається таким чином у міжнародній конкурентній боротьбі з виробниками аналогічної продукції.

В умовах конкурентного ринку економічна спроможність виступає як конкурентна спроможність. Тобто конкурентоспроможність є конкретною формою економічної спроможності виробника продукції в умовах конкурентного ринку. Як економічна категорія вона відображає відповідні конкретно-історичним умовам конкурентного ринку економічні відносини між виробниками продукції з приводу забезпечення її економічної спроможності. Оскільки економічну спроможність виробництва продукції можна представити як здатність її рентабельного виробництва на рівні, що відповідає ринковим нормативам прибутковості, то економічну категорію конкурентоспроможності можна характеризувати як економічні відносини між виробниками аналогічної продукції на конкурентному ринку з приводу забезпечення її рентабельного виробництва, здатності приносити відповідний ринковим нормативам прибуток.

Традиційно конкурентоспроможність держави розглядається як складна комплексна категорія, що виражає обумовлене економічними, соціальними й політичними факторами стійке становище продукції, її виробника національної економічної системи на ринку. Для умов відкритої економіки її

характеризують як здатність національної економіки країни протистояти міжнародній конкуренції всередині країни на власному ринку завдяки конкретним конкурентним перевагам.

Конкурентоспроможність товару, за цього виду економічної системи, визначається як його здатність витримати порівняння з аналогічними товарами інших виробників, на міжнародних ринках, за умов їх відповідності середнім ринковим цінам та міжнародним конкурентним перевагам. Якщо розглядати основні властивості товару (споживчу вартість, суспільну корисність і мінову вартість) то в ринковій економіці конкурентоспроможність постає як сукупність споживчих (якісних) і вартісних характеристик продукції (товару), здатних забезпечити певну потребу.

Економічна категорія конкурентоспроможності має історичну природу й історичне походження. Її сутність конкретно історична і може бути розкрита через конкретно історичний аналіз власне самої конкуренції. Без конкурентного аналізу, характеристики конкуренції, конкурентних переваг на конкретних ринках продукції (без розкриття її форм, методів, видів, аналізу суб'єктів конкурентної боротьби) неможливо конкретно визначити і конкурентоздатність. Певному рівню конкуренції, її інтенсивності відповідає і певний рівень вимог до учасника конкурентної боротьби, який характеризує його конкурентоздатність. З розвитком конкуренції змінюються і розвиваються вимоги до її учасників. Конкурентоспроможність – це динамічний процес пристосування до умов і вимог ринку. Її неможливо забезпечити раз і назавжди. Призупинення цього процесу означає втрату конкурентоспроможності і конкурентних переваг як національних так і міжнародних.

Отже, конкурентоспроможність завжди відносна. Виробник та його продукція, які на поточний момент є конкурентоспроможними, надалі можуть виявитися неконкурентоспроможними тому, що можуть втратити конкурентні переваги. Необхідність постійно пристосовуватися до конкурентних умов і вимог ринку породжує, однак, прагнення до забезпечення абсолютної конкурентоспроможності і конкурентних переваг, “виходу” за межі самої конкуренції в зовнішньому конкурентному середовищі. Формою реалізації (забезпечення) такої абсолютної конкурентоспроможності є монополія, що виникає на основі оновлення конкуруючої продукції. Свого часу, аналізуючи суть монополії, на це вказував Е. Чемберлін. На його думку, “...разом з диференціацією (продуктом) з'являється монополія, і в міру посилення диференціації елементи монополії стають все значнішими. Скрізь, де якоюсь мірою існує диференціація, кожний продавець володіє абсолютною монополією на свій власний продукт, але разом з тим піддається конкуренції з боку більш-менш недосконалих заміників” [5, с.114]. Все це відображується і на національній економіці, так як суб'єктами господарювання та споживання виступають вітчизняні підприємства, що також екстраполюється і на міжнародні конкурентні переваги.

Похідним від конкуренції характером конкурентоспроможності можна пояснити те, що вона постала у світі і набула вагомого значення як актуальна проблема лише в останні два десятиріччя, в той час як теорія конкуренції постійно розвивалася протягом останніх півтора століття. Річ у тому, що саме із 70-х років ХХ ст. у світі відбувається ряд подій, які різко змінюють умови конкуренції. Зокрема, це низка різних за своєю природою економічних криз, неоднакова реакція на ці кризи з боку країн світової спільноти, поява на світовій арені нових лідерів, які стрімко розвивались у післявоєнному періоді і значно потіснили з усталених позицій на ринках традиційних конкурентів та дали поштовх розвитку нових і закріпленню сталих конкурентних переваг держав.

Економісти-теоретики ХVIII-ХІХ ст. у своїх концепціях виходили із свободи ринку і вільної конкуренції, за якої конкурує необмежена кількість продавців і покупців, нездатних помітно й одноосібно впливати на загальну ринкову ситуацію. Наприкінці ХІХ - початку ХХ ст. господарський механізм виявився суттєво видозміненим під впливом великих монополістичних об'єднань, які, на протипагу механізму “чистої” конкуренції, відповідно до їх сили, почали ділити між собою міжнародні ринки збуту, джерела сировини, встановлювати ціни і, таким чином, визначати суттєві умови суспільного виробництва й ринкової кон'юнктури. Така модифікація відбулася, передусім, у США, оскільки на рубежі ХІХ і ХХ ст. тут склалися умови, під впливом яких ця країна перетворилася у найбагатшу й економічно розвинену серед інших держав світу. Тому саме тут вперше у найбільш гострій формі виявилися проблеми, пов'язані з усебічним процесом переходу від економіки вільної конкуренції до економіки панування монополій і використання їх суттєвих конкурентних переваг. Природно, що США стали піонером як у практичному застосуванні заходів, спрямованих на обмеження діяльності монополій і захист вільної конкуренції, так і в теоретичному дослідженні монополії, що набуло надзвичайної актуальності.

У теоріях економістів початку ХХ ст. економічна конкуренція розглядається під кутом зору аналізу монополізації економіки і з позицій протиставлення конкуренції й монополії, у зростанні панування якої вбачається основа майбутніх глобальних змін в організації економіки.

У 20-30-х роках ХХ ст. ситуація змінилася. Наслідком посиленої монополістичної організації бізнесу й господарського механізму стала глибока світова економічна криза, що тривала протягом 1929-1933 р. і остаточно похитнула механізм саморегульованої конкурентної економіки.

Е.Чемберлін стверджував, що “чистої” конкуренції на ринку не існує, оскільки для цього необхідно, щоб усі виробники певної продукції продавали абсолютно однакові продукти в абсолютно однакових умовах і не користувалися притаманними їм конкурентними перевагами. У реальній дійсності існують умови, точніше конкурентні переваги що притаманні національному і міжнародному простору, за яких кожний продавець товару хоч у чомусь є монополістом: товари (продукція) однієї товарної групи різняться зовнішнім виглядом, технічними параметрами, особливостями експлуатації, торговою маркою, умовами продажу. Диференціація продукту зумовлює ситуацію, за якої всіх продавців правомірно характеризувати як “конкуруючих монополістів” в умовах дії сил “монополістичної конкуренції”; конкуренція за залучення покупців зберігається, а наявність диференційованого продукту обмежує можливості монополіста у підвищенні монопольної ціни.

Диференціація продукту, на думку Е. Чемберліна, там, де вона існує, змушує покупців “групуватися попарно з продавцями не з волі випадку, не стихійно (як це відбувається при чистій конкуренції), а у відповідності з вибором, що ґрунтується на перевазі” [5, с.103]. Кожний продавець розглядається ним, як монополіст, що формує власне коло покупців за рахунок свого “особливого” товару і використовує конкурентні переваги. При цьому рівень диференціації продукту відображає міру впливу продавця на ціни і його становище як монополіста. Загалом за умов “монополістичної конкуренції” (на відміну від умов чистої конкуренції, де ринок кожного продавця зливається з ринками його суперників) “доводиться рахуватися з тим, – пише Е. Чемберлін, – що цей ринок до певної міри відособлений від інших, так що всі у сукупності представляють собою не єдиний ринок багатьох продавців, а мережу взаємопов’язаних ринків, розподілених між продавцями по одному на кожного” [5, с.105].

Відповідно до концепції Е. Чемберліна, “диференціація продукту” повинна постійно не тільки створювати монополію продавця, а й постійно її руйнувати, щоб знову і знову створювати численних монополістів з власними конкурентними перевагами. У такий спосіб утворюється безперервний ланцюг конкурентної гонитви за новаціями у виробництві, технологіях, організації, що безумовно позитивно впливає на зростання національної економіки. Впроваджуючи нововведення підприємств одночасно стає на певний час власником тимчасової монополії, а використання нововведення, яке захищається комерційною таємницею або патентом, забезпечує йому одержання надлишкового прибутку і конкурентної переваги до завершення процесу поширення даних нововведень. Це також відображається у розвитку міжнародних конкурентних переваг, які з’являються при розвитку національних конкурентних переваг.

Надзвичайно важливими та ґрунтовними стали дослідження М.Портера. На основі аналізу статистичних матеріалів галузей промисловості десяти найбільш економічно розвинених країн світу (Данії, Німеччини, Італії, Японії, Кореї, Сінгапуру, Швеції, Швейцарії, Великобританії та Сполучених Штатів Америки) він виявив глибинні причини, з якими були пов’язані успіхи та невдачі фірм цих країн у конкурентній боротьбі. Спираючись на висновки цього аналізу, М. Портер виробив власну концепцію конкурентоспроможності на основі конкурентних переваг. Суть її полягала у тому, що вся сукупність факторів, які зумовлюють формування конкурентного середовища, а отже й конкурентоспроможність країни (галузі, фірми), поділяються на кілька основних груп, що не обмежуються факторами виробництва. Аналіз і оцінка цих факторів дають можливість сформувати цілісне наукове уявлення про конкурентоспроможність окремої країни, її галузей, виробництв, фірм, а також діагностувати конкурентну напруженість на ринку і визначити значення конкурентних сил і переваг.

Конкурентоспроможність, як економічна спроможність в конкурентному середовищі, є узагальнюючою характеристикою того становища, яке посідає певний суб’єкт (країна, галузь, фірма) або об’єкт (продукція) на внутрішньому (місцевому, регіональному, національному, міжнародному) ринку.

У теорії і практиці дослідження конкурентоспроможності розрізняють конкурентоспроможність продукції, конкурентоспроможність підприємства, галузі, регіонів, країни тощо, що є цілком виправдано й обґрунтовано. Очевидно, що конкурентоспроможність продукції не існує абстрактно, поза конкретною сферою конкуренції, конкурентних сил, факторів і переваг. Залежність від того, до якої сфери конкуренції (конкурентного середовища) належить продукція (послуга), сукупність факторів конкурентоспроможності є різною. Чим ширша сфера конкурентного

середовища, тим складнішою має бути сукупність факторів конкурентоспроможності. Саме тут криється відмінність між поняттями конкурентоспроможності окремого виду продукції, підприємства, галузі, країни тощо. Конкурентоспроможність відображає ступінь привабливості товару (продукції) для кінцевого споживача.

Як зазначає Б.Губський, «традиційно конкурентоспроможність трактується як зумовлене економічними, соціальними і політичними факторами стійке становище країни або товаровиробника на внутрішньому і зовнішньому ринках. В умовах відкритої економіки вона також може бути визначена як здатність країни (фірми) протистояти міжнародній конкуренції на власному ринку і ринках «третіх країн» [1, с.5].

У межах ринку окремої країни, оскільки об'єктивні фактори забезпечення конкурентоспроможності продукції створюють однакові умови господарювання для всіх суб'єктів конкуренції, суть категорії конкурентоспроможності продукції зводиться до сукупності властивостей, наданих продукції під час розробки, виробництва, реалізації і післяпродажного обслуговування, що забезпечують її відмінність від аналогів (замінників), по-перше, за ступенем задоволення потреб споживача, по-друге, за рівнем витрат на їх придбання й експлуатацію, по-третє, за ступенем інформованості, доступності, зручності для споживача при купівлі та експлуатації, яка (сукупність) сприяє найшвидшій реалізації на даному ринку в даний період [4, с.48].

Конкурентоспроможність окремого товару (продукції, послуги), підприємства, галузі, країни, оцінює споживач продукції (послуг) у межах певного конкурентного середовища того чи іншого ринку.

Отже не можна аналізувати конкурентоспроможність продукції поза визначенням і оцінкою факторів конкретного конкурентного середовища (підприємства, галузі, країни). Конкуренція має розглядатися на різних рівнях і в різних умовах, тобто стосовно того, як структура й розвиток економіки впливають на способи, якими підприємства (компанії) досягають і зберігають і розвивають міжнародні конкурентні переваги.

Одним з найважливіших аспектів конкурентоспроможності країни на національному і міжнародному рівні є продуктивність, яка досягається у використанні трудових ресурсів і капіталу. Постійне зростання продуктивності вимагає постійного удосконалення економіки. Національні компанії мають підвищувати продуктивність галузей, удосконалюючи технології виробництва, підвищуючи його ефективність та якість продукції, надаючи їй нових споживчих властивостей і переваг, розвивати здібності до конкуренції у високопродуктивних галузях і в нових, складних галузях [3, с.162].

Отже, жодна країна не може бути конкурентоспроможною скрізь і в усьому, вона має розподіляти й використовувати обмежені ресурси і переваги з максимальною продуктивністю. Конкурентоспроможність на національному рівні проявляється у продуктивності технологій та швидкості їх зміни і модернізації. Основну увагу при цьому слід зосередити не на економіці як цілому, а на певних галузях і сегментах галузі, оскільки тільки на цьому рівні можна з'ясувати, як і чому виникають комерційно життєздатні технології, які формують міжнародні конкурентні переваги. Конкурентоспроможність на національному рівні полягає в тому, що вона залежить від здатності промислової нації вводити інновації та модернізуватися розвиваючи при цьому міжнародні конкурентні переваги.

Література

1. Губський Б. Конкурентоспроможність української економіки: орієнтири макроекономіки в кризових умовах / Б. Губський // Економіка України. – 1999. - № 4. – С.4-11.
2. Марцан В.С. Механізм забезпечення конкурентоспроможності підприємств Стратегія економічного зростання. – Н/зб. Вип. 2 (9) / В.С. Марцан. – К.: КНЕУ, 2002. – 490 с.
3. Портер М. Международная конкуренция: Пер. с англ. / Под ред. и с предисл. В.Д. Щетинина/ М. Портер. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.
4. Ухачевич Я. Роль держави у забезпеченні конкурентоспроможності продукції. продукция / Я. Ухачевич // Маркетинг и реклама. – 1999. - №7-8. – С.48.
5. Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции / Э. Чемберлин. – М.: Изд-во иностранной литературы, 1959.

Рецензент докт. экон. наук, профессор В.И. Крамаренко