

НАУКОВІ ДИСКУСІЇ

УДК 005.21:005.332.4:339.92(477)

В. В. ЛИПОВ,
*професор, доктор економічних наук,
професор кафедри міжнародної економіки та менеджменту ЗЕД
Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця,
Просп. Науки, 9-А, 61166, Харків, Україна*

КОНКУРЕНТНА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ *

II. Конкурентна стратегія інтеграції України у міжнародний економічний простір

Розглянуто конкурентну стратегію входження України в глобальну економіку, серед складових якої названо використання ефекту від масштабу та синергії, формування нових ринків, просування інноваційних продуктів, товарних ліній, комплексних продуктів, довгострокових комплексних програм, задіяння макроекономічних факторів впливу на конкурентоспроможність продукції національних виробників за ціновими та вартісними характеристиками.

Ключові слова: конкуренція за вартістю продукту; ринкові конкурентні стратегії; стратегії використання ефекту від масштабу виробництва; стратегії виробничої синергії; стратегії просування довгострокових комплексних програм; стратегія блакитного океану; стратегії просування комплексних продуктів і товарних ліній; цінові стратегії.

Бібл. 35; рис. 2.

UDC 005.21:005.332.4:339.92(477)

VOLODYMYR LYPOV,
*Professor, Doctor of Econ. Sci.,
Professor of the Department of International Economics and
Management of Foreign Economic Activity
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics,
9-A, Nauky Ave., Kharkiv, 61166, Ukraine*

COMPETITIVE STRATEGY FOR UKRAINE'S DEVELOPMENT IN GLOBALIZATION CONDITIONS

II. Competitive strategy of Ukraine's integration into the world economic space

Competitive strategy of Ukraine's entering into the global economy is considered. The following components of the strategy are named: (i) use of the effect of scale and synergy; (ii) formation of new markets; (iii) promotion of innovative products, product lines, complex

© Липов Володимир Валентинович (Lypov Volodymyr), 2018; e-mail: Lypov_vl@ukr.net.

* Стаття публікується в рамках наукової дискусії, розпочатої в журналі “Економіка України” № 5-6, 2017 р.

Закінчення статті. Початок див. у № 3, 2018 р.

products, long-term integrated programs; (iv) use of macroeconomic factors affecting the competitiveness of products of national producers in terms of price and cost characteristics.

Keywords: price competition; market competitive strategies; strategies for using the “scale” of production; production synergy strategies; strategies for promoting long-term integrated programs; blue ocean strategy; strategies for promotion of complex products and product lines promotion; price strategies.

References 35; Figures 2.

Визначення потенціалу успішного реконструктивного розвитку України в умовах інтенсифікації міжнародної економічної взаємодії, формування ефективної інституційної системи його забезпечення є відправною точкою розробки дійової стратегії конкурентної інтеграції України в глобальний економічний простір. Розглянемо її основні складові як елементи єдиної комплексної геоекономічної політики держави, спрямованої на досягнення геополітичних цілей успішного позиціонування України в системі міжнародних відносин.

Постійний розвиток глобального економічного середовища, вдосконалення інструментів *, методів **, механізмів *** досягнення переваг над потенціальними конкурентами ускладнюють конкурентну стратегію, ведуть до диференціації її складових як на рівні окремих суб'єктів господарювання, так і на національному рівні. Водночас ця диференціація лише посилює значущість комплексного підходу до застосування стратегії, можливість і необхідність використання методів та інструментів, які поєднують цінові, якісні орієнтири, мікро-, мезо-, макро- і мегаекономічні механізми досягнення конкурентних переваг. Більше того, універсалізм використовуваних інструментів зумовлює те, що самі складові конкурентної стратегії, які істотно відрізняються за цілями, можуть включати однакові інструменти, методи і навіть механізми одержання конкурентних переваг. До того ж досягнення однієї стратегічної мети може стати передумовою успіху іншої.

Виокремимо ряд тісно пов'язаних між собою складових *комплексної конкурентної стратегії*, здатних забезпечити успішну інтеграцію України в глобальний простір господарювання. В узагальненому вигляді за критерієм джерела отримання

* Під *інструментами* національної конкурентної стратегії розуміються засоби впливу держави на процеси господарювання, покликані посилити позиції національних виробників зокрема та економіки в цілому на глобальних ринках. Найпоширенішими та найефективнішими вважаються квотування, стандартизація, державні замовлення, оподаткування, бюджетне фінансування, регулювання облікової ставки, пільгове кредитування експортерів, прогнозування соціально-економічного розвитку, індикативне планування, розробка програм розвитку.

** Під *методами* національної конкурентної стратегії розуміється сукупність теоретичних концепцій та практичних інструментів, які використовуються в процесі забезпечення стратегічних цілей досягнення національними виробниками та національною економікою в цілому конкурентних переваг на глобальних ринках. Розрізняють такі методи економічної політики: прямі (безпосереднє адміністративне регулювання – бюджетні видатки, регулювання цін тощо) та опосередковані (створення умов для економічних суб'єктів, коли вони заінтересовані обирати ті напрями та форми діяльності, в яких заінтересована й держава). Варто зазначити певну умовність вказаного поділу, адже опосередковане регулювання передбачає можливість комплексного використання засобів прямого регулювання як більш витончених інструментів стратегій формування конкурентних переваг на зовнішніх ринках.

*** Під *механізмами* запровадження національної конкурентної стратегії розуміється сукупність процесів, організаційних структур, конкретних інструментів, методів економічної політики та правових норм, спрямованих на отримання конкурентних переваг на глобальних ринках як окремими виробниками, так і національною економікою в цілому.

конкурентних переваг їх можна розділити на такі групи: ринкові, цінові, фінансові, виробничі, технологічні, розширення об'єкта експортної діяльності.

Розглянемо складові конкурентної стратегії України детальніше.

Ринкові стратегії

Група ринкових стратегій орієнтується на забезпечення диверсифікації та розширення ринків збуту, постачання сировини і товарів для національної економіки. Успіх цієї складової конкурентної стратегії України є відправним моментом формування інших напрямів її конкурентної політики на зовнішніх ринках. За два десятиліття незалежності Української держави досягнуто значних успіхів у формуванні ринків збуту продукції національного виробництва. Однак, поряд з сировинною орієнтацією національного експорту, велику загрозу для економіки України в періоди нестабільності світового господарства та внутрішніх потрясінь становлять незначний рівень диверсифікації, структурні перекося з надмірним акцентуванням на товарах лише кількох галузей. Отже, постає завдання переходу до *інтегральних конкурентних стратегій* диференціації та вдосконалення географічної й товарної структур, поглиблення переробки експортованого продукту, зростання в ньому абсолютного обсягу та частки доданої вартості. Переорієнтація з поставок сировини на поставки напівфабрикатів, товарів кінцевого вжитку, комплексних продуктів, інвестиційних товарів і на довгострокові комплексні програми здатна зробити економічно вигідним співробітництво з багатьма партнерами з віддалених регіонів Азії, Африки, Центральної та Південної Америки.

Важливою і перспективною складовою ринкових стратегій підвищення міжнародної конкурентоспроможності України можуть стати підтримка і стимулювання переорієнтації зусиль виробників з намагання вийти на вже існуючі висококонкурентні ринки на формування нових товарних і географічних ринків продукції власного виробництва. У цьому контексті інтерес становить праця Ч. Кіма і Р. Моборн, в якій пропагується філософія *стратегії блакитного океану* — стратегії створення інноваційних моделей успішного бізнесу на основі становлення нових ринків унікальних товарів або послуг власного виробництва [26]. Найбільш перспективною для українських підприємств у цьому плані, на наш погляд, є галузь виробництва продуктів харчування. І якщо продовольчі ринки Європи переповнені високоякісною та широко визнаною продукцією, то в країнах Азії, які успішно розвиваються, навпаки, завдяки зростанню доходів населення саме нині швидко формуються нові продовольчі ринки та нова культура харчування. Українські виробники цілком спроможні зайняти на них сегмент високоякісної продукції з помірними цінами і стати альтернативою розкрученим західним брендам.

Більше того, запровадження такої системи підготувало б фундамент для переходу до стратегії виробничої синергії, замкнуло б цикл від вступу до навчального закладу, здобуття професійних кваліфікацій і до працевлаштування, встановлення та підтримання постійних зв'язків між країною навчання та країною прикладання фахових знань колишніми випускниками українських ВНЗ — громадянами цих країн. А останніх в Україні навчається чимало. Подібна модель може стати основою розвитку альтернативного великим олігархічним структурам сектору малого бізнесу, кластерів малих сімейних підприємств (МСП) на кшталт "Третьої Італії". Вона цілком відповідатиме як особливостям національного менталітету,

так і нагальним потребам розвитку економіки та підвищення її міжнародної конкурентоспроможності. У цьому контексті завдання держави полягає в ініціюванні становлення та підтримання, особливо на початковому етапі, відповідних кластерних структур та своєрідних ланцюжків створення доданої вартості, здатних об'єднати потенціальних учасників виробничо-збутового процесу.

Ще один напрям ринкових стратегій розвитку України пов'язаний з диверсифікацією джерел забезпечення і постачання дефіцитних, перш за все енергетичних, ресурсів. Цю складову формування конкурентоспроможного розвитку країни пов'язано з необхідністю переорієнтації державою мотивації бізнес-структур з пошуку рентного доходу за рахунок монопольного становища на ринках придбання, транспортування і постачання до кінцевих споживачів відповідних благ на впровадження енерго- та ресурсозберігаючих технологій, диверсифікацію джерел забезпечення сировиною та комплектуючими, трансформацію технологічних процесів і продуктової лінійки в бік скорочення залежності від дефіцитних ресурсів й опори на ті, за якими країна має конкурентні переваги.

Цінові стратегії

Цінові стратегії ґрунтуються на посиленні конкурентоспроможності національної економіки за рахунок формування цінових, вартісних, валютних переваг, а також переваг завдяки переходу від участі у глобальних системах створення та перерозподілу вартості як сторони, що приймає задавані ззовні цінові умови, до участі в ролі сторони, яка сама їх ініціює, визначає вартісні характеристики окремих складових глобальних ланцюжків створення доданої вартості (ГЛСДВ) та кінцевого продукту в цілому. Слід звернути увагу на два аспекти, що відрізняють цінову та вартісну конкуренцію. У першому випадку йдеться про конкурентну ціну продукту, яку фірма-виробник може запропонувати споживачеві на певному ринку. Отже, ключову роль у її визначенні відіграє сам виробник. У випадку з вартісною конкуренцією йдеться про собівартість створення товару, у формуванні передумов зміни якої є участь держави.

Вихід на міжнародний рівень розкриває нові можливості для цінової конкуренції. Серед них – мінімізація витрат за рахунок географічної диверсифікації виробництва, трансфертного ціноутворення, валютного, просторового, часового, податкового арбітражу, вдосконалення логістичних операцій. Варто зазначити, що перше, друге і третє лише частково залежать від конкретного виробника, тому стратегії цінової конкуренції, відповідно, доповнюються вартісним компонентом.

Отже, важливим критерієм визначення національної конкурентної стратегії є характеристика ринків, на яких національні виробники вимушені вступати в цінову конкуренцію. З одного боку, експансія на ринки досконалої конкуренції лише виснажує як окремих виробників, так і національну економіку в цілому, призводить до вимивання за мінімальною ціною затребуваних на світових ринках факторів виробництва. З іншого, вихід національних виробників на ринки недосконалої конкуренції дозволяє отримати додатковий дохід, відповідно, державна політика підтримки експортерів вимагає тонкої калібровки підтримки підприємств, які за рахунок використання нових технологій, кращої організації виробничого процесу, диференціації ринків збуту дійсно здатні обмежити вплив цінових факторів на конкурентну позицію на зовнішніх ринках і певним чином дестимулювати виробників, які задовольняються лише ціновими перевагами.

Конкуренція за ціною товару або послуги з цілого ряду причин, на нашу думку, є найменш перспективним і привабливим видом конкурентної боротьби на міжнародних ринках. Виробники з високорозвинутих країн ядра світ-системи намагаються у першу чергу включитися в конкурентну боротьбу на ринках з іншими критеріями визначення конкурентних переваг і одночасно, завдяки цілеспрямованій політиці урядів, мають можливість нівелювати цінові переваги потенціальних конкурентів. При цьому варто нагадати про неоднозначний вплив правил СОТ на можливості національних урядів пригальмувати експансію потенціальних іноземних конкурентів [27]. Досить ефективно обмежуються можливості застосування тарифних методів регулювання міжнародної торгівлі та паралельно активно використовуються нетарифні методи, і чим вищим є рівень розвитку економіки, тим витонченішими є відповідні інструменти захисту національних виробників [28].

У свою чергу, конкуренція за вартістю продукту спирається на отримання переваг за рахунок відмінностей у вартості факторів виробництва, компонентів кінцевого продукту, окремих етапів виробничого процесу, які виникають у результаті виходу на міжнародні ринки факторів виробництва, міжнародної кооперації виробничого процесу, просування товару на міжнародних ринках. Як і у випадку з ціновою, безпосереднім *суб'єктом вартісної конкуренції* виступають мікроекономічні суб'єкти, але при цьому різними є джерела їх переваг. У першому випадку йдеться про можливість управління ціною, а у другому – про використання ефектів коливання вартості компонентів виробничого процесу та кінцевого товару, що виникають у результаті просування виробничого процесу та збуту на міжнародний рівень.

Їх формування значною мірою залежить від економічної політики держави. Провідну роль у цьому відіграють макроекономічні фактори. Перш за все, це здатність держави впливати на вартість факторів виробництва, доступність, спроможність і заінтересованість економічних суб'єктів у застосуванні нових технологій, потенціал використання ефекту економії на зростанні масштабів виробництва. Створення вартісних переваг для національних виробників – завдання макроекономічного рівня, продукт економічної політики держави. Саме держава може активно впливати на формування пропорцій у ціні на фактори виробництва, створюючи стимули для активнішого використання одних і, навпаки, гальмуючи використання інших. Як приклад можна навести плату за видобування і використання мінеральних, земельних, водних ресурсів. Більше того, такі платежі можуть стати ефективним інструментом управління виробничою активністю підприємця, спрямування його на створення виключно конкурентоспроможної продукції, засобом перешкоджання отриманню непродуктивних рентних доходів. Через управління перерозподілом суспільного продукту держава здатна впливати як на середню вартість робочої сили, так і на її диференціацію за секторальними, галузевими, професійними, посадовими критеріями, результативністю, соціальною корисністю й затребуваністю діяльності. Серед інструментів забезпечення вартісних конкурентних переваг варто назвати податкову політику, політику формування ставки рефінансування, амортизації основних засобів, які в кінцевому підсумку визначають цінові параметри продукції національних виробників.

Виокремимо активну і пасивну компоненти державної політики, покликаної підтримати включення національних виробників до *міжнародної вартісної конку-*

рентної боротьби. Активна політика передбачає цілеспрямовані дії, скеровані на зміну вартісних співвідношень факторів виробництва на внутрішньому та зовнішніх ринках. Прикладами можуть слугувати введення, коригування або скасування ставки акцизного збору. Так, відмова від акцизу на спирт, що постачається на фармацевтичні підприємства України, мотивувалася необхідністю здешевлення ліків для населення. Одночасно вторинним її наслідком є отримання вітчизняними фармацевтичними підприємствами вартісних конкурентних переваг перед західними виробниками аналогічних препаратів, що дає їм можливість розширити збут за рахунок виходу на відповідні ринки. Підприємства отримують додатковий прибуток, який можуть використати в тому числі на модернізацію виробництва, а держава – додаткові валютні надходження.

Специфічним різновидом вартісної конкуренції можна вважати **валютну конкуренцію**. Зниження курсу національної валюти є поширеною практикою поліпшення стану платіжного і торговельного балансів. Валютний демпінг з боку Китаю лишається одним з джерел суперечностей між ним і США та країнами Західної Європи. Зниження курсу юаня забезпечує КНР конкурентні переваги. Навіть у передкризовий період різниця між курсом гривні до долара за паритетом купівельної спроможності та ринковим курсом доходила до п'яти. Така ситуація значною мірою забезпечувала конкурентоспроможність українських підприємств на світових ринках. Зворотним боком ситуації є значне подорожчання імпортованих товарів. При цьому, якщо подорожчання споживчих товарів вважається прийнятним соціальним наслідком, адже багатші споживачі переплачують за можливість розширення ринків праці, то в разі інвестиційного імпорту значна переплата за товари, покликани забезпечити інноваційний розвиток, стає платою за саму його можливість.

На рисунку 2 візуалізовано “ефекти перельоту” української гривні, що мали місце протягом зовсім невеликого, за історичними мірками, періоду її існування.

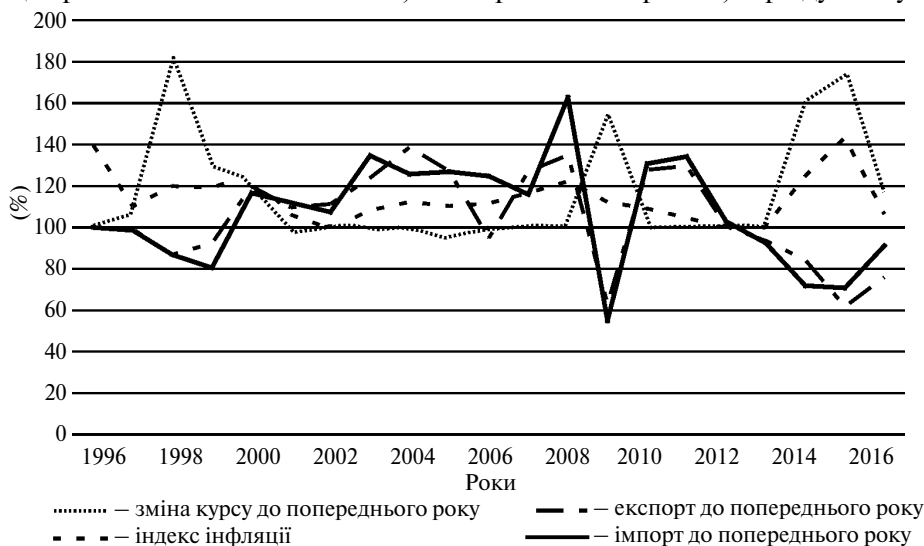


Рис. 2. “Ефекти перельоту” гривні, динаміка обсягів експорту та імпорту України в 1996–2016 рр.

Побудовано автором на основі даних: Міністерства фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://index.minfin.com.ua/index/infl/>; Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/control/uk/curmetal/currency/search?>; Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Зазвичай різкі падіння курсу національної валюти (мали місце у 1997–1998, 2008–2009, 2013–2016 рр.) поєднувалися з більш тривалими періодами, коли інфляція в національній економіці супроводжувалася його (курсу) незначним падінням, стабільністю або навіть деяким зростанням. Періоди різкого падіння курсу національної валюти збігаються, з певним часовим лагом, з періодами кризових потрясінь у світовій економіці (зокрема, 1997–1998 і 2007–2008 рр.) та загостренням ситуації в Україні (2013–2016 р.). Падіння курсу національної валюти виступало інструментом поліпшення конкурентних позицій національних виробників як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках саме за рахунок отримання вартісних переваг. Адже товари українського виробництва через падіння курсу гривні втрачали в ціні на зовнішніх ринках, що сприяло збереженню конкурентних позицій національних виробників навіть в умовах розгортання кризових явищ у країнах-імпортерах. Водночас ціни на іноземні товари на внутрішньому ринку зростали, і, як наслідок, скорочувався імпорт. За умов істотного розриву між падінням курсу національної валюти та індексом інфляції національні підприємства отримували на внутрішніх ринках переваги перед іноземними виробниками аналогічної продукції. Саме здешевлення гривні значною мірою забезпечувало підтримку конкурентоспроможності українських підприємств на світових ринках у період кризи.

Успіх цінних стратегій багато в чому спирається на якісну організацію роботи національної фінансової системи, довіру до національної грошової одиниці. Виникає потреба в розробці **стратегії фінансової підтримки національної конкурентоспроможності** (а саме у формуванні відповідної інституційної інфраструктури, умов оподаткування та зовнішньоекономічної взаємодії).

За своєю суттю вартісні, валютні та фінансові конкурентні стратегії пов'язані із **стратегіями створення умов для отримання національними виробниками рентабельних переваг у гео економічній взаємодії**. Варто зазначити, що їх джерелами можуть стати природно-ресурсний потенціал країни (географічне положення, відтворювані та невідтворювані природні ресурси, ландшафт, клімат), соціокультурне середовище (особливості національної культури, інституційного середовища), техніко-технологічний та інфраструктурний потенціали. Ключового значення набуває здатність максимально використовувати сильні складові та мінімізувати вплив слабких. Яскравим прикладом успішного втілення подібної стратегії є післявоєнний успіх Японії – держави, яка імпортує до 95% сировини для виробничої сфери.

Виробничі стратегії

Виробничі стратегії підвищення національної конкурентоспроможності засновано на трансформації процесів виробництва, у тому числі за рахунок його реорганізації, впровадження системи смарт-підприємств, галузевої та територіальної диверсифікації, формування кластерних структур, ланцюжків створення доданої вартості, включення до глобальних виробничих систем, використання ефектів синергії та зростання віддачі від масштабів виробництва [29; 30; 31; 32]. Вони покликані орієнтувати національних виробників на отримання переваг шляхом реорганізації та вдосконалення процесів виробництва, зокрема організаційних принципів, переходу від його локалізації на одному підприємстві та в одному місці до розподілу елементів виробничого процесу в межах країни, регіону, територіальної, між- і внутрішньогалузевої спеціалізації, формування національних і

міжнародних кластерних структур, глобальних виробничих систем із залученням багатьох незалежних виробників, включення до наявних ГЛСДВ або ініціювання їх створення, до організації, координації взаємодії учасників і забезпечення просування продукції на глобальних ринках.

Соціальні орієнтації цінностей, що домінують у національній культурі, та побудована на них інституціональна система накладають певні обмеження на можливості використання окремих інструментів досягнення конкурентних переваг. Вихідні засади цих відмінностей полягають у тому, що в культурах, заснованих на цінностях індивідуалізму, починаючи з мікроекономічного рівня, механізм конкуренції вибудовується на припустимості та заохоченні зіткнення особистих інтересів учасників конкурентного процесу. В культурах, побудованих на цінностях комунітаризму, навпаки, суб'єктом конкурентного процесу можуть бути визнані лише група, виробничий підрозділ, компанія в цілому. Відповідно, досягнення переваг у конкурентній боротьбі у різних культурах передбачатиме використання різних методів та інструментів. Так, у разі конкуренції за ціною важливою складовою стимулювання підвищення ефективності використання ресурсів є заохочення найманих працівників до продуктивнішої праці, здійснюване на засадах як персоналізації, так і колективної мотивації. Впровадження в комунітаристських культурах індивідуалізованих, а в індивідуалістських – колективних методів стимулювання може призвести до результатів, протилежних очікуваним. При конкуренції за якістю вплив особливостей національних культур на інструментарій поліпшення конкурентних позицій можна простежити вже на етапі вибору між запровадженням нових і вдосконаленням існуючих продуктів і технологій. Адже саме схильність до взаємодії, колективної співпраці є основою злагодженої діяльності, спрямованої на вдосконалення окремих елементів товару або виробничого процесу, колективного накопичення відповідних знань, умінь і навичок, послідовних, інкрементальних інновацій. І навпаки, при індивідуалістській культурі конкурентні стратегії спиратимуться на кардинальні інновації. Зіткнення в українській культурі індивідуалістських і комунітаристських ціннісних орієнтацій створює можливості для використання обох підходів до мотивації персоналу, що, природно, вимагає уважнішого ставлення до їх застосування.

Особливе значення для України має той факт, що історія формування та еволюції ГЛСДВ знає приклади успіху, коли новим фірмам або контрактним виробникам як з розвинутих, так і з країн, що розвиваються, вдавалося просунути на більш високі рівні ГЛСДВ (як фірма – організатор, створювач технологічної платформи) і, відповідно, глобальної технологічної піраміди. У цьому контексті можна назвати Lenovo, Huawei (комунікаційне обладнання), Haier (побутова техніка та споживча електроніка); можливості вертикальної спеціалізації найбільш наочно продемонструвала компанія Chery Automobile [31, с. 44–45, 100–102, 108].

Українські виробники мають потенціал успіху не лише щодо включення як контрактних виробників до ГЛСДВ. Сам природно-ресурсний потенціал, матеріально-технологічна, наукова й освітня база, кваліфікаційний рівень працівників формують передумови для ініціювання організації власних ГЛСДВ, просування на позиції фірм-лідерів, фірм – створювачів технологічних платформ. Прикладом галузі, в якій українські підприємства мають потенціал включення до ГЛСДВ, є авіабудування. Більше того, це та галузь, у якій наші виробники здатні виступити як фірми – створювачі та лідери технологічних платформ. Адже перспектива

серійного виробництва літака Ан-132 передбачає залучення до співпраці крім українських підприємств поставщиків з ряду інших країн світу. Це створить можливості для подальшого розширення співробітництва у межах ГЛСДВ.

Важливими складовими виробничих стратегій є стратегії, засновані на використанні ефектів від розширення масштабу виробництва та синергії. *Стратегії використання масштабу виробництва* в сучасних умовах ґрунтуються на стимулюванні переходу від виробництва товарів, які характеризуються ефектом скорочення віддачі виробництва, до товарів, які забезпечують її розширення [33, с. 131—196]. Відмінність між ними полягає в розподілі ролі та витрат на задіяні у їх створенні фактори виробництва, а також здатності виробника нарощувати масштаби діяльності. Збільшення виробництва за рахунок зростання використання робочої сили та підвищення її якості (фактор “праця”), природних ресурсів (фактор “земля”), засобів виробництва і коштів (фактор “капітал”) призводить до підвищення витрат. Більше того, нарощування використання цих факторів може спричинити подорожчання їх самих. Водночас товари, у виробництві яких вони відіграють провідну роль, як правило, репрезентують висококонкурентні світові ринки. Відповідно, виробник змушений підлаштовуватися під ті вимоги, в тому числі й цінові, які диктує ринок. Саме такою є більшість закордонних ринків, на яких просувають свою продукцію українські виробники. Перш за все, це ринки продукції аграрного, металургійного секторів національної економіки. При цьому запровадження нових, більш продуктивних технологій (фактор “знання”), акцент на їх провідній ролі забезпечують можливість зростання віддачі від масштабів виробництва, створюють умови і ставлять виробника перед необхідністю розширювати зовнішні ринки збуту, оскільки основних витрат він зазнає на етапі створення нової технології, продукту (знання). Відповідно, надалі, в міру розширення обсягів випуску, середні витрати на кожну додаткову одиницю товару лише скорочуються. Разом з тим, створюючи нову технологію, новий унікальний продукт, виробник отримує шанс сформувати свій власний унікальний ринок, на якому він може сам встановлювати умови взаємодії з потенціальними споживачами. Ми знову повертаємося до провідної ролі держави як суб’єкта, покликаного забезпечити такі умови діяльності підприємств, коли саме отримання конкурентних переваг на світових ринках стане єдиним джерелом їх рентних доходів [34].

Стратегії виробничої синергії ґрунтуються на кумулятивному ефекті від включення в процес спільного виробництва кінцевого продукту, в єдину виробничу програму багатьох виробників з різних секторів національної економіки. Варто зазначити, що розміри внутрішніх ринків України створюють стартові можливості для розвитку достатньо широкого спектра виробництв, здатних отримати конкурентні переваги за рахунок синергії та економії на масштабі виробництва. Відповідна державна політика повинна бути спрямована на визначення пріоритетних, найперспективніших сфер, у яких можна отримати економію за їх рахунок та підтримку в період виходу на зовнішні ринки, створення стимулів для їх розвитку.

Е. Райнерт пов’язує стратегії виробничої синергії з активізацією впровадження моделей виробництва, спрямованих на отримання ефекту зростання віддачі від масштабів виробництва. Адже саме це зумовлює підвищення продуктивності праці, доходів та рівня життя населення країни. Відправним моментом є зв’язок теорії життєвого циклу продуктів, технологій та інвестицій з концепцією послідовного

проходження протягом еволюції виробничого процесу стадій зростання та скорочення віддачі від масштабу виробництва. При цьому характер конкуренції (цінова або за якістю продукції) та інновацій (продуктові або процесуальні) взаємопов'язаний з механізмами виникнення ефектів від масштабу виробництва і, у кінцевому підсумку, визначає місце країни в міжнародному поділі праці. Вагомий потенціал нарощування синергетичних ефектів мають галузі, засновані на використанні високих технологій. Їх вбудовування у високодиференційовані технологічні, виробничі, збутові та споживчі ланцюжки в масштабах усієї економіки створює синергетичні ефекти кардинального зростання продуктивності праці по економіці в цілому.

Історія знає багато прикладів, коли окремі технологічні інновації давали поштовх для кардинальних зрушень в усьому економічному комплексі [35]. Ключового значення набувають пошук, знаходження та підтримка технологій-катализаторів, моделей виробництва та сфер діяльності, здатних перебрати на себе роль локомотива розвитку національної економіки. Орієнтирами є інноваційні продукти, що перебувають на стадіях життєвого циклу виходу на ринок та зростання, здатних забезпечити міжнародну конкурентоспроможність за якістю, комплексну диверсифікацію виробничого процесу в рамках групи галузей національної економіки та синергетичний ефект від їх впровадження. Значний кумулятивний потенціал в Україні зберігають реіндустріалізація з використанням інформаційних, нано- та біотехнологій агропромислового комплексу, машинобудування, перш за все сільгосп-, авіа- та автомобілебудування. Так, у першому випадку синергетичні ефекти здатні охопити підприємства та галузі, задіяні у виробництві, переробці, просуванні сільгосппродукції, випуску сучасної техніки, розвитку відповідної інфраструктури, нових технологій, фінансуванні, забезпеченні виходу на зовнішні ринки, підготовці кадрів, задоволенні потреб сільського населення. Ще один приклад стратегії виробничої синергії ми розглянули раніше в контексті розширення ринків збуту продукції продовольчого сектору національної економіки.

Технологічні стратегії

Технологічні стратегії передбачають опору на перехід від розробки та використання конкурентних переваг у технологіях виробництва товарів і послуг до метатехнологій, які за рахунок високої ефективності та собівартості самостійної розробки забезпечують не лише монопольне становище на ринку, а й вимушену згоду споживачів на збереження контролю з боку розробника за їх використанням (комп'ютерне програмування) і до *high-hume-технологій*, які на глобальному рівні здатні управляти споживчими перевагами та вподобаннями потенціальних клієнтів.

Сенс *high-hume-технологій* полягає в управлінні свідомістю суб'єктів, на яких спрямовується вплив. У контексті мети даної статті акцентується увага на врахуванні можливостей та загроз, що породжуються їх використанням у процесі просування продукції національних виробників на зовнішніх ринках. Досить пригадати численні випадки, коли в засобах масової інформації країн, куди експортується продукція українських підприємств, розгорталися кампанії з її дискредитації шляхом звинувачення, наприклад, у поставках неякісних олій, молочних виробів тощо. Роль держави у цьому контексті полягає, перш за все, у забезпеченні дієвого функціонування системи контролю якості продукції, підтримці національних виробників у разі безпідставних звинувачень з боку зарубіжних партнерів,

проведенні заходів з формування позитивного іміджу продукції українських виробників на світових ринках.

Успішна довгострокова національна конкурентна стратегія у цій сфері повинна орієнтуватися на створення умов і стимулів для підготовки професіоналів, здатних освоювати, виробляти, використовувати і просувати на глобальні ринки конкурентоспроможні високотехнологічні продукти. Наявність фахівців – лише одна з умов, що забезпечують доступність технологій і здатність їх використовувати. Підприємець має бути заінтересований у їх розробці, впровадженні та вдосконаленні. У свою чергу, це є можливим за умов, коли єдиним реальним джерелом отримання рентних доходів у сфері підприємницької діяльності буде ситуація недосконалої конкуренції для товару, який він виробляє. Механізмами досягнення цього можуть бути: модернізація технологій виробництва; кардинальна трансформація існуючого товару; створення нового товару. Всі шляхи ґрунтуються на впровадженні нових і оновленні існуючих технологій. Формування ситуації недосконалої конкуренції також впливає на результат перерозподілу доходу, отриманого від ефекту масштабу виробництва. Якщо за досконалої конкуренції він розподіляється між виробником і споживачем, то в умовах недосконалої виробник отримує значно більше можливостей для його присвоєння.

Особливим випадком є ситуація монопсонії – залежності від ринків збуту в колишніх республіках СРСР, перш за все в Росії, – яка характерна і для економіки України в перехідний період. Події в Криму та Донбасі лише прискорили болісний розрив цієї залежності, активізували політику держави з стимулювання освоєння альтернативних ринків збуту на основі вдосконалення технологічних процесів. Показовими у цьому плані є успіхи українського авіапрому, який традиційно зорієнтований на ринок Росії, пов'язані із згодою американського партнера інвестувати 140 млн. дол. у завершення робіт із запровадження у виробництво військово-транспортного літака Ан-74.

Стратегії розширення об'єкта експортної діяльності

Стратегії розширення об'єкта експортної діяльності передбачають підтримку та стимулювання державою переходу національних підприємств від стратегій просування на міжнародних ринках конкретних товарів до ***стратегій товарних ліній***, далі – до ***стратегій комплексних продуктів*** та ***стратегій просування довгострокових комплексних програм***. У перших двох випадках ідеться про створення сприятливих умов для діяльності підприємств на зовнішніх ринках. При цьому інструментами державної підтримки можуть виступати пільгове кредитування експортерів, податкові канікули, пільгове оподаткування інвестицій в основні фонди підприємств-експортерів, запровадження норм прискореної амортизації відповідного устаткування та ін. Разом з тим у міру ускладнення структури продукту, що просувається, посилюється значення підтримки державою національних виробників на зовнішніх ринках.

Стратегії комплексних продуктів передбачають крім безпосередньої поставки матеріального об'єкта такі додаткові послуги, як прилаштування та модернізація товару відповідно до вимог конкретного покупця, монтаж і введення його в експлуатацію, навчання персоналу, післяпродажне обслуговування і вдосконалення експлуатаційних характеристик. Ідеться про стратегії підтримки державою виходу на зовнішні ринки українських виробників складної побутової техніки та виробничого обладнання.

У першому випадку як мінімум виникає потреба у створенні мережі гарантійного обслуговування, постачання витратних матеріалів і комплектуючих, які потребують заміни в процесі експлуатації. Другий випадок можна проілюструвати на прикладі продукції ВО “Турбоатом”, яке є одним з провідних світових виробників турбін для електростанцій. Підприємство постачає відповідне обладнання і забезпечує його подальше обслуговування. Держава повинна, поряд з допомогою в пошуку потенціальних партнерів, налагодженням взаємодії з ними, наданням юридичної підтримки, організувати координацію та співпрацю національних виробників у просуванні їх продукції на певних сегментах глобального ринку.

У свою чергу, стратегії просування довгострокових комплексних програм передбачають участь експортера в проектуванні, будівництві та подальшій експлуатації певного об’єкта на території іншої країни. Вони забезпечують різнобічну гарантовану тривалу взаємодію між експортером та імпортером, а отже, й валютні надходження в країну від експорту. Прикладами подібних, на жаль, нереалізованих програм в історії України можуть слугувати проекти будівництва залізниць та концесійного видобування вуглецевих ресурсів у Лівії, проект розгортання будівництва Ан-140 в Ірані. Вже сама доля цих проектів говорить про головну роль політичного фактора, тобто держави, в забезпеченні укладання, а потім і успішного втілення подібних програм.

Висновки

Конкуренція мікроекономічних суб’єктів в умовах економічної глобалізації перетворюється на засіб глобальної конкуренції держав, інструмент геоекономічної стратегії формування моделей господарювання, режимів підтримки національних виробників на зовнішніх ринках, здатних у кінцевому підсумку забезпечити зростання якості життя громадян та гідну позицію країни в глобальному геополітичному просторі. Ключовими складовими досягнення цієї мети є формування національної ідеї, спроможної об’єднати громадян країни, та створення механізмів функціонування національної економіки, здатних забезпечити на основі реконструктивного розвитку її конкурентоспроможність на глобальному рівні. Важливим відправним елементом розробки сценарію конкурентоспроможного розвитку України є визначення її місця в глобальній економіці або як країни, що зберегла єдиний цілісний багатогалузевий диверсифікований народногосподарський комплекс, або як країни, що розвиває обмежену кількість орієнтованих на експорт галузей економіки. Дійова конкурентна стратегія повинна враховувати довгострокові наслідки використання природно-ресурсного потенціалу для національної економіки в цілому: заохочувати до нарощування рівня переробки експортованих ресурсів, створення відповідних імпортозамінних виробництв; мінімізувати можливості отримання рентних доходів за рахунок експорту природних ресурсів та імпорту ресурсомістких товарів, виробництво яких можна розвивати в Україні; враховувати перспективи вичерпання певних ресурсів, переорієнтації споживчих переваг, появи нових технологій, зміни технологічного укладу, впливу зовнішніх, у тому числі політичних, факторів. Серединність географічного положення України зумовлює суперечливе поєднання в нашій національній культурі цінностей та інститутів субсидіарної та комунітаристської ідеологій, обмеженість кола довіри сімейною сферою. Відповідно, альтернативою домінуванню сімейних олігархічно-олігополітичних груп може стати формування двосекторної моделі економіки, в якій великі ФПГ межують із сектором малих сімейних

підприємств, об'єднаних у кластерні структури, здатні включатися в існуючі та формувати нові ГЛСДВ за рахунок переваг від впровадження конкурентоспроможних інноваційних технологій та продуктів, виходу та постійного розширення своєї присутності на зовнішніх ринках як єдиного джерела одержання рентного доходу та успіху в конкурентній боротьбі. Залучення широких верств населення до активної економічної діяльності може стати об'єктивною підставою для формування побудованої на засадах національної культури української національної ідеї, мрії як орієнтира, дороговказу й одночасно комплексу цінностей, керівних принципів, настанов, здатних об'єднати націю і забезпечити успіх конкурентної стратегії України. Орієнтація на формування комплементарної інституційної складової соціально-економічної системи на основі цінностей солідаризму, втілюваних в особливостях побудови інституційних блоків корпоративного управління, виробничих відносин, навчання та підготовки персоналу, інноваційного розвитку та соціального захисту, може стати передумовою формулювання дійової конкурентної стратегії реконструктивного розвитку України в умовах глобалізації.

Створення конкурентної стратегії інтеграції України в міжнародний економічний простір вимагає комплексного підходу, передбачає охоплення та врахування широкого спектра можливих джерел, інструментів, методів та механізмів здобуття конкурентних переваг на глобальних ринках. За критерієм джерела отримання конкурентних переваг можна виокремити такі її елементи, як ринкові, цінові, фінансові, виробничі, технологічні стратегії та стратегії розширення об'єкта експортної діяльності. Ринкові стратегії покликані орієнтувати національних виробників на диференціацію і вдосконалення географічної та товарної структур експорту, джерел постачання сировини і товарів для національної економіки, формування нових ринків унікальних продуктів власного виробництва, поглиблення переробки експортованого продукту, зростання в ньому частки доданої вартості. Особливо привабливими у цьому контексті є ринки країн Азії, які швидко розвиваються. Їх освоєння цілком здатне забезпечити ефект виробничої синергії завдяки залученню в межах ГЛСДВ широкого спектра національних підприємств, у тому числі й МСП. Цінові стратегії орієнтують на посилення конкурентоспроможності вітчизняної економіки за рахунок формування цінових, вартісних, валютних переваг, а також переваг, отримуваних завдяки переходу до ролі сторони, що ініціює організацію ГЛСДВ, визначає вартісні та цінові характеристики складових і кінцевого продукту в цілому. Державна політика спрямовується на підтримку експортерів, спроможних обмежити вплив на конкурентну позицію цінових факторів, мінімізацію вартості компонентів виробничого процесу завдяки виходу на міжнародний рівень, управління вартісними характеристиками факторів виробництва, відповідне коригування валютного курсу і дестимулювання виробників, які орієнтуються на використання цінових переваг. Виробничі стратегії зростання національної конкурентоспроможності засновано на стимулюванні державою вдосконалення виробничих процесів за рахунок реорганізації, галузевої та територіальної диверсифікації, формування кластерних структур, ГЛСДВ, використання ефектів синергії та зростання віддачі від масштабів виробництва. Вибір методів та інструментів організації виробничих відносин і процесу виробництва визначається особливостями національної культури. Зіткнення в українській культурі індивідуалістських і комунітаристських ціннісних орієнтацій одночасно ство-

рює можливості для знаходження альтернатив і вимагає прискіпливого підходу до їх застосування. Активізація використання стратегій розширення об'єкта експортної діяльності передбачає зміщення акценту в зовнішньоекономічній політиці держави із стимулювання виходу національних виробників на зовнішні ринки до всебічної підтримки їх інтересів у конкурентній взаємодії на глобальному рівні. Інтенсифікація міжнародної економічної взаємодії в умовах глобалізації зумовлює зростання ролі та значення держави як організуючого ядра, покликаного і здатного забезпечити успіх національних виробників та економіки в цілому у сфері гео економічних і геополітичних відносин. Необхідною основою досягнення успіху є формування дійової конкурентної стратегії розвитку України в умовах глобалізації.

Список використаної літератури:

26. *Кім В. Ч., Моборн Р.* Стратегія блакитного океану. Як створити безхмарний простір і позбутися конкуренції. – Х. : Клуб сімейного дозвілля, 2016. – 384 с.
27. *Осика С., Пятницький В.* Світова організація торгівлі. – К. : КІС, 2005. – 566 с.
28. Промышленная политика и международные отношения : сб. статей. – В 2 кн. – Кн. 1: Международная торговля ; [под общ. ред. Ю.В. Кузнецова]. – 362 с.; Кн. 2: Международные отношения ; [под общ. ред. А.И. Левенчука]. – 410 с. – Челябинск : Социум, 2005.
29. *Соколенко С.* Кластери в глобальній економіці. – К. : Логос, 2004. – 848 с.
30. *Федірко О.* Теорія і практика локалізації інноваційної бізнес-діяльності в ЄС. – К. : КНЕУ, 2017. – 528 с.
31. Новые производственные системы и региональные аспекты глобализации : сб. обзоров и рефератов ; [отв. ред. И. Животовская, Т. Черноморова]. – М. : ИНИОН, 2014. – 172 с.
32. *Вишневецький В. П., Князєв С. І.* Смарт-промисловість: перспективи і проблеми // Економіка України. – 2017. – № 7. – С. 22–37.
33. *Райнерт Э.* Как богатые страны стали богатыми, и почему бедные страны остаются бедными. – М. : ИД ГУ ВШЭ, 2011. – 384 с.
34. *Вишневецкий В., Дементьев В.* Инновации, институты и эволюция // Вопросы экономики. – 2010. – № 9. – С. 41–62.
35. *Перес К.* Технологические революции и финансовый капитал. Динамика пузырей и периодов процветания. – М. : Дело, 2011. – 231 с.

References

26. Kim W.Ch., Mauborgne R. *Stratehiya Blakytneho Okeanu. Yak Stvoryty Bezkhmarnyi Prostir i Pozbutysya Konkurentsii* [Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make Competition Irrelevant]. Kharkiv, Family Leisure Club, 2016 [in Ukrainian].
27. Osyka S., Pyatnyts'kyi V. *Svitova Orhanizatsiya Torhivli* [World Trade Organization]. Kyiv, KIS, 2005 [in Ukrainian].
28. *Promyshlennaya Politika i Mezhdunarodnye Otnosheniya. V 2 kn. Kn. 1: Mezhdunarodnaya Torgovlya, Kn. 2: Mezhdunarodnye Otnosheniya* [Industrial Policy and International Relations. In 2 Books. Book 1: International Trade, Yu.V. Kuznetsov (Ed.); Book 2: International Relations, A.I. Levenchuk (Ed.)]. Chelyabinsk, Sotsium, 2005 [in Russian].

29. Sokolenko S. *Klastery v Global'noi Ekonomitsi* [Clusters in the Global Economy]. Kyiv, Logos, 2004 [in Ukrainian].
30. Fedirko O. *Teoriya i Praktyka Lokalizatsii Innovatsiinoi Biznes-Diyal'nosti v ES* [Theory and Practice of Localization of Innovation Business Activities in the EU]. Kyiv, KNEU, 2017 [in Ukrainian].
31. *Novye Proizvodstvennyye Sistemy i Regional'nye Aspekty Globalizatsii. Sb. obzorov i referatov* [New Production Systems and Regional Aspects of Globalization. Collection of reviews and working papers]. I.Zhivotovskaya, T.Chernomorova (Eds.). Moscow, INION, 2014 [in Russian].
32. Vyshnevs'kyi V.P., Knyazev S.I. *Smart-promyslovist': perspektyvy i problemy* [Smart industry: prospects and challenges]. *Ekonomika Ukrainy – Economy of Ukraine*, 2017, No. 7, pp. 22–37 [in Ukrainian].
33. Reinert E.S. *Kak Bogatye Strany Stali Bogatymi, i Pochemu Bednye Strany Ostayutsya Bednymi* [How Rich Countries Got Rich ... and Why Poor Countries Stay Poor]. Moscow, PH of HSE SU, 2011 [in Russian].
34. Vishnevsky V., Dementiev V. *Innovatsii, instituty i evolyutsiya* [Innovations, institutions, and evolution]. *Voprosy Ekonomiki – Issues of Economy*, 2010, No. 9, pp. 41–62 [in Russian].
35. Perez C. *Tekhnologicheskie Revolyutsii i Finansovyi Kapital. Dinamika Puzyrei i Periodov Prosvetaniya* [Technological Revolutions and Financial Capital: The Dynamics of Bubbles and Golden Ages]. Moscow, Delo, 2011 [in Russian].

*Стаття надійшла до редакції 1 жовтня 2017 р.
The article was received by the editorial staff on October 1, 2017.*
