
НАУЧНЫЕ ДИСКУССИИ

УДК 005.21:005.332.4:339.92(477)

В. В. ЛИПОВ,
*профессор, доктор экономических наук,
профессор кафедры международной экономики и менеджмента ВЭД
Харьковского национального экономического университета имени Семена Кузнеця,
просп. Науки, 9-А, 61166, Харьков, Украина*

КОНКУРЕНТНАЯ СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ УКРАИНЫ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ *

II. Конкурентная стратегия интеграции Украины в международное экономическое пространство

Рассмотрена конкурентная стратегия вхождения Украины в глобальную экономику, среди составляющих которой названы использование эффекта от масштаба и синергии, формирование новых рынков, продвижение инновационных продуктов, товарных линий, комплексных продуктов, долгосрочных комплексных программ, задействование макроэкономических факторов влияния на конкурентоспособность продукции национальных производителей по ценовым и стоимостным характеристикам.

Ключевые слова: конкуренция по стоимости продукта; рыночные конкурентные стратегии; стратегии использования эффекта от масштаба производства; стратегии производственной синергии; стратегии продвижения долгосрочных комплексных программ; стратегия голубого океана; стратегии продвижения комплексных продуктов и товарных линий; ценовые стратегии.

Библ. 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 products, long-

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

* Статья публикуется в рамках научной дискуссии, начатой в журнале "Экономика Украины" № 5-6, 2017 г.

Окончание статьи. Начало см. в № 3, 2018 г.

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.

Определение потенциала успешного реконструктивного развития Украины в условиях интенсификации международного экономического взаимодействия, формирование эффективной институциональной системы его обеспечения являются отправной точкой разработки действенной стратегии конкурентной интеграции Украины в глобальное экономическое пространство. Рассмотрим ее основные составляющие как элементы единой комплексной геоэкономической политики государства, направленной на достижение геополитических целей успешного позиционирования Украины в системе международных отношений.

Постоянное развитие глобальной экономической среды, совершенствование инструментов *, методов **, механизмов *** достижения преимуществ над потенциальными конкурентами усложняют конкурентную стратегию, ведут к дифференциации ее составляющих как на уровне отдельных субъектов хозяйствования, так и на национальном уровне. В то же время эта дифференциация лишь усиливает значимость комплексного подхода к применению стратегии, возможность и необходимость использования методов и инструментов, объединяющих ценовые, качественные ориентиры, микро-, мезо- и мегаэкономические механизмы достижения конкурентных преимуществ. Более того, универсализм используемых инструментов обуславливает то, что сами составляющие конкурентной стратегии, существенно различающиеся по целям, могут включать одинаковые инструменты, методы и даже механизмы получения конкурентных преимуществ. К тому же достижение одной стратегической цели может стать предпосылкой успеха другой.

* Под *инструментами* национальной конкурентной стратегии понимаются средства влияния государства на процессы хозяйствования, призванные усилить позиции национальных производителей в частности и экономики в целом на глобальных рынках. Наиболее распространенными и эффективными считаются квотирование, стандартизация, государственные заказы, налогообложение, бюджетное финансирование, регулирование учетной ставки, льготное кредитование экспортеров, прогнозирование социально-экономического развития, индикативное планирование, разработка программ развития.

** Под *методами* национальной конкурентной стратегии понимается совокупность теоретических концепций и практических инструментов, используемых в процессе обеспечения стратегических целей достижения национальными производителями и национальной экономикой в целом конкурентных преимуществ на глобальных рынках. Различают следующие методы экономической политики: прямые (непосредственное административное регулирование – бюджетные расходы, регулирование цен и т. д.) и опосредованные (создание условий для экономических субъектов, когда они заинтересованы выбирать те направления и формы деятельности, в которых заинтересовано и государство). Стоит отметить некоторую условность данного деления, ведь опосредованное регулирование предполагает возможность комплексного использования средств прямого регулирования как более утонченных инструментов стратегий формирования конкурентных преимуществ на внешних рынках.

*** Под *механизмами* внедрения национальной конкурентной стратегии понимается совокупность процессов, организационных структур, конкретных инструментов, методов экономической политики и правовых норм, направленных на получение конкурентных преимуществ на глобальных рынках как отдельными производителями, так и национальной экономикой в целом.

Выделим ряд тесно связанных между собой составляющих *комплексной конкурентной стратегии*, способных обеспечить успешную интеграцию Украины в глобальное пространство хозяйствования. В обобщенном виде по критерию источника получения конкурентных преимуществ их можно разделить на следующие группы: рыночные, ценовые, финансовые, производственные, технологические, расширения объекта экспортной деятельности.

Рассмотрим составляющие конкурентной стратегии Украины детальнее.

Рыночные стратегии

Группа рыночных стратегий ориентируется на обеспечение диверсификации и расширения рынков сбыта, поставок сырья и товаров для национальной экономики. Успех этой составляющей конкурентной стратегии Украины является отправным моментом формирования других направлений ее конкурентной политики на внешних рынках. За два десятилетия независимости Украинского государства достигнуты значительные успехи в формировании рынков сбыта продукции национального производства. Однако, наряду с сырьевой ориентацией национального экспорта, большую угрозу для экономики Украины в периоды нестабильности мирового хозяйства и внутренних потрясений представляют незначительный уровень диверсификации, структурные перекосы с чрезмерным акцентом на товары лишь нескольких отраслей. Следовательно, возникает задача перехода к *интегральным конкурентным стратегиям* дифференциации и совершенствования географической и товарной структур, углубления переработки экспортируемого продукта, роста в нем абсолютного объема и доли добавленной стоимости. Переориентация с поставок сырья на поставки полуфабрикатов, товаров конечного потребления, комплексных продуктов, инвестиционных товаров и на долгосрочные комплексные программы способна сделать экономически выгодным сотрудничество со многими партнерами из отдаленных регионов Азии, Африки, Центральной и Южной Америки.

Важной и перспективной составляющей рыночных стратегий повышения международной конкурентоспособности Украины могут стать поддержка и стимулирование переориентации усилий производителей с попыток выйти на уже существующие высококонкурентные рынки на формирование новых товарных и географических рынков продукции собственного производства. В этом контексте интерес представляет труд Ч. Кима и Р. Моборн, в котором пропагандируется философия *стратегии голубого океана* – стратегии создания инновационных моделей успешного бизнеса на основе становления новых рынков уникальных товаров или услуг собственного производства [26]. Наиболее перспективной для украинских предприятий в этом плане представляется отрасль производства продуктов питания. И если продовольственные рынки Европы переполнены высококачественной и широко признанной продукцией, то в успешно развивающихся странах Азии, наоборот, благодаря росту доходов населения именно сейчас быстро формируются новые продовольственные рынки и новая культура питания. Украинские производители, безусловно, способны занять на них сегмент высококачественной продукции с умеренными ценами и стать альтернативой раскрученным западным брендам.

Более того, внедрение такой системы подготовило бы фундамент для перехода к стратегии производственной синергии, замкнуло бы цикл от поступления в учебное заведение, получения профессиональной квалификации и до трудоустройства, установления и поддержки постоянных связей между страной обучения и страной приложения специальных знаний бывшими выпускниками украинских вузов –

гражданами этих стран. А последних в Украине учится много. Подобная модель может стать основой развития альтернативного крупным олигархическим структурам сектора малого бизнеса, кластеров малых семейных предприятий (МСП) по типу “Третьей Италии”. Она будет полностью отвечать как особенностям национального менталитета, так и неотложным потребностям развития экономики и повышения ее международной конкурентоспособности. В этом контексте задача государства состоит в инициировании становления и поддержки, особенно на начальном этапе, соответствующих кластерных структур и своеобразных цепочек создания добавленной стоимости, способных объединить участников производственно-сбытового процесса.

Еще одно направление рыночных стратегий развития Украины связано с диверсификацией источников обеспечения и снабжения дефицитными, прежде всего энергетическими, ресурсами. Эта составляющая формирования конкурентоспособного развития страны связана с необходимостью переориентации государством мотивации бизнес-структур с поиска рентного дохода за счет монопольного положения на рынках приобретения, транспортировки и поставок конечным потребителям соответствующих благ на внедрение энерго- и ресурсосберегающих технологий, диверсификацию источников обеспечения сырьем и комплектующими, трансформацию технологических процессов и продуктовой линейки в сторону сокращения зависимости от дефицитных ресурсов и опоры на те, по которым страна имеет конкурентные преимущества.

Ценовые стратегии

Ценовые стратегии основываются на усилении конкурентоспособности национальной экономики за счет формирования ценовых, стоимостных, валютных преимуществ, а также преимуществ благодаря переходу от участия в глобальных системах создания и перераспределения стоимости как стороны, принимающей задаваемые извне ценовые условия, к участию в качестве стороны, которая сама их иницирует, определяет стоимостные характеристики отдельных составляющих глобальных цепочек создания добавленной стоимости (ГЦСДС) и конечного продукта в целом. Стоит обратить внимание на два аспекта, по которым различают ценовую и стоимостную конкуренцию. В первом случае речь идет о конкурентной цене продукта, которую фирма-производитель может предложить потребителю на конкретном рынке. Следовательно, ключевую роль в ее определении играет сам производитель. В случае со стоимостной конкуренцией речь идет о себестоимости создания товара, в формировании предпосылок изменения которой участвует и государство.

Выход на международный уровень дает новые возможности для ценовой конкуренции. Среди них – минимизация расходов за счет географической диверсификации производства, трансфертного ценообразования, валютного, пространственного, временного, налогового арбитража, совершенствования логистических операций. Стоит отметить, что первое, второе и третье лишь частично зависят от конкретного производителя, поэтому стратегии ценовой конкуренции, соответственно, дополняются стоимостным компонентом.

Следовательно, важным критерием определения национальной конкурентной стратегии является характеристика рынков, на которых национальные производители вынуждены вступать в ценовую конкуренцию. С одной стороны, экспансия на рынки совершенной конкуренции лишь истощает как отдельных производителей, так и национальную экономику в целом, приводит к вымыванию по мини-

мальной цене востребованных на мировых рынках факторов производства. С другой, выход национальных производителей на рынки несовершенной конкуренции позволяет получить дополнительный доход, соответственно, государственная политика поддержки экспортеров требует тонкой калибровки поддержки предприятий, которые за счет использования новых технологий, лучшей организации производственного процесса, дифференциации рынков сбыта действительно способны ограничить влияние ценовых факторов на конкурентную позицию на внешних рынках и определенным образом дестимулировать производителей, которые удовлетворяются только ценовыми преимуществами.

Конкуренция по цене товара или услуги в силу целого ряда причин представляется наименее перспективным и привлекательным видом конкурентной борьбы на международных рынках. Производители из высокоразвитых стран ядра мир-системы пытаются в первую очередь включиться в конкурентную борьбу на рынках с другими критериями определения конкурентных преимуществ и одновременно, благодаря целенаправленной политике правительств, имеют возможность нивелировать ценовые преимущества потенциальных конкурентов. При этом стоит упомянуть о неоднозначном влиянии правил ВТО на возможности национальных правительств затормозить экспансию потенциальных иностранных конкурентов [27]. Достаточно эффективно ограничиваются возможности применения тарифных методов регулирования международной торговли и параллельно активно используются нетарифные методы, и чем выше уровень развития экономики, тем утонченнее соответствующие инструменты защиты национальных производителей [28].

В свою очередь, конкуренция по стоимости продукта опирается на получение преимуществ за счет отличий в стоимости факторов производства, компонентов конечного продукта, отдельных этапов производственного процесса, возникающих в результате выхода на международные рынки факторов производства, международной кооперации производственного процесса, продвижения товара на международных рынках. Как и в случае с ценовой, непосредственным *субъектом стоимостной конкуренции* выступают микроэкономические субъекты, но при этом разными являются источники их преимуществ. В первом случае речь идет о возможности управления ценой, а во втором — об использовании эффектов колебания стоимости компонентов производственного процесса и конечного товара, возникающих в результате продвижения производственного процесса и сбыта на международный уровень.

Их формирование в значительной степени зависит от экономической политики государства. Ведущую роль в этом играют макроэкономические факторы. Прежде всего, это способность государства влиять на стоимость факторов производства, доступность, способность и заинтересованность экономических субъектов в применении новых технологий, потенциал использования эффекта экономии на росте масштабов производства. Создание стоимостных преимуществ для национальных производителей — задача макроэкономического уровня, продукт экономической политики государства. Именно государство может активно влиять на формирование пропорций в цене на факторы производства, создавая стимулы для более активного использования одних и, наоборот, тормозя использование других. В качестве примера можно привести плату за добычу и использование минеральных, земельных, водных ресурсов. Более того, такие платежи могут стать эффективным инструментом управления производственной активностью предпринимателя, нацеливания его на создание исключительно конкурентоспособной продукции, средством препятствования получению непродуктивных рентных доходов. Управляя

перераспределением общественного продукта, государство способно влиять как на среднюю стоимость рабочей силы, так и на ее дифференциацию по секторальным, отраслевым, профессиональным, должностным критериям, результативности, социальной полезности и востребованности деятельности. Среди инструментов обеспечения стоимостных конкурентных преимуществ стоит назвать налоговую политику, политику формирования ставки рефинансирования, амортизации основных средств, которые в конечном итоге определяют ценовые параметры продукции национальных производителей.

Выделим активную и пассивную компоненты государственной политики, призванной поддержать включение национальных производителей в *международную стоимостную конкурентную борьбу*. Активная политика предполагает целенаправленные действия, ориентированные на изменение стоимостных соотношений факторов производства на внутреннем и внешних рынках. Примерами могут служить введение, корректировка или отмена ставки акцизного сбора. Так, отказ от акциза на спирт, поставляемый на фармацевтические предприятия Украины, мотивировался необходимостью удешевления лекарств для населения. Одновременно вторичным его следствием является получение отечественными фармацевтическими предприятиями стоимостных конкурентных преимуществ перед западными производителями аналогичных препаратов, что дает им возможность расширить сбыт за счет выхода на соответствующие рынки. Предприятия получают дополнительную прибыль, которую могут использовать в том числе на модернизацию производства, а государство – дополнительные валютные поступления.

Специфической разновидностью стоимостной конкуренции можно считать *валютную конкуренцию*. Снижение курса национальной валюты – распространенная практика улучшения состояния платежного и торгового балансов. Валютный демпинг со стороны Китая остается одним из источников противоречий между ним и США и странами Западной Европы. Занижение курса юаня обеспечивает КНР конкурентные преимущества. Даже в предкризисный период разница между курсом гривни к доллару по паритету покупательной способности и рыночным курсом доходила до пяти. Такая ситуация в значительной степени обеспечивала конкурентоспособность украинских предприятий на мировых рынках. Обратной стороной ситуации является значительное удорожание импортных товаров. При этом, если удорожание потребительских товаров считается приемлемым социальным последствием, ведь более богатые потребители переплачивают за возможность расширения рынков труда, то в случае инвестиционного импорта значительная переплата за товары, призванные обеспечить инновационное развитие, становится платой за саму его возможность.

На рисунке 2 визуализированы “эффекты перелета” украинской гривни, имевшие место в течение совсем небольшого, по историческим меркам, периода ее существования.

Обычно резкие падения курса национальной валюты (имевшие место в 1997–1998, 2008–2009, 2013–2016 гг.) сочетались с более длительными периодами, когда инфляция в национальной экономике сопровождалась его (курса) незначительным падением, стабильностью или даже некоторым ростом. Периоды резкого падения курса национальной валюты совпадают, с определенным временным лагом, с периодами кризисных потрясений в мировой экономике (в частности, 1997–1998 и 2007–2008 гг.) и обострением ситуации в Украине (2013–2016 гг.). Падение курса национальной валюты служило инструментом улучшения конкурентных позиций нацио-

нальных производителей как на внутреннем, так и на внешних рынках именно за счет получения стоимостных преимуществ. Ведь товары украинского производства из-за падения курса гривни теряли в цене на внешних рынках, что способствовало сохранению конкурентных позиций национальных производителей даже в условиях развертывания кризисных явлений в странах-импортерах. В то же время цены на иностранные товары на внутреннем рынке росли, и, как следствие, сокращался импорт. В условиях существенного разрыва между падением курса национальной валюты и индексом инфляции национальные предприятия получали на внутренних рынках преимущества перед иностранными производителями аналогичной продукции. Именно удешевление гривни в значительной степени обеспечивало поддержку конкурентоспособности украинских предприятий на мировых рынках в период кризиса.



Рис. 2. “Эффекты перелета” гривни, динамика объемов экспорта и импорта Украины в 1996–2016 гг.

Построено автором на основе данных: Министерства финансов Украины [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://index.minfin.com.ua/index/infl/>; Национального банка Украины [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://bank.gov.ua/control/uk/curmetal/currency/search?>; Государственной службы статистики Украины [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Успех ценовых стратегий во многом опирается на качественную организацию работы национальной финансовой системы, доверие к национальной денежной единице. Возникает потребность в разработке *стратегии финансовой поддержки национальной конкурентоспособности* (а именно в формировании соответствующей институциональной инфраструктуры, условий налогообложения и внешнеэкономического взаимодействия).

По своей сути стоимостные, валютные и финансовые конкурентные стратегии связаны со *стратегиями создания условий для получения национальными производителями рентабельных преимуществ в геоэкономическом взаимодействии*. Стоит отметить, что их источниками могут стать природно-ресурсный потенциал страны (географическое положение, возобновляемые и невозобновляемые природные ресурсы, ландшафт, климат), социокультурная среда (особенности национальной культуры, институциональной среды), технико-технологический и инфраструктурный потенциалы. Ключевое значение приобретает способность максимально использовать сильные составляющие и минимизировать влияние слабых. Ярким примером ус-

пешного воплощения подобной стратегии является послевоенный успех Японии – государства, которое импортирует до 95% сырья для производственной сферы.

Производственные стратегии

Производственные стратегии повышения национальной конкурентоспособности основаны на трансформации процессов производства, в том числе за счет его реорганизации, внедрения системы смарт-предприятий, отраслевой и территориальной диверсификации, формирования кластерных структур, цепочек создания добавленной стоимости, включения в глобальные производственные системы, использования эффектов синергии и роста отдачи от масштабов производства [29; 30; 31; 32]. Они призваны ориентировать национальных производителей на получение преимуществ путем реорганизации и совершенствования процессов производства, в частности организационных принципов, перехода от его локализации на одном предприятии и в одном месте к распределению элементов производственного процесса в пределах страны, региона, территориальной, меж- и внутриотраслевой специализации, формирования национальных и международных кластерных структур, глобальных производственных систем с привлечением многих независимых производителей, включения в имеющиеся ГЦДС либо инициирования их создания, к организации, координации взаимодействия участников и обеспечению продвижения продукции на глобальных рынках.

Социальные ориентации ценностей, доминирующих в национальной культуре, и построенная на них институциональная система налагают определенные ограничения на возможности использования отдельных инструментов достижения конкурентных преимуществ. Исходные принципы этих отличий состоят в том, что в культурах, основанных на ценностях индивидуализма, начиная с микроэкономического уровня, механизм конкуренции строится на допустимости и поощрении столкновения личных интересов участников конкурентного процесса. В культурах, построенных на ценностях коммунитаризма, наоборот, субъектом конкурентного процесса могут быть признаны только группа, производственное подразделение, компания в целом. Соответственно, достижение преимуществ в конкурентной борьбе в разных культурах будет предполагать использование различных методов и инструментов. Так, в случае конкуренции по цене важной составляющей стимулирования повышения эффективности использования ресурсов является поощрение наемных работников к более производительному труду, осуществляемое на принципах как персонализации, так и коллективной мотивации. Внедрение в коммунитаристских культурах индивидуализированных, а в индивидуалистских – коллективных методов стимулирования может привести к результатам, противоположным ожидаемым. При конкуренции по качеству влияние особенностей национальных культур на инструментарий улучшения конкурентных позиций можно проследить уже на этапе выбора между внедрением новых и совершенствованием существующих продуктов и технологий. Ведь именно склонность к взаимодействию, коллективному сотрудничеству является основой слаженной деятельности, направленной на совершенствование отдельных элементов товара или производственного процесса, коллективного накопления соответствующих знаний, умений и навыков, последовательных, инкрементальных инноваций. И наоборот, в индивидуалистской культуре конкурентные стратегии будут опираться на кардинальные инновации. Столкновение в украинской культуре индивидуалистских и коммунитаристских ценностных ориентаций создает возможности для использования обоих подходов к мотивации персонала, что, естественно, требует более внимательного отношения к их применению.

Особое значение для Украины имеет тот факт, что история формирования и эволюции ГЦСДС знает примеры успеха, когда новым фирмам или контрактным производителям как из развитых, так и из развивающихся стран удавалось продвигаться на более высокие уровни ГЦСДС (как фирма – организатор, создатель технологической платформы) и, соответственно, глобальной технологической пирамиды. В этом контексте можно назвать Lenovo, Huawei (коммуникационное оборудование), Haier (бытовая техника и потребительская электроника); возможности вертикальной специализации наиболее наглядно продемонстрировала компания Chery Automobile [31, с. 44–45, 100–102, 108].

Украинские производители обладают потенциалом успеха не только в плане включения в качестве контрактных производителей в ГЦСДС. Сам природно-ресурсный потенциал, материально-технологическая, научная и образовательная база, квалификационный уровень работников формируют предпосылки для инициирования организации собственных ГЦСДС, продвижения на позиции фирм-лидеров, фирм – создателей технологических платформ. Примером отрасли, в которой украинские предприятия имеют потенциал включения в ГЦСДС, является авиастроение. Более того, это та отрасль, в которой наши производители способны выступить в качестве фирм – создателей и лидеров технологических платформ. Ведь перспектива серийного производства самолета Ан-132 предполагает привлечение к сотрудничеству кроме украинских предприятий поставщиков из целого ряда стран. Это создаст возможности для дальнейшего расширения сотрудничества в рамках ГЦСДС.

Важными составляющими производственных стратегий являются стратегии, основанные на использовании эффектов от расширения масштаба производства и синергии. *Стратегии использования масштаба производства* в современных условиях базируются на стимулировании перехода от производства товаров, характеризующихся эффектом сокращения отдачи производства, к товарам, обеспечивающим ее расширение [33, с. 131–196]. Различия между ними состоят в распределении роли и расходов на задействованные в их создании факторы производства, а также способности производителя наращивать масштабы деятельности. Увеличение производства за счет роста использования рабочей силы и повышения ее качества (фактор “труд”), природных ресурсов (фактор “земля”), средств производства и денег (фактор “капитал”) приводит к повышению расходов. Более того, наращивание использования этих факторов может повлечь за собой удорожание их самих. В то же время товары, в производстве которых они играют ведущую роль, как правило, представляют высококонкурентные мировые рынки. Соответственно, производитель вынужден подстраиваться под те требования, в том числе и ценовые, которые диктует рынок. Именно таково большинство зарубежных рынков, на которых продвигают свою продукцию украинские производители. Прежде всего, это рынки продукции аграрного, металлургического секторов национальной экономики. При этом внедрение новых, более производительных технологий (фактор “знание”), акцент на их ведущей роли обеспечивают возможность роста отдачи от масштабов производства, создают условия и ставят производителя перед необходимостью расширять внешние рынки сбыта, поскольку основные расходы он несет на этапе создания новой технологии, продукта (знания). Соответственно, в дальнейшем, по мере расширения объемов выпуска, средние расходы на каждую дополнительную единицу товара лишь сокращаются. Вместе с тем, создавая новую технологию, новый уникальный продукт, производитель получает шанс сформировать свой собственный уникальный рынок, на котором он может сам устанавливать усло-

вия взаимодействия с потенциальными потребителями. Мы снова возвращаемся к ведущей роли государства как субъекта, призванного обеспечить такие условия деятельности предприятий, когда именно получение конкурентных преимуществ на мировых рынках станет единственным источником их рентных доходов [34].

Стратегии производственной синергии основываются на кумулятивном эффекте от включения в процесс совместного производства конечного продукта, в единую производственную программу многих производителей из разных секторов национальной экономики. Стоит отметить, что размеры внутренних рынков Украины создают стартовые возможности для развития достаточно широкого спектра производств, способных получить конкурентные преимущества за счет синергии и экономии на масштабе производства. Соответствующая государственная политика должна быть направлена на определение приоритетных, наиболее перспективных сфер, в которых можно получить экономию за их счет и поддержку в период выхода на внешние рынки, создание стимулов для их развития.

Э. Райнерт связывает стратегии производственной синергии с активизацией внедрения моделей производства, направленных на получение эффекта роста отдачи от масштабов производства. Ведь именно это обуславливает повышение производительности труда, доходов и уровня жизни населения страны. Отправным моментом является связь теории жизненного цикла продуктов, технологий и инвестиций с концепцией последовательного прохождения на протяжении эволюции производственного процесса стадий роста и сокращения отдачи от масштаба производства. При этом характер конкуренции (ценовая или по качеству продукции) и инноваций (продуктовые или процессуальные) взаимосвязан с механизмами возникновения эффектов от масштаба производства и, в конечном итоге, определяет место страны в международном разделении труда. Значительный потенциал наращивания синергетических эффектов имеют отрасли, базирующиеся на использовании высоких технологий. Их встраивание в высокодифференцированные технологические, производственные, сбытовые и потребительские цепочки в масштабах всей экономики создает синергетические эффекты кардинального роста производительности труда по экономике в целом.

История знает много примеров, когда отдельные технологические инновации давали толчок для кардинальных сдвигов во всем экономическом комплексе [35]. Ключевое значение приобретают поиск, нахождение и поддержка технологий-катализаторов, моделей производства и сфер деятельности, способных перебрать на себя роль локомотива развития национальной экономики. Ориентирами являются инновационные продукты, находящиеся на стадиях жизненного цикла выхода на рынок и роста, способных обеспечить международную конкурентоспособность по качеству, комплексную диверсификацию производственного процесса в рамках группы отраслей национальной экономики и синергетический эффект от их внедрения. Значительный кумулятивный потенциал в Украине сохраняют реиндустриализация с использованием информационных, нано- и биотехнологий агропромышленного комплекса, машиностроение, прежде всего сельхоз-, авиа- и автомобилестроение. Так, в первом случае синергетические эффекты способны охватить предприятия и отрасли, задействованные в производстве, переработке, продвижении сельхозпродукции, выпуске современной техники, развитии соответствующей инфраструктуры, новых технологий, финансировании, обеспечении выхода на внешние рынки, подготовке кадров, удовлетворении потребностей сельского населения. Еще один пример стратегии производственной синергии мы рассмотрели ранее в

контексте расширения рынков сбыта продукции продовольственного сектора национальной экономики.

Технологические стратегии

Технологические стратегии предполагают опору на переход от разработки и использования конкурентных преимуществ в технологиях производства товаров и услуг к метатехнологиям, которые за счет высокой эффективности и себестоимости самостоятельной разработки обеспечивают не только монопольное положение на рынке, но и вынужденное согласие потребителей на сохранение контроля со стороны разработчика за их использованием (компьютерное программирование) и к *high hume-технологиям*, которые на глобальном уровне способны управлять потребительскими предпочтениями и желаниями потенциальных клиентов.

Смысл *high hume-технологий* состоит в управлении сознанием субъектов, на которых направляется влияние. В контексте цели данной статьи акцентируется внимание на учете возможностей и угроз, порождаемых их использованием в процессе продвижения продукции национальных производителей на внешних рынках. Достаточно вспомнить многочисленные случаи, когда в средствах массовой информации стран, куда экспортируется продукция украинских предприятий, разворачивались кампании по ее дискредитации путем обвинения, например, в поставках некачественного подсолнечного масла, молочных изделий и т. д. Роль государства в этом контексте заключается, прежде всего, в обеспечении действенного функционирования системы контроля качества продукции, поддержке национальных производителей в ситуации безосновательных обвинений со стороны зарубежных партнеров, проведении мероприятий по формированию положительного имиджа продукции украинских производителей на мировых рынках.

Успешная долгосрочная национальная конкурентная стратегия в этой сфере должна ориентироваться на создание условий и стимулов для подготовки профессионалов, способных осваивать, производить, использовать и продвигать на глобальные рынки конкурентоспособные высокотехнологичные продукты. Наличие специалистов – только одно из условий, обеспечивающих доступность технологий и способность их использовать. Предприниматель должен быть заинтересован в их разработке, внедрении и совершенствовании. В свою очередь, это возможно при условии, когда единственным реальным источником получения рентных доходов в сфере предпринимательской деятельности будет ситуация несовершенной конкуренции для производимого им товара. Механизмами достижения этого могут быть: модернизация технологий производства; кардинальная трансформация существующего товара; создание нового товара. Все пути основываются на внедрении новых и обновлении существующих технологий. Формирование ситуации несовершенной конкуренции также влияет на результат перераспределения дохода, получаемого от эффекта масштаба производства. Если при совершенной конкуренции он распределяется между производителем и потребителем, то в условиях несовершенной производитель получает значительно больше возможностей для его присвоения.

Особым случаем является ситуация монополии – зависимости от рынков сбыта в бывших республиках СССР, прежде всего в России, – которая характерна и для экономики Украины в переходный период. События в Крыму и Донбассе лишь ускорили болезненный разрыв этой зависимости, активизировали политику государства по стимулированию освоения альтернативных рынков сбыта на основе совершенствования технологических процессов. Показательны в этом плане успехи

украинского авиапрома, традиционно ориентированного на рынок России, связанные с согласием американского партнера инвестировать 140 млн. дол. в завершение работ по запуску в производство военно-транспортного самолета Ан-74.

Стратегии расширения объекта экспортной деятельности

Стратегии расширения объекта экспортной деятельности предполагают поддержку и стимулирование государством перехода национальных предприятий от стратегий продвижения на международных рынках конкретных товаров к ***стратегиям товарных линий***, а затем – к ***стратегиям комплексных продуктов*** и ***стратегиям продвижения долгосрочных комплексных программ***. В первых двух случаях речь идет о создании благоприятных условий для деятельности предприятий на внешних рынках. При этом инструментами государственной поддержки могут выступать льготное кредитование экспортеров, налоговые каникулы, льготное налогообложение инвестиций в основные фонды предприятий-экспортеров, внедрение норм ускоренной амортизации соответствующего оборудования и др. Вместе с тем по мере усложнения структуры продвигаемого продукта усиливается значение поддержки государством национальных производителей на внешних рынках.

Стратегии комплексных продуктов предполагают кроме непосредственной поставки материального объекта такие дополнительные услуги, как приспособление и модернизация товара в соответствии с требованиями конкретного покупателя, монтаж и ввод его в эксплуатацию, обучение персонала, послепродажное обслуживание и совершенствование эксплуатационных характеристик. Речь идет о стратегии поддержки государством выхода на внешние рынки украинских производителей сложной бытовой техники и производственного оборудования.

В первом случае как минимум возникает потребность в создании сети гарантийного обслуживания, поставок расходных материалов и комплектующих, требующих замены в процессе эксплуатации. Вторым случаем можно проиллюстрировать на примере продукции ПО «Турбоатом», которое является одним из ведущих мировых производителей турбин для электростанций. Предприятие поставляет соответствующее оборудование и обеспечивает его дальнейшее обслуживание. Государство должно, наряду с помощью в поиске потенциальных партнеров, налаживанием взаимодействия с ними, предоставлением юридической поддержки, организовать координацию и сотрудничество национальных производителей в продвижении их продукции на определенных сегментах глобального рынка.

В свою очередь, стратегии продвижения долгосрочных комплексных программ предполагают участие экспортера в проектировании, строительстве и дальнейшей эксплуатации определенного объекта на территории другой страны. Они обеспечивают разнообразное гарантированное длительное взаимодействие между экспортером и импортером, а следовательно, и валютные поступления в страну от экспорта. Примерами подобных, к сожалению, нереализованных программ в истории Украины могут служить проекты строительства железной дороги и концессионной добычи углеводородных ресурсов в Ливии, проект развертывания строительства Ан-140 в Иране. Уже сама судьба этих проектов говорит о ключевой роли политического фактора, то есть государства, в обеспечении заключения, а затем и успешного воплощения подобных программ.

Выводы

Конкуренция микроэкономических субъектов в условиях экономической глобализации превращается в средство глобальной конкуренции государств, инструмент

геоэкономической стратегии формирования моделей хозяйствования, режимов поддержки национальных производителей на внешних рынках, способных в конечном счете обеспечить рост качества жизни граждан и достойную позицию страны в глобальном геополитическом пространстве. Ключевыми составляющими достижения этой цели являются формирование национальной идеи, способной объединить граждан страны, и создание механизмов функционирования национальной экономики для обеспечения на основе реконструктивного развития ее конкурентоспособности на глобальном уровне. Важным отправным элементом разработки сценария конкурентоспособного развития Украины является определение ее места в глобальной экономике либо как страны, сохранившей единый целостный многоотраслевой диверсифицированный народнохозяйственный комплекс, либо как страны, развивающей ограниченное количество ориентированных на экспорт отраслей экономики. Действенная конкурентная стратегия должна учитывать долгосрочные последствия использования природно-ресурсного потенциала для национальной экономики в целом: поощрять наращивание уровня переработки экспортируемых ресурсов, создание соответствующих импортозамещающих производств; минимизировать угрозы получения рентных доходов за счет экспорта природных ресурсов и импорта ресурсоемких товаров, производство которых возможно развивать в Украине; учитывать перспективы исчерпания некоторых ресурсов, переориентации потребительских предпочтений, появления новых технологий, изменения технологического уклада, влияния внешних, в том числе политических, факторов. Серединность географического положения Украины обуславливает противоречивое сочетание в нашей национальной культуре ценностей и институтов субсидиарной и коммунитаристской идеологий, ограниченность круга доверия семейной сферой. Соответственно, альтернативой доминированию семейных олигархическо-олигополистических групп может стать формирование двухсекторной модели экономики, в которой крупные ФПГ соседствуют с сектором малых семейных предприятий, объединенных в кластерные структуры, способные включаться в существующие и формировать новые ГЦСДС за счет преимуществ от внедрения конкурентоспособных инновационных технологий и продуктов, выхода и постоянного расширения своего присутствия на внешних рынках как единственного источника извлечения рентного дохода и успеха в конкурентной борьбе. Вовлечение широких слоев населения в активную экономическую деятельность может стать объективным основанием для формирования построенной на принципах национальной культуры украинской национальной идеи, мечты как ориентира, указателя и одновременно комплекса ценностей, руководящих принципов, установок, способных объединить нацию и обеспечить успех конкурентной стратегии Украины. Ориентация на формирование комплементарной институциональной составляющей социально-экономической системы на основе ценностей солидаризма, воплощаемых в особенностях построения институциональных блоков корпоративного управления, производственных отношений, обучения и подготовки персонала, инновационного развития и социальной защиты, может стать предпосылкой формулирования действенной конкурентной стратегии реконструктивного развития Украины в условиях глобализации.

Создание конкурентной стратегии интеграции Украины в международное экономическое пространство требует комплексного подхода, предполагает охват и учет широкого спектра возможных источников, инструментов, методов и механизмов получения конкурентных преимуществ на глобальных рынках. По критерию источника получения конкурентных преимуществ можно выделить такие ее элементы, как

рыночные, ценовые, финансовые, производственные, технологические стратегии и стратегии расширения объекта экспортной деятельности. Рыночные стратегии призваны ориентировать национальных производителей на дифференциацию и совершенствование географической и товарной структур экспорта, источников снабжения национальной экономики сырьем и товарами, формирование новых рынков уникальных продуктов собственного производства, углубление переработки экспортного продукта, рост в нем доли добавленной стоимости. Особенно привлекательны в этом контексте рынки стран Азии, которые быстро развиваются. Их освоение способно обеспечить эффект производственной синергии благодаря привлечению в пределах ГЦСДС широкого спектра национальных предприятий, в том числе и МСП. Ценовые стратегии ориентируют на усиление конкурентоспособности отечественной экономики за счет формирования ценовых, стоимостных, валютных преимуществ, а также преимуществ, получаемых благодаря переходу к роли стороны, иницирующей организацию ГЦСДС, определяющей стоимостные и ценовые характеристики составляющих и конечного продукта в целом. Государственная политика направляется на поддержку экспортеров, способных ограничить влияние на конкурентную позицию ценовых факторов, минимизацию стоимости компонентов производственного процесса благодаря выходу на международный уровень, управление стоимостными характеристиками факторов производства, соответствующую корректировку валютного курса и дестимулирование производителей, ориентирующихся на использование ценовых преимуществ. Производственные стратегии роста национальной конкурентоспособности основаны на стимулировании государством совершенствования производственных процессов за счет реорганизации, отраслевой и территориальной диверсификации, формирования кластерных структур, ГЦСДС, использования эффектов синергии и роста отдачи от масштабов производства. Выбор методов и инструментов организации производственных отношений и процесса производства определяется особенностями национальной культуры. Столкновение в украинской культуре индивидуалистских и коммунитаристских ценностных ориентаций одновременно создает возможности для нахождения альтернатив и требует тщательного подхода к их применению. Активизация использования стратегий расширения объекта экспортной деятельности предполагает смещение акцента во внешнеэкономической политике государства со стимулирования выхода национальных производителей на внешние рынки к всемерной поддержке их интересов в конкурентном взаимодействии на глобальном уровне. Интенсификация международного экономического взаимодействия в условиях глобализации обуславливает рост роли и значимости государства как организующего ядра, призванного и способного обеспечить успех национальных производителей и экономики в целом в сфере геоэкономических и геополитических отношений. Необходимой предпосылкой достижения успеха является формирование действенной конкурентной стратегии развития Украины в условиях глобализации.

Список использованной литературы

26. *Кім В. Ч., Моборн Р.* Стратегія блакитного океану. Як створити беззмарний 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. Кластеры в глобальной экономике. – 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. Вишнеvский В.П., Князев С.И. Смарт-промышленность: перспективы и проблемы // Экономика Украины. – 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. Вишнеvский В., Деметьев 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 Prostrir 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. *Klasteri v Global'nii 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 Proizvodstvennye 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. Vishnevskii V.P., Kniaziev S.I. *Smart-promyshlennost': perspektivy i problemy* [Smart industry: prospects and challenges]. *Ekonomika Ukrainy – Economy of Ukraine*, 2017, No. 7, pp. 22–37 [in Russian].
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].

Статья поступила в редакцию 1 октября 2017 г.

The article was received by the Editorial staff on October 1, 2017.