

ФЕНОМЕН МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ В СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Резюме. Розкрито суть міжнародної конкуренції та її роль у сучасній економіці. Наведена класифікація видів міжнародної конкуренції. Охарактеризовано основні причини та наслідки міжнародної конкуренції. Розглянуті способи участі фірм в міжнародній конкуренції та дії державних органів, що її обмежують.

The summary. Essence of international competition and its role in a modern economy are exposed. Classification of types of international competition is resulted. Principal reasons and consequences of international competition are described. The methods of firms participation in an international competition and limiting action of public organs are considered.

Ключові слова. Міжнародна конкуренція, ключова компетенція, конкурентоспроможність, світовий ринок, інтернаціоналізація економіки, глобалізація.

Постановка проблеми. Інтернаціоналізація економіки, що посилилась в другій половині минулого століття, спричинила бурхливий розвиток конкуренції на світових ринках. Посиленню міжнародної конкуренції сприяло також сповільнення темпів розвитку національних ринків. Актуальним питанням стало виявлення напрямів, чинників та стратегій конкурентної поведінки, що забезпечували б довготривалу перемогу не лише на національному рівні, але і на міжнародних ринках.

Аналіз останніх досліджень. Значний вклад у дослідження проблем міжнародної конкуренції внесли такі зарубіжні вчені, як М.Портер, Н.Ячеїстова, А. Кузнецов, К.Конрад, І.Спиридонов, Ч.Гілл, Дж. Майер, вітчизняні – О.Кузьмін, Н.Горбаль, А.Румянецев, І.Піддубний, І.Должанський, та інші. Порівняльні переваги та їх роль в міжнародному економічному обміні досліджувались також в працях вчених – засновників теорії міжнародної торгівлі - від класичних (А. Сміта, Д. Рікардо, Дж. С. Мілля та Хекшера-Оліна) до сучасних (І. Кругмана, Д. Хаберлера та ін.). В своїх працях вони розглядали юридичні та економічні основи сучасних міжнародних конкурентних відносин, правові аспекти державного регулювання конкурентних відносин, тенденції розвитку міжнародно-правових механізмів у цій сфері, взаємозв'язку конкуренції і міжнародної торгівлі, питання управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств. Ступінь розробленості перелічених наукових дискусій різна. Так, питанням управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств, теоретичних засад глобальної конкуренції приділено найбільше уваги, а от питання сутності міжнародної ринкової конкуренції, особливостей її прояву та впливу на світовий та національний ринки досліджені недостатньо.

Постановка завдання. Метою нашого дослідження є дослідження сутності міжнародної ринкової конкуренції, особливостей її прояву та впливу на світовий та національний ринки. Об'єктом дослідження виступають конкурентні відносини, що виникають в світовому господарстві. Поставлена мета зумовила необхідність розв'язання таких завдань:

- дослідити сучасні трактування економічної категорії «міжнародна конкуренція»;
- виявити види та проаналізувати класифікаційні ознаки міжнародної конкурентної поведінки;
- охарактеризувати причини та наслідки міжнародної конкуренції;
- розглянути способи участі фірм в міжнародній конкуренції та дії державних органів, що її обмежують.

Одержані результати дослідження. Міжнародна конкуренція історично і логічно виникла внаслідок розвитку та інтенсифікації міжнародного економічного обміну і формування світового ринку. Причинами того, що конкуренція підприємств набуває дедалі більше міжнародний характер називають глобалізацію економічних зв'язків, що відбувається внаслідок стрімкого розвитку міжнародної торгівлі, іноземного інвестування, крупних транснаціональних злиттів і розширення діяльності транснаціональних корпорацій [1, с. 120].

В 1991 році американський економіст Майкл Портер (Michael E. Porter) опублікував працю «Конкурентні переваги країн» (The Competitive Advantage of Nations), котра перекладена

як «Міжнародна конкуренція». Центральною ідеєю теорії міжнародної конкуренції, запропонованої М.Портером, є тісний взаємозв'язок між конкурентною перевагою та умовами країни розташування (країни, де розробляється стратегія, виробляється основна частина продукції, є технологія та робоча сила з необхідними навиками). Факторами формування конкурентних переваг на міжнародному ринку за М.Портером виступають такі:

1. Можливість швидкого накопичення спеціалізованих ресурсів та навиків в країні розташування;
2. Більш точна та доступна інформація про перспективні та поточні потреби потенційних покупців;
3. Конкурентоспроможність підприємств-постачальників на міжнародному ринку;
4. Сприятлива національна система підтримки і розвитку конкурентних переваг.

Фактори формування конкурентної переваги на міжнародному ринку взаємодіють один з одним. Цю взаємодію М.Портер втілює у так званій «моделі національного ромба» (рис. 1).

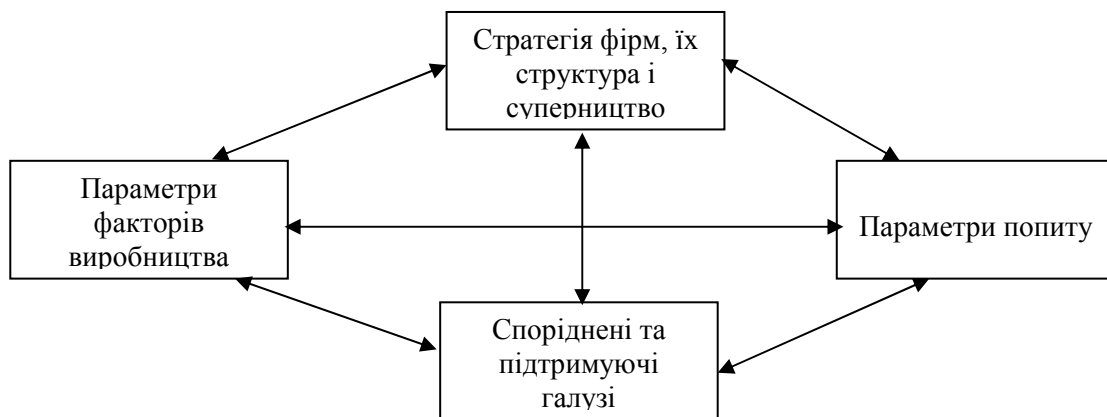


Рис. 1. Детермінанти переваг країни у конкурентній боротьбі: ромб М. Портера

Варто зауважити, що міжнародна конкуренція має значний вплив на країни з більш відкритою економікою або тоді, коли національні товари є близькими субститутами закордонних. Крім цього, дослідники відзначають важливу роль міжнародної конкуренції у підвищенні інфляції на вітчизняному ринку [2, с.10].

Російський вчений Н.Єфремов розглядає міжнародну конкуренцію як економічну категорію, що виражає виробничі відносини, що виникають між товаровиробниками в процесі обміну продуктами праці на світовому ринку, а також політико-економічні відносини між державами стосовно отримання кращих умов на ринках збуту для себе та своїх виробників [3].

На думку інших вчених, міжнародна конкуренція являє собою боротьбу між фірмами різних країн за більш вигідні умови виробництва і збуту товарів на міжнародному ринку, за отримання найбільшого прибутку, за найбільш вигідні сфери вкладення капіталу. Це змагальність фірм, при якій самостійні дії ефективно обмежують можливості кожної із них односторонньо впливати на загальні умови обігу продукції на світовому ринку або на окремих національних чи регіональних ринках [4, с. 6].

А. Кузнецов в [4, с. 6-7] виділяє дві форми міжнародної конкуренції - багатонаціональну та глобальну конкуренцію. Багатонаціональна конкуренція - форма міжнародної конкуренції, при якій міжфірмове суперництво в кожній країні чи групі країн протікає незалежно, тобто в такому контексті міжнародний ринок виступає набором відносно самостійних національних ринків, в національних галузях яких конкуренція здійснюється по-своєму. В процесі багатонаціональної конкуренції фірми змагаються за панування на окремих ринках. Така форма міжнародної конкуренції характерна для ринків продуктів харчування (кава, хлібні вироби, заморожені продукти, консерви, пиво), простих металовиробів тощо.

На відміну від багатонаціональної при глобальній конкуренції конкурентна позиція фірми в одній країні суттєво впливає на її позиції в інших країнах і навпаки – піддається впливу її позицій в інших країнах. За такої форми міжнародної конкуренції весь світовий ринок можна

розглядати як єдиний ринок, а фірми змагаються за панування на всьому світовому ринку. Глобальна конкуренція притаманна міжнародним ринкам цивільних літаків, телевізорів, автомобілів, годинників, копіювальних апаратів, телекомунікаційного устаткування, шин.

В праці [5, с.38] зауважується, що саме трансграничний характер економічних відносин між суб'єктами світового ринку є однією з ключових ознак міжнародної конкуренції. Вчені акцентують увагу на подвійній природі міжнародної конкуренції – як явища та як процесу міжнародних економічних відносин.

Як явище міжнародних економічних відносин міжнародна конкуренція — це форма суперництва суб'єктів світового ринку, що виникає у процесі їх трансграничної взаємодії і спрямована на досягнення цілей їх міжнародної економічної діяльності.

Як процес міжнародна конкуренція є проявом трансграничного виду взаємодії суб'єктів світового ринку, який характеризується певною структурою та технікою, наслідками й результатами, а також певними умовами й правилами його ведення, оскільки міжнародне середовище є полем перетину не лише інтересів товаровиробників, але й інтересів національного рівня (економічної безпеки, прозорого конкурентного середовища тощо). Саме тому поведінка конкурентів на міжнародному ринку буде формуватись під впливом багатьох чинників, а не лише виходячи із меркантильних очікувань суб'єктів господарювання.

В дослідженні [4, с.7-8] акцентується увага на суперечливій природі міжнародної конкуренції. Так, з одного боку вона досконаліша за національну конкуренцію через багаточисельні економічні суб'єкти господарювання на світовому ринку. З іншого боку міжнародне конкурентне середовище не є досконалим через наявність бар'єрів входження на ринки для іноземних конкурентів. Саме бар'єри спрямовані на послаблення рівня суперництва. Для міжнародної конкуренції найвагомішими бар'єрами є тарифні і нетарифні обмеження міжнародної торгівлі, патентно-ліцензійний захист, державне субсидування окремих товаровиробників, демпінг, змови виробників, що спричинюють монополізацію ринків і створення дискримінаційних умов діяльності для конкурентів тощо.

Вагоме місце в теорії міжнародної конкуренції займає концепція ключової компетентності, провідною ідеєю якої є взаємозв'язок конкурентної переваги та ексклюзивних сторін ринкової діяльності, які дозволяють вигідно позиціонувати фірму.

Ключова компетенція підприємства – здатність підприємства виконувати певні види діяльності, які складають ланцюг його цінностей та використання яких створює ефект синергії у діяльності підприємства [5, с.30]. Залежно від рівня міжнародної конкуренції ключовою компетенцією підприємства може виступати накопичення та інтегрування існуючих потоків знань персоналом; генерування нових знань, навичок і вмій, здатних розширювати комерційні можливості підприємства та його споживчі цінності; розробка нових напрямів бізнесу.

В процесі міжнародних конкурентних відносин фірма може зайняти певну позицію залежно від рівня розвитку своїх ключових компетенцій (рис. 2).

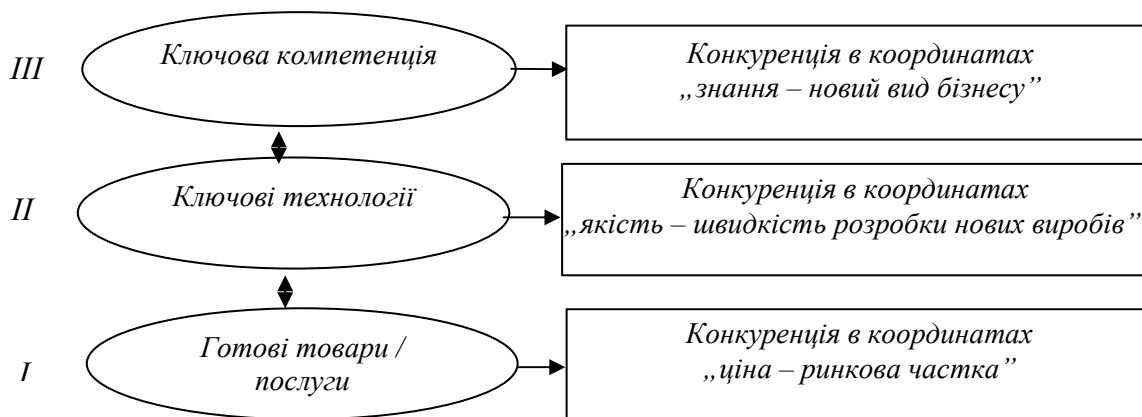


Рис. 2. Рівні та координати міжнародної конкуренції [5, с.31]

Міжнародна конкуренція на першому рівні здійснюється за ключові товари та послуги в координатах, „ціна – ринкова частка”.

Міжнародна конкуренція на другому рівні здійснюється за ключові технології в координатах „якість – швидкість розробки нових виробів”.

Конкуренція на третьому рівні ґрунтується на інтегруванні ключових технологій з іншими активами підприємства (менеджментом, колективним навчанням), використання яких створює ключову компетенцію. Тут головним джерелом конкурентних переваг виступають знання та „пізнавальна мобільність” персоналу підприємства.

Цілі участі у міжнародних конкурентних відносинах можуть бути різними [6, с. 285-286]:

- збільшити потенційний попит за рахунок нових ринків (збільшити обсяг виробництва й поліпшити результати за рахунок економії на масштабі);
- розподілити комерційний ризик, орієнтуючись на покупців, що живуть у різних економічних середовищах, і діючи в більш сприятливих конкурентних умовах;
- продовжити життєвий цикл товару, проникаючи на ринки, попит на яких усе ще зростає;
- захистити себе від конкуренції, диверсифікуючи свої позиції, одночасно одержуючи можливість стежити за конкурентами на інших ринках;
- знизити постачальницькі й виробничі витрати, використовуючи порівняльні переваги інших країн.

Участі у міжнародній конкуренції для кожної окремої фірми передуює вибір способу входження на ринок певної країни залежно від того, експортує фірма продукцію, виготовлену на своєму ринку, чи створює виробничий підрозділ на закордонному ринку.

Способами участі фірм у міжнародній конкуренції є такі [6, с. 286-287]:

1) прямий і непрямий експорт. Виникає у разі надлишку продукції і здійснюється періодично, без довгострокових зобов'язань. Непрямий експорт дешевший і менш ризикований, оскільки фірма доручає міжнародні операції іншим організаціям. Практикують такі варіанти непрямого експорту:

- закордонні поставки представляються як продукція місцевої комерційної організації, що веде справи з іноземними партнерами;
- збут товарів через міжнародні торговельні компанії за рубежом, що контролюють збутові мережі в різних регіонах. Недоліком є те, що в асортименті посередника присутні товари конкурентів;
- організація збуту через експортно-імпорتنу компанію своєї країни зі сплатою комісії посереднику. Цей варіант найбільш вигідний для представників малого і середнього бізнесу.

Прямий експорт передбачає більшу задіяність фірми у збуті продукції. Спеціальна структурна одиниця фірми здійснює експортні операції, аналізує закордонні ринки, рух товарів, встановлює ціни і т.д.

2) участь на основі контрактів (франшизи, ліцензії). Перевагою такої форми участі у міжнародній конкуренції є довгострокові договірні відносини, можливість здійснювати виробничо-торгівельну діяльність під відомою торговою маркою, отримувати маркетингову підтримку, сплачуючи натомість рентний платіж;

3) створення іноземної торговельної фірми або спільного підприємства. Фірма переходить до прямого інвестування і контролює партнера;

4) пряме інвестування в контрольовану філію. На цій стадії фірма може повністю володіти 100 % капіталу іноземної філії;

5) автономна філія (дочірна компанія). Іноземна філія переходить на автономний розвиток, спираючись на національний капітал, національні кадри, власні НДДКР.

6) участь у формі транснаціональної корпорації, що розглядає міжнародний ринок як гомогенний, вибірково адаптуючись до умов місцевих ринків.

Міжнародна конкуренція характерна не лише для ринку товарів, але і для ринку послуг. М.Портер виокремлює низку галузевих передумов інтернаціоналізації конкуренції в сфері послуг, зокрема схожість сервісних потреб незалежно від країни отримання послуги, поява більш мобільних і більш інформованих покупців послуг, котрі прагнуть користуватись якісними послугами іноземних компаній, зростання крупних підприємств та використання ефекту масштабу внаслідок розширення географічних меж діяльності, зростання мобільності

персоналу, збереження суттєвих відмінностей між країнами у вартості, якості та асортименті послуг, які надаються місцевими виробниками [1, с.121].

Серед специфічних рис конкуренції в сфері послуг на міжнародному ринку А.Румянцев та Ю.Коваленко пропонують виокремлювати такі [7, с.20-21]:

- відмінності у характері національних конкурентних переваг у сфері послуг;
- незначний ефект від укрупнення масштабів підприємств сфери послуг;
- специфічність послуги як товару, і саме потреба надавати послугу там, де і знаходиться покупець. Тому виникає потреба створювати в іноземній країні свої структурні підрозділи.

В працях [7, с.21-22; 8, с.163] наведено такі три форми міжнародної конкуренції в сфері послуг:

1. Мобільні покупці направляються в країну, де послуги виробляються. Це характерно для таких видів послуг, як туризм, освіта, медична допомога, транспорт, збереження та складування товарів.

2. Фірми однієї країни надають послуги в інших країнах, використовуючи для цього свій внутрішній персонал і технічні засоби. Як приклад можна навести консультування з питань підприємництва, інжиніринг.

3. Фірми однієї країни надають послуги в інших країнах через посередництво сервісних фірм, що знаходяться за кордоном і обслуговуються персоналом, направленим із країни базування компанії, або найманих місцевих жителів. Така форма міжнародної конкуренції притаманна бухгалтерсько-аудиторській та банківській справі, маркетингу.

Міжнародна конкуренція особлива своїм економічним, законодавчим, політичним і соціокультурним середовищем, в якому вона формується. Зміни у міжнародному середовищі (як от зміни в структурі міжнародної торгівлі, обсязі та видах міжнародних потоків капіталів, передачі ідей та технологій між націями) впливають на інтенсивність та характер міжнародної конкуренції [9, с. 35-36]. При цьому виокремлюють чинники прямого та непрямого впливу: чинники прямого впливу діють через міжнародні ринки, чинники непрямого впливу діють через урядову політику.

Варто зауважити, що єдиних міжнародно-правових норм, котрі б регулювали конкурентні відносини на всьому світовому ринку не існує, оскільки міжнародне право має прецедентний і погоджувальний характер. Проте міжнародна конкуренція потребує постійного регулювання та контролю з боку урядів держав або регіональних союзів з метою недопущення антиконкурентних дій (створення картелів, зловживання домінуючим становищем на ринку, монополізація ринку через економічну концентрацію) або обмежити конкуренцію на національному ринку задля економічної безпеки, підтримки національних товаровиробників, захисту трудових прав, інтересів споживачів тощо. Дії державних органів, спрямовані на обмеження конкуренції, можна класифікувати так (рис. 3):

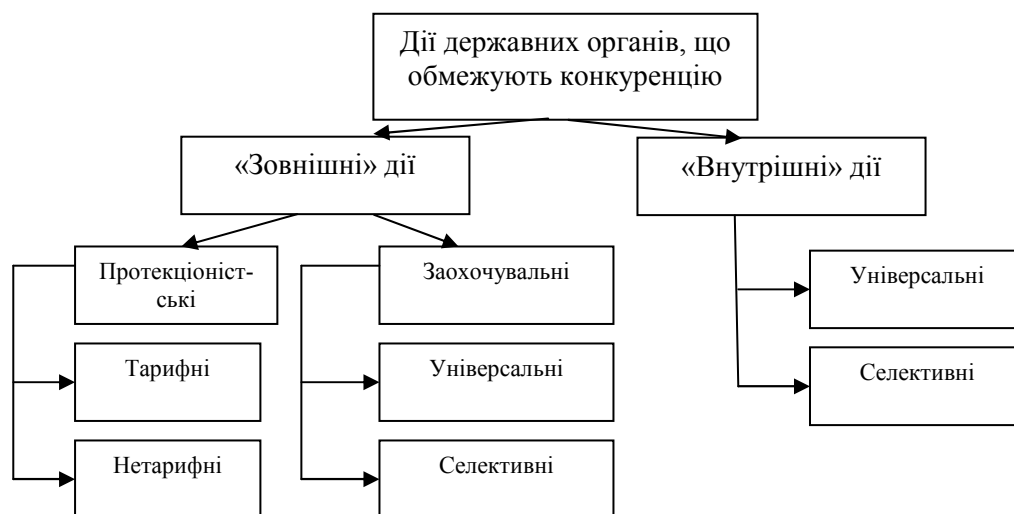


Рис. 3. Класифікація дій державних органів, що обмежують конкуренцію на національному ринку [1, с.27]

Зовнішні дії пов'язані із іноземною конкуренцією. Протекціоністські заходи спрямовані на обмеження іноземної конкуренції, на створення сприятливих умов функціонування на ринку для вітчизняних виробників порівняно із закордонними. Протекціоністські дії можуть мати тарифний та нетарифний характер.

Заохочувальні заходи носять універсальний характер (наприклад, у вигляді експортних субсидій) або селективний характер (наприклад, у формі урядових гарантій із конкретних угод).

Внутрішні дії прямо не пов'язані із іноземною конкуренцією і можуть бути реалізовані у формі бюджетних субсидій, заходів промислової і науково-технічної політики, підтримки окремих галузей, регіонів, виробництв, створення пільгових або дискримінаційних умов діяльності [1, с.27-35].

Висновки. Отже, міжнародна конкуренція виступає регулятором ринку, що впливає на рівень продуктивності виробництва у національній економіці. Завдяки міжнародній конкуренції рівні продуктивності виробництва різних країн взаємозалежні, тобто через міжнародну торгівлю і вивіз капіталу можна збільшувати продуктивність використання ресурсів країни, спеціалізуватись на тих сегментах ринку, де національні товаровиробники більш конкурентоспроможні за іноземних. В протилежному випадку товари та послуги, що є менш конкурентоспроможними за закордонні, доцільніше імпортувати, тим самим підвищуючи середній рівень продуктивності в національній економіці.

Використана література

1. Ячеистова Н. И. Международная конкуренция. Законодательство, регулирование и сотрудничество / Ячеистова Н. И. – Женева : Организация объединенных наций, 2001. – 468 с.
2. Guerrieri L., Gust C., Lopez-Salido D. International Competition and Inflation: A New Keynesian Perspective // Board of Governors of the Federal Reserve System International Finance Discussion Papers. – 2008. – № 918. – С. 2 — 46. – Режим доступа до журн. : <http://www.federalreserve.gov/pubs/ifdp/2008/918/ifdp918.pdf>
3. Ефремов Н. А. Международная рыночная конкуренция как фактор повышения конкурентоспособности российской экономики : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. экон. наук : спец. 08.00.01 / Н. А. Ефремов. – Чебоксары, 2005. – 21 с. – Режим доступа : <http://www.lib.ua-ru.net/diss/cont/152842.html>
4. Кузнецов А. В. Конкурентные стратегии международного бизнеса : Краткий курс лекций / Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси; Международный ин-т трудовых и социальных отношений. — Минск : Асобны Дах, 2004. — 79 с.
5. Піддубний І. О. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства : навч. посібник / І. О. Піддубний, А. І. Піддубна. — Х. : ВД "Інжек", 2006. — 270 с.
6. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства : навчальний посібник / І. З. Должанський, Т. О. Загорна. — Київ : Центр навчальної літератури, 2006. — 384 с.
7. Румянецев А. П. Світовий ринок послуг : навчальний посібник / А. П. Румянецев, Ю. О. Коваленко. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 456 с.
8. Спиридонов И. А. Международная конкуренция и пути повышения конкурентоспособности экономики России : учебное пособие / Спиридонов И. А. — М. : ИНФРА-М, 1997. — 170 с. — Режим доступа: <http://www.iqlib.ru/book/preview/BBF1AC91FB054690BE7C28664385D35C>
9. Майер Дж. Міжнародне середовище бізнесу : Конкуренція та регулювання у глобальній економіці / Майер Дж., Олесевич Д. ; пер. з англ. – К. : Либідь, 2002. – 703 с.