

ПОРІВНЯЛЬНА ТА КОНКУРЕНТНА ПЕРЕВАГИ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ПОШУКУ ЇХНЬОГО СИНТЕЗУ

Анотація. В статті розглянуто концепції абсолютних і порівняльних переваг. Розглянуто поняття та складові конкурентної переваги. Встановлено відмінності між конкурентною перевагою та сталою конкурентною перевагою. Виокремлено детермінанти конкурентоспроможності країни та фірми. Визначено причини, які детермінують здатність до інноваційності та вищої конкурентоспроможності фірми, залежно від рівня конкурентоспроможності країни. В статті встановлено зв'язок між принципами порівняльних та конкурентних переваг і з'ясовано, як за допомогою такого синтезу держава або фірма може досягнути успіху на міжнародній арені. Розглянуто чинники національної конкурентної переваги. З точки зору виробничої функції, виокремлено детермінанти економічного росту країни.

Ключові слова: порівняльні переваги, абсолютні переваги, конкурентні переваги, міжнародний бізнес, міжнародна торгівля.

Annotation. The concepts of absolute and comparative advantages are discussed. The concept of competitive advantage and its components are analyzed. Distinctions between competitive advantage and sustainable competitive advantage are outlined.

*доктор економічних наук, доцент, професор кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

** кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Determinants of competitiveness at country and firm level are defined. Factors determining the innovative capacities and enhanced competitiveness of a firm depending on the competitiveness of country are identified. The causality of the principles of comparative and competitive advantages is found, with demonstrating how this synthesis can help a government or a firm to have success on the international arena. Factors of national competitive advantage are analyzed. Determinants of economic growth of a country are highlighted from the production function perspective.

Keywords: *comparative advantage, absolute advantage, competitive advantage, international business, international trade.*

Аннотация. *В статье рассмотрены концепции абсолютных и сравнительных преимуществ. Рассмотрены понятие и составляющие конкурентного преимущества. Установлены различия между конкурентным преимуществом и устойчивым конкурентным преимуществом. Выделены детерминанты конкурентоспособности страны и фирмы. Определены причины, детерминирующие способность к инновационности и высокой конкурентоспособности фирмы, в зависимости от уровня конкурентоспособности страны. В статье установлена связь между принципами сравнительных и конкурентных преимуществ и выяснено, как с помощью такого синтеза государство или фирма может достичь успеха на международной арене. Рассмотрены факторы национального конкурентного преимущества. С точки зрения производственной функции, выделены детерминанты экономического роста страны.*

Ключевые слова: *сравнительные преимущества, абсолютные преимущества, конкурентные преимущества, международный бизнес, международная торговля.*

Постановка проблеми. В практиці міжнародного бізнесу існує немало протиріч щодо моделей порівняльних переваг та їх застосування. Зокрема, це стосується використання моделей як основи для моделювання засад процвітання держав або фірм на міжнародних ринках. Ці моделі або невірно інтерпретують порівняльні переваги, або вважають їх даремними. Міркування щодо непридатності моделей порівняльних переваг спонукало експертів в галузі міжнародного бізнесу розробити інші моделі, які б дозволили аналізувати потенціал для досягнення успіху фірмою або державою на міжнародному ринку. Вони відомі під назвою «моделі конкурентних переваг».

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багато авторів, що займалися питанням конкурентної переваги, акцентували увагу на її визначенні та джерелах, що приписувалися характеристиками компанії, таким як унікальність та здатність зберігати цю унікальність, цінність. Так, С. Прахалад і Г. Хамел [9] при визначенні ресурсів виокремлювали фінансові, фізичні, юридичні, людські, організаційні та інформаційні їхні різновиди; здатність розвивати конкурентоздатні вади, поєднуючи навички та ресурси, а також набір динамічних здатностей, таких, як вміння оволодівати, розподіляти та підвищувати якість унікальних ресурсів опинились в дослідницькому ракурсі Я. Луо [7]. Низка досліджень була присвячена індивідуальним факторам, таким як: авторські права, торгові секрети, бази даних, культура (Р. Холл) [4]; етика (П. Буллер і Г. МакЕвой [2]); корпоративна репутація (Ц. Любоевіч [6]); корпоративна філантропія (М. Портер і М. Крамер [8]). Втім, усі зазначені концепції сфокусовані знову ж таки на елементах конкурентної переваги, притаманних фірмі.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Моделі порівняльних та абсолютних переваг, що застосовуються окремо одна від одної, не дозволяють неупереджено та фундаментально надати оцінку стану міжнародного бізнесу та виокремити джерела конкурентоспроможності держав.

Формулювання цілей статті. Мета статті полягає у встановленні зв'язку між принципами порівняльних та конкурентних переваг і у з'ясуванні, як за допомогою цього синтезу держава або фірма може досягнути успіху на міжнародній арені. Для досягнення цієї мети нами пропонується розглянути теорії порівняльних та конкурентних переваг, а потім синтезувати їхні висновки.

Основні результати. В літературі щодо міжнародної торгівлі та політики згадується низка причин, чому країна може мати переваги в експорті товару в інші країни. Для зручності, більшість цих причин можна класифікувати таким чином: 1) технологічна перевага; 2) ресурсна перевага; 3) певні паттерни у попиті 4) політика держави в галузі підприємництва.

Концепція «абсолютних переваг» А. Сміта і «порівняльних переваг» Д. Рікардо базуються, загалом, на технологічних перевагах, які властиві для одної країни і яких бракує іншій. Концепція абсолютних переваг передбачає, що одна країна має вищу (абсолютну) продуктивність або нижчі витрати при виробництві у порівнянні з іншою країною. Однак, мати абсолютну перевагу у виробництві не є обов'язковим чи достатнім для того, що здійснювати торгівлю на взаємовигідних умовах. Наприклад, країна має абсолютний брак в виробництві усіх товарів в порівнянні з іншою країною, однак ця країна все ж таки отримує користь від торгівлі з іншими країнами завдяки відносним (порівняльним) перевагам у виробництві певних товарів в порівнянні з певними країнами. Крім того, мати абсолютну перевагу у виробництві певного товару недостатньо, якщо країна не має порівняльної переваги у виробництві цього товару. Концепція порівняльних переваг Д. Рікардо не передбачає необхідність для країни мати відносну перевагу, а не абсолютну. Відносна продуктивність або витрати диктують рівень відносних цін. На основі рівня відносних цін в країні формується низка умов, за якими товар буде торгуватися. За якими цінами товар буде продано в реальності (в межах відносної ціни) буде залежати

від особливостей попиту (паттернів), які, в свою чергу, визначатимуть рівень доходу від торгівлі для кожного з її учасників.

Модель Д. Рікардо передбачає постійність в рівні продуктивності, оскільки його модель включає лише один фактор виробництва – працю, а тому й постійні витрати, що призводить до формування повної спеціалізації. Але вплив від підвищення витрат, яке відбувається у середовищі, де діють багаточисленні фактори, через дефіцит деяких факторів (в залежності від індустрії), може бути пом'якшено через неповну спеціалізацію. Таким чином, в рікардіанській моделі різниця в технологічному оснащенні є основним рушієм товару через кордон.

Тоді як підхід порівняльних переваг, що було розроблено Д. Рікардо, викладається в термінах технологічного домінування, принцип порівняльних витрат/відносних цін на товари й послуги в різних країнах є надто загальним аби бути здатним охопити увесь спектр обставин. Більш того, пояснення Д. Рікардо порівняльної переваги відбувалося в статичних термінах, тоді як це - динамічне явище. Позиція країни з точки зору порівняльної переваги у виробництві певного товару може змінитися протягом часу, якщо зміняться умови, завдяки яким ця порівняльна перевага забезпечується, а саме – забезпеченість ресурсами, технологічний розвиток, структура попиту, особливості спеціалізації, практика ведення бізнесу, політика уряду.

Забезпечення країни ресурсами обумовлює порівняльну перевагу у позиції країн, які не мають передових технологій. Роблячи певні припущення, можна припустити, що країна отримує порівняльну перевагу завдяки різниці у забезпеченні факторами. Згідно моделі Хекшера-Оліна, країна має порівняльну перевагу щодо того товару, у виробництві якого більш інтенсивно використовуються ресурси, якими країна відносно повно забезпечена.

Людські навички також можуть бути основою для порівняльної переваги. Країни, які порівняно забезпечені кваліфікованими кадрами, будуть мати

порівняльну перевагу щодо тих товарів, у виробництві яких ці кадри задіяні більш інтенсивно. Виробництво певних товарів, наприклад, електроніки, вимагає необхідної кваліфікації (інженери, програмісти, дизайнери). Виробництво таких товарів може забезпечити країну порівняльною перевагою, як у випадках Тайваню, Сінгапуру, Гонконгу, які в значно забезпечені кваліфікованою працею. Політика уряду, направлена на підвищення рівня освіти та професійних навичок, може сприяти появі такої переваги.

Ефект масштабу може сприяти набуттю порівняльної переваги завдяки зниженню витрат. Ефект масштабу на зовнішньому ринку може мати місце у випадках, коли середні витрати фірми зменшуються завдяки політиці уряду у відповідній галузі або активній ролі уряду у забезпеченні галузі кращою інфраструктурою або більш кваліфікованим персоналом. Принцип ефекту масштабу узгоджується з моделлю Д. Рікардо та теорією пропорційних факторів. Ефект масштабу всередині країни буде мати місце у випадку можливості доступу до масивного місцевого ринку, а також зовнішнього ринку. Останнє забезпечується завдяки політичним механізмам, як, наприклад, митні союзи, що сприяють зниженню витратам на виробництво. За таких умов може виникнути або посилитися порівняльна перевага в індустрії, де спостерігається ефект масштабу.

Ті країни, що сьогодні відносяться до високорозвинених індустріальних держав, раніше в порівнянні з іншими розпочали промислове виробництво, що дозволило їм завоювати більшість національних та міжнародних ринків. Вони мали можливість експортувати свою продукцію до того часу, поки інші країни, забезпечені низьковитратними факторами, не випереджали їх в цьому. В теорії життєвого циклу продукту Вернона робиться наголос на природі та розмірі попиту на нові продукти на місцевому ринку в високорозвинених індустріальних країнах. Нові продукти з'являються на ринках з достатнім внутрішнім попитом на них. Спочатку специфічний попит з часом становиться

універсальним, стандартизованим, а доступ до унікальної технології отримують й інші країни, в результаті чого країна-піонер у запровадженні нового продукту втрачає порівняльну перевагу у його виробництві. Але за цей час компанії зазвичай вже встигають розробити інший новий продукт і забезпечити державу новими порівняльними перевагами.

Значення попиту та розміру внутрішнього ринку проявляється у: встановленні умов рівноваги у торгівлі, а відтак і розподілі переваг від торгівлі; ефекті від масштабу; теорії життєвого циклу товару. Крім того, М. Ліндер вважав, що попит на внутрішньому ринку є основним фактором, що забезпечує успіх на міжнародному ринку. На його думку, виробники налагоджують виробництво нового продукту з метою задоволення внутрішнього попиту. Намагаючись досягнути цього, вони освоюють нові навички для виробництва товару за допомогою більш ефективних технологій, що дає країні порівняльні переваги, які відрізняють її від інших країн. Відповідно до теорії М. Ліндера, експорт здійснюється в країни зі схожими смаками/попитом.

Політика держав щодо розвитку інфраструктури, стимулювання експорту, підвищення рівня освіти та проведення досліджень в галузі експорту може мати суттєвий вплив на розвиток порівняльних переваг. Субсидування промисловості, податкові пільги, обмеження на участь у тендерах, антимонопольна політика та інші заходи запроваджуються урядами з метою створення переваг для національних економік. З метою створення більш сприятливих умов для національних компаній, вразливих до імпорتنих поставок, уряди підтримують політику, направлену на регулювання обсягів імпорту через механізми тарифів, квот, ліцензій та обмеження імпорту. Такі дії можуть сприяти створенню порівняльної переваги для певної індустрії в довготерміновій перспективі. Договір щодо автомобільної індустрії між США та Канадою, прийнятий у 1965 р., є добрим прикладом того, як фокусування на певній індустрії веде до збільшення виробництва і торгівлі завдяки підтримці

уряду. Можливості створення торгових потоків та направлення цих потоків в певне русло добре видно з прикладів митних союзів та зон вільної торгівлі. Крім того, політика, яку втілюють міжнародні організації, такі як МВФ, Світовий банк, СОТ, також може бути джерелом створення порівняльних переваг для галузей в країнах, яких ця політика торкається.

Міжнародна торгівля завдяки кращому використанню ресурсів, сприяє збільшенню обсягів доходів, збережень, інвестицій, тобто, стимулює економічне зростання в країнах навіть з повною зайнятістю. Країнам, що розвиваються, міжнародна торгівля допомагає трансформувати споживчі товари та сировину в капітал, а також здобути передові ноу-хау. Торгівля стимулює попит в країнах з надмірним забезпеченням одним з факторів. Крім того, спеціалізація через торгівлю є вигідною не тільки для галузі, що здійснює експорт, але й для суміжних галузей завдяки стимулюванню попиту й на їх продукцію. Збільшуючи внутрішній ринок і, відповідно, виробничі потужності, національні виробники можуть виграти від ефекту масштабу як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Міжнародна торгівля створює, крім того, тиск з боку конкурентів на компанії, що примушує їх здійснювати дослідження та втілювати заходи на стимулювання розвитку.

Усі ці аргументи на користь порівняльних переваг, якими може користуватися держава, можна представити у вигляді загальної схеми. Компанії, що працюють в галузях, які мають порівняльні переваги, набувають конкурентних переваг у виробництві диференційованої продукції в рамках цих галузей. В цій схемі технології, ресурси, попит та політика стимулювання торгівлі представлені як чотири сили, що впливають на рівень порівняльних переваг в виробництві споживацької продукції по відношенню до інших країн-виробників [4].

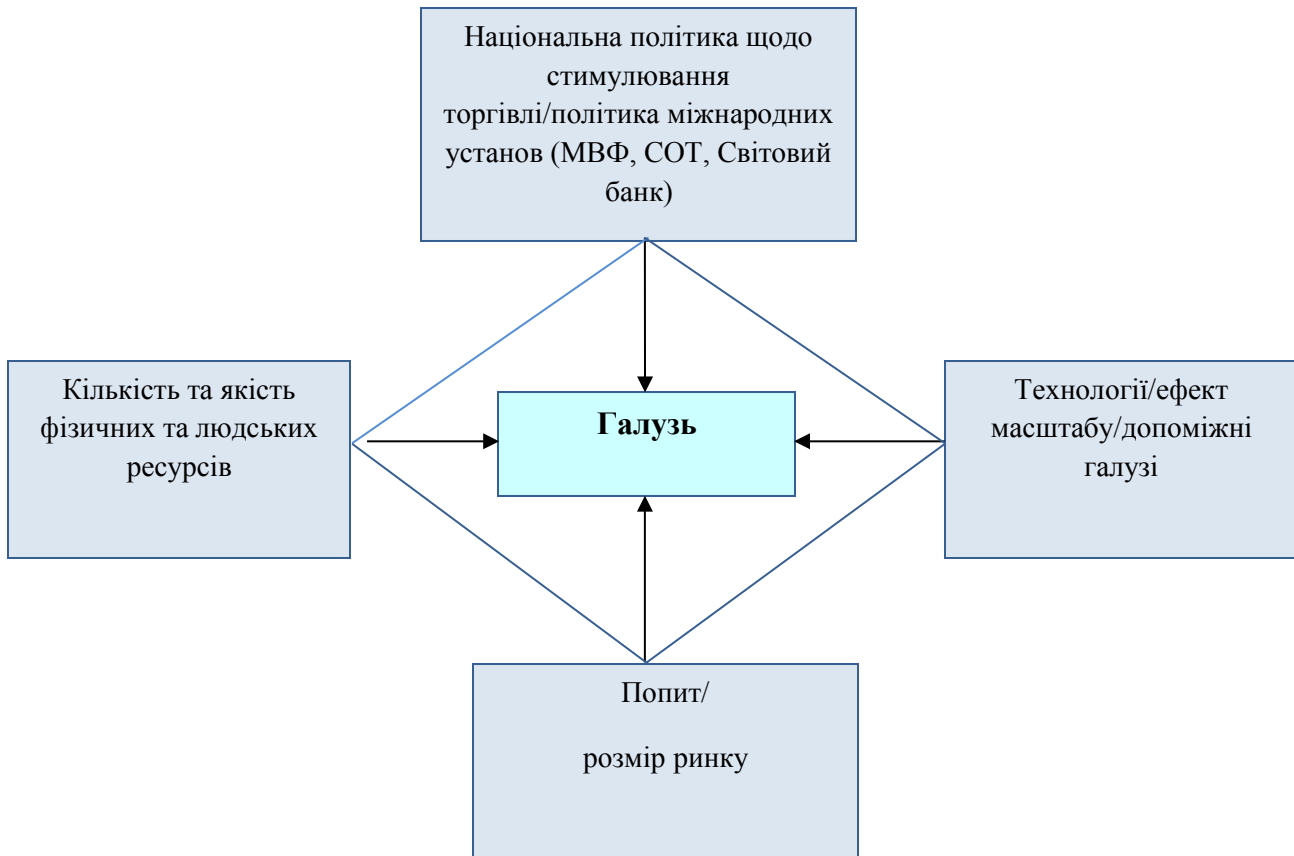


Рис.1. Загальна схема порівняльної переваги

П. Ніарі ставить за мету з'ясувати спільні та відмінні риси між конкурентною та порівняльною перевагами в досить цікавий спосіб. Автор впевнений, що конкурентна перевага пов'язана із конкурентним ринковим середовищем. Справді, такі фактори, як нижчі бар'єри входу або велика кількість працюючих на ринку фірм, можуть поставити галузь в кращі умови в конкурентній боротьбі з закордонними противниками. Протилежний підхід до розуміння конкурентної переваги запропоновано М. Портером [8]. До нього звертаються при необхідності визначити фактори, за допомогою котрих компанії можуть збільшити свої частки в структурі торгівлі на міжнародному ринку. Але в більшості своїй економісти або ігнорували модель М. Портера, або відкидали її як зайве повторення моделі порівняльної переваги. Тим не менш, в то час, як М. Портер розвивав свою логіку аргументацій, зв'явилися

багаточисленні концепції конкурентної переваги, далекі від єдності щодо визначення її значення та джерел.

Так, М. Портер робив наголос на конкурентоздатності фірми, яку вона здобувала завдяки конкурентним стратегіям, націленим на зниження витрат та диференціації продукту [8]. Однак його визначення конкурентоздатності не включає формальних концептуальних елементів. Як зазначав Д. Чо [3], незважаючи на усі дискусії щодо конкурентоздатності, не було запропоновано жодного чіткого визначення чи загальної моделі. Дискусія точиться навіть навколо поняття сутності конкурентоздатності. Н. Хоффман [5] ввів поняття сталої конкурентної переваги, використовуючи визначення, запропоноване Дж. Барні [1]. На його думку, стала конкурентна перевага – це перевага, що триває в часі, щодо використання певної унікальної стратегії, яка дозволяє створювати цінність при умові, що жоден наявний або потенційний конкурент не має доступу до цієї стратегії або перевагам, що є результатом використання цієї стратегії. Як видно, це визначення сфокусовано на рисах конкурентоздатності, притаманних фірмі, і не бере до уваги макроекономічні аспекти, які також вносять свій внесок у створення конкурентоздатності.

Слід визнати, що М. Портеру вдалось запропонувати загальну схему конкурентної переваги, основою для розробки якої був аналіз діяльності компаній, що представляли 100 галузей в десятих країнах з розвинутою економікою (США, Японія, Німеччина, Великобританія, Швейцарія, Італія, Швеція, Данія, Корея, Сінгапур) і частка яких в світовому експорті в 1985 р. складала 50%. Так, згідно портерівського підходу, держава неминуче матиме конкурентну перевагу в галузі, якщо вона має конкурентну перевагу відносно до найбільших світових конкурентів, яку можна визначити за допомогою таких індикаторів, як значні обсяги експорту до великої кількості країн та/або значні потоки інвестицій, здійснення яких стало можливим завдяки створенню на внутрішньому ринку активів у вигляді висококваліфікованих кадрів.

Центральною темою в даному контексті стає твердження, відповідно до якого національне багатство створюється, а не успадковується. Воно не вирощується осторонь багатств, якими володіє країна: природних та трудових ресурсів, відсоткових ставок, що діють в країні, цінності її національної валюти та іншого.

Згідно підходу М. Портера, конкурентоздатність країни залежить від здатності її промисловості створювати нові продукти та покращувати їх здібності. Компанії набувають конкурентних рис під тиском конкурентної боротьби при наявності потужних конкурентів на внутрішньому ринку, агресивних постачальників та вимогливих споживачів. Вміння запроваджувати інновації в усіх сферах діяльності фірми є ключовим фактором набуття конкурентоздатності фірмою і, відповідно, галуззю. Причина, чому деякі фірми виявляються більш вмілими в запровадженні інновацій, криється в чотирьох аспектах, що характеризують позицію країни: забезпечення факторами, наявність попиту та споріднених і допоміжних галузей, а також факторами, що характеризують фірму. До останніх віднесено її стратегію, структуру, рівень конкурентоздатності.

Поняття «**фактори**» тут застосовується не по відношенню до факторів в традиційному розумінні (земля, праця, сировина), але в більшій мірі по відношенню факторів, що їх було створено та якість яких вдосконалюється (висококваліфіковані кадри, наукові інститути, що працюють на інтереси індустрії). Поняття «**попит**» при цьому описує не розмір попиту на внутрішньому ринку, а його структуру: витончені вимоги споживачів, які слугують сигналом для характеристики попиту в майбутньому і які здатні слугувати інструментом тиску на компанії, змушуючи їх прискорювати інноваційний процес з метою отримання переваги над конкурентами. **Споріднені чи підтримуючі галузі**, що мають конкурентну позицію на міжнародному ринку, а також, і, перш за все, підтримують інноваційну

діяльність, здатні сприяти зміцненню конкурентоспроможності значно більше, ніж наявність ресурсів чи галузей, що виробляють компоненти для певного продукту.

Стратегія фірми, структура, конкурентоздатність стосується управлінської та організаційної стратегії, а також наявності конкурентних сил чи викликів, що надходять від фірм, які працюють в тій самій галузі. Управлінські чи організаційні моделі мають бути сумісними з іншими джерелами конкурентних переваг, але у будь-якому випадку існування конкуренції на внутрішньому ринку вважається абсолютно необхідною умовою, так само як і інтегруюча сила «діаманту». Все це примушує компанії постійно запроваджувати інновації та вдосконалення в усіх складових діаманту, а його використання має відбуватись систематично, що дозволяє фірмі набувати конкурентних переваг. М. Портер зображує ці сили у вигляді «діаманту», включеного в адаптованій схемі на рис. 2.

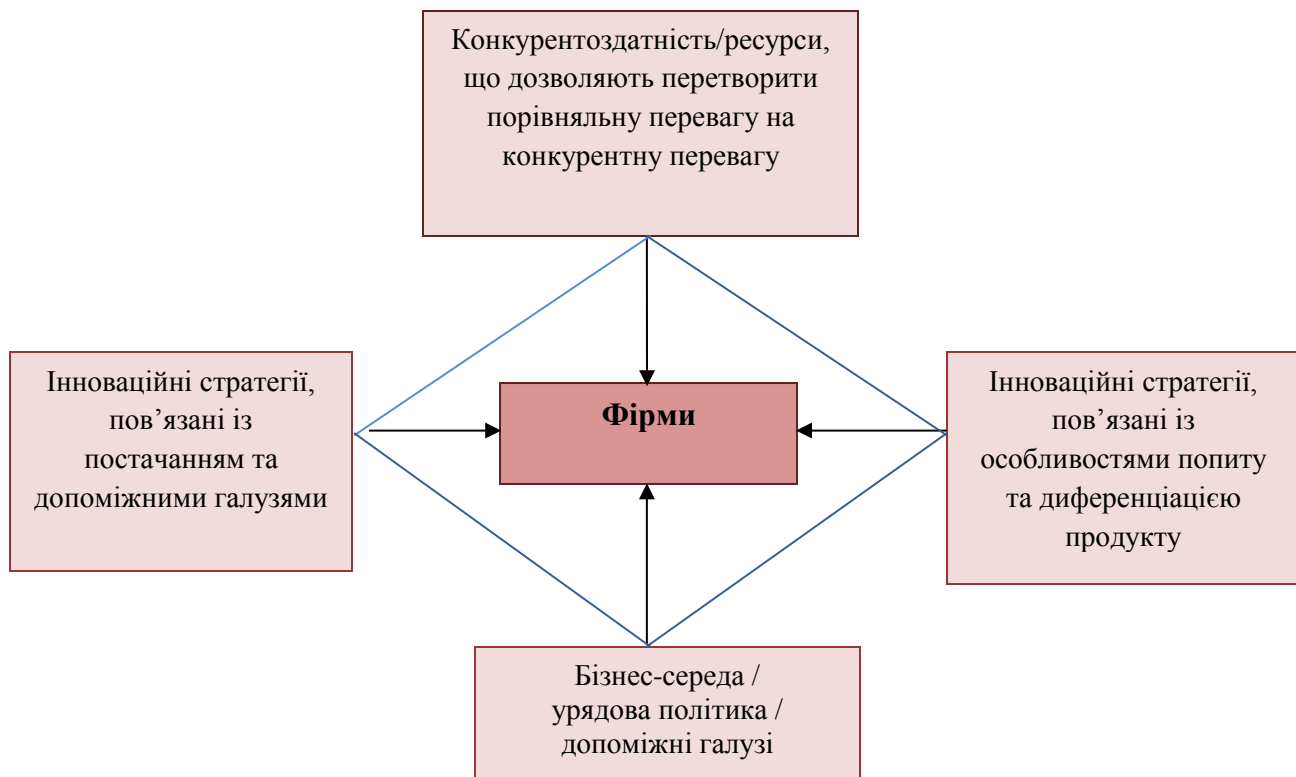


Рис. 2. Чинники національної конкурентної переваги

Посилаючись на описання дії сил, включених в «діамант», ми робимо висновок, що конкурентна перевага галузі базується на специфічних характеристиках фірм, рівня конкурентоспроможності середовища і здатності до запровадження інновацій. Таким чином, **до основних відмінностей між схемами конкурентної переваги та порівняльної переваги**, нами віднесені такі:

1) акцент на створених фірмою факторах виробництва та інноваційності в схемі конкурентної переваги на протипагу успадкованим факторам виробництва та технологічній оснащеності з динамічними елементами на національному рівні [6];

2) акцент на факторі попиту, зокрема, здатності компанії формувати диференційовану продукцію з унікальними властивостями в рамках одної галузі в схемі конкурентної переваги на протипагу розміру ринку для кожної галузі в схемі порівняльної переваги;

3) акцент на завоюванні монопольної позиції або зайнятті ринкової ніші успішною фірмою в схемі конкурентної переваги на протипагу акценту на традиційних моделях конкуренції в схемі порівняльної переваги;

4) акцент на поясненні внутрішньогалузевої торгівлі в розвинених економіках в схемі конкурентної переваги на протипагу акценту на міжгалузевій торгівлі в схемі порівняльної переваги [3].

Таким чином, в цілому, модель конкурентної переваги використовує підхід «знизу до гори» для пояснення феномену, тоді як модель порівняльної переваги спирається на підхід «зверху до низу». Для кращого розуміння міжнародної торгівлі, необхідним є синтез двох підходів.

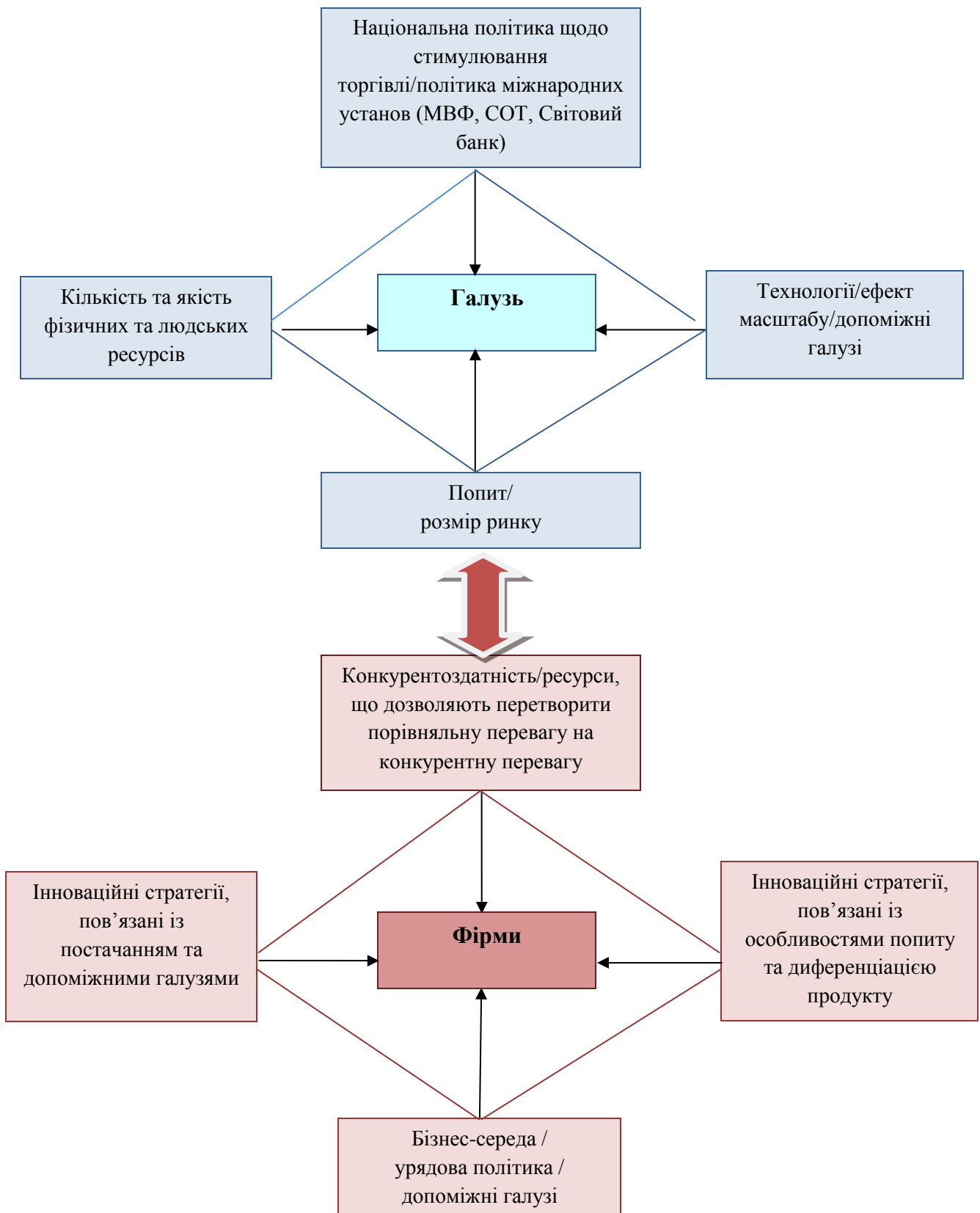


Рис. 3. Поєднання схеми порівняльної переваги зі схемою конкурентної переваги

Загалом модель конкурентної переваги спирається на характеристики, притаманні фірмі, а саме, «створені» фактори, «створений» попит на продукт та переваги, отримані завдяки інноваціям. Модель порівняльної переваги, навпаки, сфокусована на перевагах, які відрізняють країну: фактори виробництва, різниця в технологічній оснащеності та продуктивності на міжнародному рівні, політиці щодо міжнародної торгівлі. Сили, які лежать в основі обох моделей, формують переваги країни в торгівлі. Крім того, аналіз цих сил надає набагато більше можливостей в поясненні кожної з моделей.

Прагматичний підхід підказує необхідність поєднання сил, що формують ці моделі. На нашу думку, для аналізу торгівлі з розвиненими країнами, зокрема, при внутрігалузевій торгівлі, краще порівнювати сили на рівні фірми (діамант конкурентної переваги) з силами на рівні держави. Для аналізу торгівлі між розвиненими країнами та країнами, що розвиваються (країни, що багаті на ресурси), зокрема, в міжгалузевій торгівлі, краще порівнювати сили на рівні держави (діамант порівняльної переваги) з силами на рівні фірми. Крім того, країна може отримати переваги у внутрішньогалузевій торгівлі з деякими країнами, тоді як переваги в міжгалузевій торгівлі вона може мати з іншими країнами.

Висновки. Наскільки детермінанти, що формують модель, орієнтовану на фірму, можуть пояснити детермінанти, що формують модель, орієнтовану на країну, залежить від того, настільки потужною є політика в дослідницькій галузі та заохоченні інновацій (як на рівні попиту, так і постачання), що здійснюється як фірмою, так і державою. Те, наскільки детермінанти, що формують модель, орієнтовану на країну, можуть пояснити детермінанти, що формують модель, орієнтовану на фірму, залежить від різниці між країнами в забезпеченні факторами та технологіями, ступеню досконалості інфраструктури, кваліфікації та політики на макrorівні, що задовольняє потреби міжнародної торгівлі та інвестицій.

Загалом, в статичній ситуації країна і фірми в країні користуватимуться конкурентними перевагами тоді, коли фірми в цій країні спеціалізуються в виробництві продукції, для виробництва котрої країна має порівняльну перевагу. В динамічній ситуації фірми знайдуть шляхи посилити порівняльну перевагу своєї держави через механізми набуття конкурентних переваг для них самих, серед яких створені фактори та передові технології є основними [9].

З точки зору виробничої функції, виокремлюються наступні детермінанти економічного росту країни.

1. Фактори виробництва. В економічній науці фактори виробництва включають в себе природні ресурси, працю та капітал. Якщо засоби виробництва зростають пропорційно, відповідно зростає і випуск продукції. В сучасному суспільстві через те, що обсяг природних ресурсів обмежується територією країни, вони розцінюються як величина постійна. Зростання трудових ресурсів обмежене ростом населення. Виходить, що більш нестійкий із трьох факторів – капітал. З часу початку реформ і відкритості заощадження та інвестиції в Китаї щорічно перевищували 40% ВВП. Для окремих країн цей показник варіює від 10 до 15%, а для деяких африканських держав він є близьким до нуля. З усіх факторів виробництва капітал найбільш важливий для економічного роту.

2. Галузева структура. Якщо фактори виробництва розміщуються в галузях промисловості, які випускають продукцію з більш високою доданою вартістю, обсяги виробництва будуть зростати. Таким чином, галузева структура провокує економічний ріст. При переміщенні факторів виробництва в сектори з більш високою доданою вартістю, економіка буде зростати навіть без зростання цих факторів.

3. Технології. Це ще один важливий фактор економічного росту. Технічний прогрес означає більш високу продуктивність. Навіть коли структура

промисловості і фактори виробництва лишаються незмінними, з новими технологіями і випуск, і темпи росту будуть зростати.

4. Інститути. Спираючись на дані, по перерахованим вище факторам виробництва (капітал, праця, природні ресурси), структурі промисловості і технологіям, можна визначити межу виробничих можливостей – максимально можливий випуск у даній економіці для ідеальних умов. Втім, те, наскільки близько він сягне цього максимуму, залежить від різних інститутів, які можуть допомогти у підвищенні якості робочої сили, ефективному використанні ресурсів і адаптації необхідних технологій для підвищення конкурентних переваг країни.

Список використаних джерел

1. Резнікова Н.В. Економічна експансія в умовах становлення нового каркасу міжкраїнової взаємодії / Н.В. Резнікова // Актуальні проблеми міжнародних відносин: Збірник наукових праць. Вип. 111. Ч. II (у двох частинах). — К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Інститут міжнародних відносин, 2012. — С. 90—100.
2. Резнікова Н.В. Міжнародне співробітництво в сфері економічної політики: проблема збереження суверенітету та аналіз потенційних вигод / Н.Резнікова // Актуальні проблеми міжнародних відносин. Випуск 113 (Частина II), 2013,с.149-159.
3. Резнікова Н.В. Діалектика національного та глобального в умовах міжкраїнової взаємозалежності / Н.В. Резнікова // Економіка та держава. – 2012. – № 9. – С. 8-11.
4. Резнікова Н. Інноваційна модель розвитку національної економіки: оцінка стартових можливостей та засобів реалізації [Електронний ресурс] / Резнікова Н. – Режим доступу: www.academia.org.ua
5. Резнікова Н.В. Перспективи трансформації торговельних відносин України в контексті становлення нових центрів стратегічного партнерства / Н.В. Резнікова, О.А. Іващенко // Економіка та держава. – 2015. – № 9. – С. 6-11.

6. Резнікова Н.В. Роль монетарної політики в досягненні економічної стабільності: асиметрії трансмісійного механізму / Н.В. Резнікова, О.А. Іващенко // Економіка та держава. — 2016. — № 3. — С. 7—12. — Режим доступу: <http://194.44.12.92:8080/jspui/handle/123456789/1248>
7. Рилач Н.М. Теоретичні основи формування глобальної інноваційної системи / Н. М. Рилач // Актуальні проблеми міжнародних відносин. - 2012. - Вип. 110(2). - С. 82-91. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apmv_2012_110%282%29__17
8. Резнікова Н.В. Економічні виклики незалежності: конфлікт інтересів в умовах глобальної взаємодії / Н.В. Резнікова // Стратегія розвитку України. Економіка, соціологія, право. — 2013. — №1. — С. 181— 187.
9. Резнікова Н.В. Феноменологія незалежності в умовах економічної глобалізації / Н.В. Резнікова // Міжнародна економічна політика. — 2016. — № 1. — С. 52—73.
10. Рилач Н. М. Значення теорії технологічних укладів в становленні постіндустріальної економіки / Н. М. Рилач // Міжнародні відносини. Серія «економічні науки». – 2016. – № 7 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/2889/2589
11. Rylach N. M. Formation innovative paradigm: retrospective and present / N.M. Rylach // Actual problems of international relations. — Vol.1, No.127 (2016). — Mode of access: <http://journals.iir.kiev.ua/index.php/apmv/article/view/2953>
12. Рилач Н. М. Інформаційно-комунікаційні технології як пріоритетний фактор становлення постіндустріальної економіки / Наталія Михайлівна Рилач. // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2013. – №112. – С. 174–179.
13. Barney J.B. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage [Electronic resource] / J.B. Barner // Journal of Management. – 1993. – Vol. 17(1). – Mode of access:[https://business.illinois.edu/josephm/BA545_Fall%202015/Barney%20\(1991\).pdf](https://business.illinois.edu/josephm/BA545_Fall%202015/Barney%20(1991).pdf)
14. Buller P.F. Creating and Sustaining Ethical Capability in the Multinational Corporation [Electronic resource] / P.F. Buller, M.McEvoy Glenn // Journal of World Business. – 1999. – Vol. 34(4). –Mode of access: http://digitalcommons.usu.edu/manage_facpub/66/
15. Cho D.S From National Competitiveness to Bloc and Global Competitiveness [Electronic resource] / D.S. Cho // Competitiveness Review. – 1998. – Vol. 8(1). – Mode of access: <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/eb046358>

16. Hall R. A Framework Linking Intangible Resources and Capabilities to Sustainable Competitive Advantage [Electronic resource] / A. Hall // Strategic Management Journal. – 1993. – Vol. 14(8). – Mode of access: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/smj.4250140804/abstract>
17. Hoffman N.P. An Examination of the “Sustainable Competitive Advantage” Concept: Past, Present, and Future [Electronic resource] / N.P. Hoffman // Academy of Marketing Science Review. – 2000. – Mode of access: <https://docs.google.com/viewer?embedded=true&url=https://qamarwaince.files.wordpress.com/2012/02/3-an-examination-of-the-sustainable-competitiveadvantage-concept-past-present-and-future-by-hoffman04-2000.pdf>
18. Ljubojevic C. Corporate Competence—the Basis of Achieving Competitive Advantage of Services Business on the Global Market [Electronic resource] / C. Ljubojevic. – 2003. – Mode of access: <https://www.strategicmanagementinsight.com/topics/competitiveadvantage.html>
19. Luo Y. Dynamic Capabilities in International Expansion [Electronic resource] / Y. Luo // Journal of World Business. – 2000. – Vol. 35(4). – Mode of access: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1090951600000432>
20. Porter M.E. The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy [Electronic resource] / V.E. Porter, M.R. Kramer // Harvard Business Review. – 2002. – Mode of access: https://www.sharedvalue.org/sites/default/files/resourcefiles/Competitive_Advantage.pdf
21. Prahalad C. K. The core competence of the Corporation [Electronic resource] / C.K. Prahalad, G. Hamel // Harvard Business Review. – 1990. – Mode of access: [http://www1.ximb.ac.in/users/fac/Amar/AmarNayak.nsf/23e5e39594c064e852564ae004fa010/456e5a8383adcf07652576a0004d9ba5/\\$FILE/CoreCompetence.pdf](http://www1.ximb.ac.in/users/fac/Amar/AmarNayak.nsf/23e5e39594c064e852564ae004fa010/456e5a8383adcf07652576a0004d9ba5/$FILE/CoreCompetence.pdf)