

---

---

# ІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ НА СВІТОВИХ РИНКАХ

---

---

УДК 339.92:339.137(477)

**ЮХИМЕНКО Володимир,**

д. е. н., професор кафедри міжнародних економічних відносин КНТЕУ

## КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

*Досліджено стан і можливості розвитку торгівлі України з країнами-членами Європейського Союзу в контексті Угоди про асоціацію і зону вільної торгівлі. На основі еволюції ключових концепцій конкуренції обґрунтовано необхідність підвищення рівня конкурентоспроможності українських товарів на ринках європейських країн з урахуванням умов глобалізації.*

*Ключові слова:* євроінтеграція, європейський ринок, Європейський Союз, зовнішня торгівля, конкуренція, конкурентоспроможність, концепції конкуренції.

*Юхименко В. Конкурентоспособность украинской экономики в условиях евроинтеграции. Исследовано состояние и возможности развития торговли Украины со странами-членами Европейского Союза в контексте Соглашения об ассоциации и зоне свободной торговли. На основе эволюции ключевых концепций конкуренции обоснована необходимость повышения уровня конкурентоспособности украинских товаров на рынках европейских стран с учетом условий глобализации.*

*Ключевые слова:* евроинтеграция, европейский рынок, Европейский Союз, внешняя торговля, конкуренция, конкурентоспособность, концепции конкуренции.

**Постановка проблеми.** Торговельно-економічні зв'язки з ЄС посідають значне місце у міжнародних економічних відносинах України. Угода про асоціацію і зону вільної торгівлі з ним апріорі повинна сприяти їх зростанню, зокрема, збільшенню обсягів українського експорту до ЄС. Однак його обсяги не тільки не зросли, незважаючи на односторонні преференції, надані Україні Євросоюзом у 2015 р., а навіть

---

© Юхименко В., 2016

скоротилися більше ніж на 20 % [1]. Причина криється у високому рівні конкуренції на ринку європейських країн, на яку наражаються наші експортери. Будучи одним з головних чинників механізму ринкової економіки, який на жодному етапі розвитку людського суспільства не міг ефективно функціонувати без розвинених форм, конкуренція потребує дослідження еволюції її концептуального розуміння. Досить актуальними є ідеї його практичного застосування в сенсі підвищення конкурентоспроможності України на європейських ринках, завдяки чому лише і можливий подальший розвиток торгівлі з ЄС.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Сутнісному характеру й особливостям прояву конкуренції приділяли увагу відомі зарубіжні науковці: М. Брандербургер, Р. Кантер, І. Кирцнер, М. Портер, К. Прахалад, А. Сміт, Г. Хамел та ін. [2–7].

Дослідження співпраці України з ЄС знайшли своє відображення у наукових працях таких українських науковців, як В. Андрійчук, І. Бережнюк, І. Бураковський, А. Гальчинський, А. Мазаракі, В. Маштабей, Т. Мельник, Г. Немиря, В. Пятницький та ін. Ними досліджено основні тенденції розвитку торговельно-економічних відносин України з ЄС, окреслено головні завдання щодо адаптації її нормативно-правової бази, визначено причини взаємовигідного партнерства, намічено першорядні заходи щодо подальшої інтеграції [8–17].

Незважаючи на значний обсяг публікацій з окреслених проблем, глибокі та постійні трансформації світової економічної системи, які безпосередньо впливають на сутність та характер економічних змагань, обумовлюють поглиблення досліджень з теорії і методології конкуренції. Так, для сучасного світу характерна глобальна конкуренція, яка відбувається в умовах формування інноваційно-технологічного суспільства, основною цінністю якого є знання та інформація. Проте питання розвитку торгівлі між країнами в аспекті конкурентних можливостей науковцями розкриті неповністю. Складність і різноманітність категорії «конкуренція» призвели до виникнення безлічі її тлумачень, різних концепцій та методів аналізу. Поряд із загальними принципами її прояву в окремих країнах і сферах виробництва діють свої особливості, дослідження яких обумовлює також неухильний науковий і практичний інтерес. Питання наближення конкурентних можливостей України до європейських реалій досліджено недостатньо, хоча дана проблема є надзвичайно актуальною для нашої держави, яка нещодавно визначилась зі своїми інтеграційними пріоритетами, для успішної реалізації яких бракує відповідного теоретико-методологічного підґрунтя.

**Метою** статті є визначення конкурентних можливостей України на базі оцінки сучасного стану її торговельних відносин з ЄС та теоретико-методологічного аналізу основних концепцій конкуренції в аспекті трансформаційного розвитку світової економіки.

**Матеріали та методи.** Інформаційну базу дослідження становлять статистичні дані Державної служби статистики України, праці

вітчизняних і зарубіжних науковців з проблеми, що досліджувалась. У процесі підготовки статті використано сукупність загальнонаукових та спеціальних методів пізнання: економіко-статистичний, історичного і логічного аналізу, синтезу й абстракції.

**Результати дослідження.** Одним з провідних процесів, які визначають особливості розвитку сучасного світу, є інтернаціоналізація господарського життя. Її суть полягає в тому, що національні економічні системи можуть ефективно розвиватися лише за умови їх міжнародної взаємодії та взаємопроникнення. Тому нині важко назвати країну, яка б не була суб'єктом міжнародних економічних відносин і не зазнавала впливу зовнішнього середовища. Вирішальну роль в економічних відносинах між державами відіграє міжнародна торгівля, яка має важливе значення у збільшенні масштабів вітчизняного виробництва, створенні нових робочих місць, подоланні обмеженості національної ресурсної бази, розширенні місткості внутрішнього ринку та встановленні його зв'язку зі світовим ринком. Це значною мірою важливо і для України.

Співпрацюючи майже з 200-ми державами світу, Україна впродовж багатьох років зберігає з європейськими країнами потужні міжнародні відносини, які підкріплені низкою двосторонніх угод. Так, у 1994 р. першою з колишніх союзних республік вона підписала Угоду про партнерство і співробітництво (УПС) з ЄС, яка набула чинності в 1998 р. і фактично стала базовим документом щодо визначення правових і економічних механізмів співробітництва між Україною і ЄС.

З огляду на завершення у березні 2008 р. 10-річного терміну дії цієї Угоди, підписано низку документів щодо продовження співпраці України з ЄС. У подальшому було досягнуто політичної домовленості про укладення майбутньої угоди в форматі Угоди про асоціацію, побудованої на принципах політичної асоціації та економічної інтеграції, що відкриває шлях до лібералізації руху товарів, капіталів і послуг та широкої гармонізації нетарифних інструментів економічного регулювання. Остання почала діяти з 1 січня 2016 р. Це повинно в перспективі сприяти розширенню економічного співробітництва з ЄС і насамперед збільшенню обсягів торгівлі.

Для торговельних відносин України з Європейським Союзом характерними є такі тенденції. Після ратифікації Угоди про співробітництво в Україні, починаючи з 1999 р., зростали обсяги як українського експорту, так і європейського імпорту. До 2005 р. темпи зростання експорту переважали темпи зростання імпорту, внаслідок чого в цей період Україна мала позитивне сальдо в торгівлі з ЄС, яке в 2004 р. досягло майже 2 млрд дол. США. Протягом 2005–2008 рр. імпорт з ЄС до України зростав більш високими темпами ніж український експорт (відповідно в 2,3 і 1,8 раза) і від'ємне сальдо торгівлі товарами між Україною і ЄС збільшилось у 5,3 раза (з 1,9 млрд дол. США у 2005 р.

до 10 млрд дол. США у 2008 р.). У 2009 р. під час піку світової фінансової кризи спостерігалось стрімке зниження обсягів українського експорту до ЄС, які зменшилися майже до рівня 2003 р. [1]. Починаючи з 2010 р., обсяги українського експорту та імпорту збільшувалися фактично до 2014 р. При цьому темпи зростання імпорту переважали темпи зростання експорту, внаслідок чого зростало і від'ємне сальдо торговельного балансу між країнами. У 2015 р. обсяг експорту з України до європейських країн скоротився більше ніж на 23 %, а імпорту – на 27 % (табл. 1). На скорочення обсягів торгівлі вплинула анексія Криму і військові дії на частині території Донбасу. Проте, якщо враховувати, що в 2015 р. ЄС надав Україні преференції для переважної більшості товарів українського експорту, можна зробити висновок про існування низки серйозних проблем, які гальмують розвиток торговельних відносин і основна з них – недостатня конкурентоспроможність українських товарів на європейському ринку.

Таблиця 1

**Зовнішня торгівля України з країнами світу,  
в тому числі з Європейським Союзом, млн дол. США**

Рік	Загальний експорт	Загальний імпорт	Сальдо	Експорт до країн ЄС	Імпорт з країн ЄС	Сальдо
2010	51430,6	60739,9	-9309,3	13051,9	19101,2	-6049,3
2011	68394,2	82608,2	-14214,0	17970,0	25752,9	-7782,9
2012	68809,8	84658,1	-15848,3	17081,3	26156,4	-9075,1
2013	62 305,9	75 834,6	-13528,7	16573,5	26766,9	-10193,4
2014	53 913,5	54 381,8	-468,3	17004,7	21059,8	-4055,1
2015	38134,8	37562,3	632,5	13060,1	15294,5	-2234,4

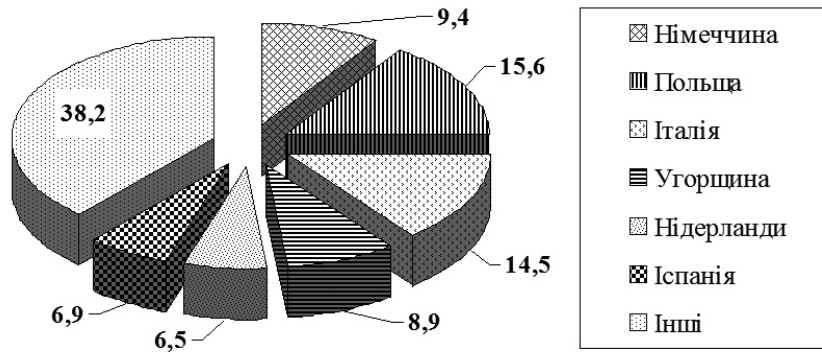
*Джерело: складено автором за [1]*

Україна має розгалужені торговельно-економічні відносини з відносно невеликою кількістю країн-членів ЄС, зокрема, щодо експорту (рис. 1). Це свідчить про їх значні потенційні можливості для інтенсивного розвитку.

Негативно впливала на розвиток торгівлі України з Європейським Союзом неефективна товарна структура українського експорту, більшу частку якого становили сировинні товари і напівфабрикати. У 2014 р. переважну частку в експорті займали чорні метали, зернові культури та мінеральні продукти (рис. 2).

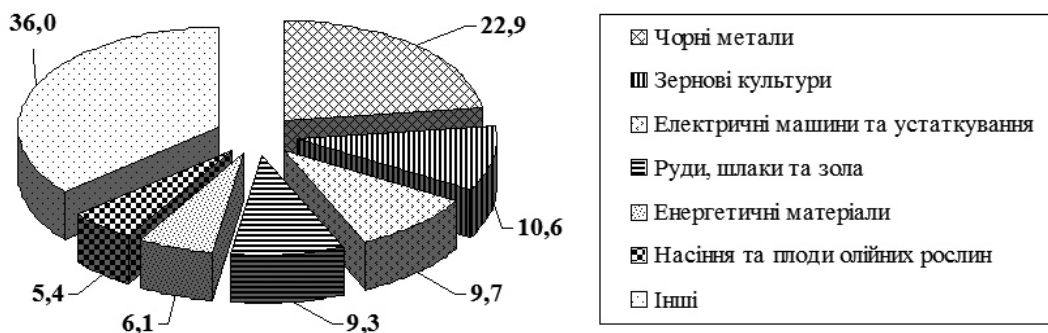
Таким чином, на європейському ринку Україна може бути конкурентоспроможною лише завдяки сировинним товарам і напівфабрикатам, які найбільше залежні від ринкової кон'юнктури та впливу негативних економічних явищ, що періодично виникають в усьому світі. Для розвитку економічних

відносин і збільшення обсягів українського експорту необхідно, щоб в Україні переважали фірми, які могли б конкурувати на міжнародних ринках на базі умов сучасної концепції глобальної конкуренції. У міру розвитку світової економіки в науці виникли різні наукові концепції конкуренції, аналіз яких має не лише наукове, але і практичне значення (табл. 2).



**Рис. 1. Географічна структура українського експорту до країн ЄС за 2014 р., %**

Джерело: складено автором за [1]



**Рис. 2. Товарна структура експорту товарів України до країн ЄС за 2014 р., %**

Джерело: складено автором за [1]

Вперше в економічній науці аналіз конкуренції як механізму, що сприяє вирішенню проблеми економічної результативності і в підсумку виступає рушійною силою економічного прогресу, здійснив А. Сміт [6]. У систематизованому вигляді під конкуренцією він розумів специфічну форму свідомих дій контрагентів ринку, спрямованих на досягнення їх власних інтересів, а саме їх суперництво. Теорія конкуренції А. Сміта побудована на приватній ініціативі і вільному конкурентному ринку, де рівновага між виробництвом і споживанням підтримувалась, з одного боку, завдяки конкуренції між великою кількістю незалежних виробників, а з іншого, – за наявності масових індивідуальних споживачів.

## Еволюція концепцій конкуренції

Автор	Назва	Основний зміст
А. Сміт	Досконала конкуренція – характерна для раннього (класичного капіталізму), основою якого були приватна ініціатива та вільний конкурентний ринок	Конкуренція – це ситуація, стан ринкової системи або форма поведінки контрагентів ринку, коли вони ведуть себе як суперники, використовуючи ціновий механізм інтересів, а базовим моментом визначається стан рівноваги ринкової системи. Конкуренція постає двигуном економічного зростання і ефективним механізмом оптимального розподілу ресурсів, інструментом якого є пропозиція, попит і ціна
І. Кірцнер	Функціональна теорія конкуренції, за якої її аналіз здійснюється з позицій функціонування ринку як процесу	Конкуренція – це елемент ринкового механізму, який виявляється у вигляді здатності підприємця сприймати і засвоювати нові можливості отримання прибутку за рахунок його ринкового досвіду
М. Портер	Теорія конкурентних переваг окремих фірм, які виступають безпосереднім об'єктом діяльності на світовому ринку	Конкуренція – це стратегії створення стійких переваг, яка зводиться до трьох типових варіантів, що є наслідком зацікавленості учасників ринку в ослабленні антагонізму при виході на ринок, де кожна фірма зустрічається з новими суперниками, спробами покупців збити ціни, постачальників – підвищити їх, з поширенням товарів-замінників
А. Бранденбургер, Б. Нейлбафф	Теорія «співконкуренції» (співробітництво плюс конкуренція)	Конкуренція – це гнучка політика, яка дає змогу об'єднувати боротьбу за лідерство із співпрацею, внаслідок чого формується конкурентна позиція компанії
Г. Хамел, К. Прахалад, Р. Кантер	Теорія інтелектуальної конкурентної переваги	Конкуренція – це технологія використання «базових функціональних властивостей продукту» (потенційних можливостей розвитку і вживання продукту) та «ключових компетенцій» (знання й уміння людей щодо розробки). Конкурентні переваги таких фірм можуть бути підсилені цифровою (електронною) корпоративною культурою

Джерело: складено автором за [2–7]

Концепція досконалої конкуренції базувалась на ідеальній схемі виробничих відносин, яка на практиці побудована так і не була. Проте певною мірою цей вид конкуренції залишився і до нині. Виходячи з аналізу від'ємних рис вказаної моделі, розроблено цілу низку концепцій конкурентних відносин, в яких тією чи іншою мірою намагалися врахувати еволюційні процеси, що відбувалися у світовій економічній системі. На відміну від А. Сміта, прихильники структурної концепції

конкуренції уявляли розвиток ринкової системи як динамічні (якісну і кількісну) зміни її властивостей, функцій і структури. Суттєвою її рисою є зміщення акценту на аналіз структури ринку і тих умов, які визначають хід конкурентного процесу в конкретних ринкових структурах. У міру економічного розвитку й ускладнення економічних зв'язків економіка потребує все більшого регулювання як з боку держави, так і самих економічних суб'єктів, що фактично робить неможливою досконалу конкуренцію, яка базується на засадах вільного ринку. Для України, де значною мірою залишається монополізація навіть серед малих товаровиробників, це особливо характерно. Тому в нашій країні практично відсутні навіть елементи досконалої конкуренції.

Конкурентна концепція А. Сміта, а також інших вчених, зокрема функціональна концепція І. Кірцнера, стосувалися в основному прояву конкуренції на внутрішньому ринку [4]. Вихід фірми на світовий ринок повинен бути обумовлений наявністю у неї конкурентних переваг у міжнародному суперництві. Її формування є процесом забезпечення конкурентоспроможності фірми, тобто захоплення вигідної конкурентної позиції за будь-якими параметрами оцінювання становища підприємства. Конкурентна позиція фірми або її конкурентоспроможність на міжнародному ринку насамперед виявляється через її участь у міжнародному обміні товарів, а саме в торгівлі. Виходячи з цього, теорії міжнародної торгівлі являють собою і певні концепції конкуренції. У класичних теоріях міжнародної торгівлі (абсолютних переваг А. Сміта, відносних переваг Д. Рікардо, факторів виробництва Е. Хекшнера і Б. Оліна), а також у неотехнологічних теоріях (технологічного розриву, скорочення витрат, ефекту масштабу, циклу життя продукту) суб'єктами конкуренції, конкурентоспроможність яких оцінюється, виступають країни. Отже, зазначені теорії фактично є теоріями конкурентоспроможності окремих країн [17]. Так, Україна є конкурентоспроможною на світовому ринку, у тому числі й європейському, завдяки відносним перевагам у виробництві певних товарів. В українському експорті найбільшу частку займають метали і вироби з них. Конкурентоспроможність їх забезпечується в основному відносною перевагою щодо вартості робочої сили. Конкуренція на базі викладеної концепції у сучасних умовах не дає можливості забезпечити сталу позицію на світовому ринку і особливо на висококонкурентному ринку ЄС.

Сучасні теорії міжнародної торгівлі можна розглядати як теорії конкурентних переваг окремих фірм, оскільки саме вони виступають безпосереднім об'єктом діяльності на світовому ринку, а не країни. Ідею щодо конкуренції на світовому ринку не країн, а фірм уперше висунув американський економіст М. Портер [5].

Посилення процесів глобалізації у світовій економіці, а також активна транснаціоналізація світового виробництва обумовили певні зміни у трактуванні сутності конкуренції і конкурентних переваг. Раніше конкуренція між учасниками ринкового процесу розглядалась як боротьба

(змагання) за набуття конкурентних переваг щодо завоювання більш зручної ринкової позиції і, як наслідок, отримання більшого прибутку. Однак значне підвищення рівня взаємозалежності між суб'єктами ринку в епоху глобалізації примушує їх до взаємної співпраці, що знайшло відображення в теорії «співконкуренції» (співробітництво плюс конкуренція), з якою виступили американці А. Бранденбургер та Б. Нейлбафф. У боротьбі за покупця два аналогічних підприємства є конкурентами, а в угодах з купівлі обладнання фірмам доцільно співпрацювати, наприклад: на замовленні декількох однакових моделей машин можна мати виграш, який буде прийнятним для обох учасників. Таким чином, концепція А. Бранденбургера та Б. Нейлбаффа спонукає до проведення гнучкої конкурентної політики, яка надає можливість об'єднувати боротьбу за лідерство із співпрацею, внаслідок чого формується конкурентна позиція компанії [2]. Певні елементи наведеної концепції конкуренції притаманні і деяким українським компаніям. Це стосується міжнародного співробітництва в літакобудуванні, космічній, військовій та інших сферах. Особливо воно було розвинене з підприємствами Російської Федерації, але через відомі обставини практично призупинено, що негативно впливає на діяльність як підприємств, так і економіки країни в цілому. Нині проводиться робота по налагодженню взаємодії з підприємствами інших країн. Так, досягнуто певні домовленості щодо виробництва українських літаків спільно із Саудівською Аравією.

Зазначені вище, а також інші концепції здобуття конкурентних переваг базуються в основному на досягненні лідерства при створенні споживчих цінностей. Позаяк у сучасну епоху високих технологій досягти сталих конкурентних переваг лише на цій основі неможливо. Необхідно враховувати такі нові фактори, як інновації, знання, володіння сучасними інформаційними засобами тощо. Розуміння цього привело до розробки нових концептуальних підходів до теорії конкуренції. Представники англо-американської школи Г. Хамел та К. Прахалад вперше поставили питання про те, що конкурентна позиція галузевих гігантів, яка здавалася непорушною, часто руйнується компаніями, що є носіями незначних традиційних конкурентних переваг [7]. Стійкі галузі економіки з появою нових продуктів стрімко реструктуруються, і тоді перспективність фірми визначається лідерством не на сьогоднішніх, а на майбутніх ринках, тобто перспективною конкурентоспроможністю. Ця нова якість конкурентної позиції фірми названа авторами інтелектуальним лідерством, в якій домінантом виступала нова складова конкурентної позиції фірми – інтелектуальна конкурентна перевага. Важливість цього висновку полягає в тому, що, на відміну від концепції М. Портера про створення ланцюжка споживчих цінностей як основи конкурентної позиції фірми, Г. Хамел та К. Прахалад основою діяльності компанії визнавали можливість її колективу і, насамперед, вищого менеджменту рухатися до майбутнього. Одноставний рух до майбутнього визнається ними як сучасне підґрунтя конкурентоспроможності фірми і стрімкий розвиток



науково-технічного прогресу, який може бути своєчасно врахованим у конкурентній перевазі лише в такий спосіб [7].

Ідеї Г. Хамела та К. Прахалада знайшли розвиток у праці професора Гарвардського університету Р. Кантера «Як досягти успіху у цифровій культурі майбутнього», що доповнює концепцію майбутніх переваг, яка формується сьогодні комплементарними факторами. На думку вченого, конкурентні переваги фірм можуть бути підсилені цифровою (електронною) корпоративною культурою [3].

У міру розвитку світового суспільства відбулась еволюція концепцій конкуренції. Проте це не означає, що умови та особливості конкуренції на певному етапі розвитку суспільства повністю відмирають і на їх місце приходять інші, більш досконалі. Внаслідок дії закону нерівномірного економічного розвитку існує значний розрив у економічному розвитку країн світу, який не тільки не скорочується, а навпаки зростає. Тому на практиці фірми і країни використовують ті концепції конкуренції, що дозволяє їм їх економічний потенціал. Концепція, яка ґрунтується на категоріях попиту і пропозиції, притаманна і для сучасного моменту, адже якщо немає попиту на певний товар, то він не може бути конкурентоспроможним незалежно від того, наскільки інноваційним він буде. Виходячи з попиту і пропозиції, і сьогодні залишається актуальною така категорія конкуренції, як ціна. Ще багато товарів є конкурентоспроможними саме за рахунок ціни. Це стосується багатьох українських товарів, які мають нижчу ціну порівняно з конкурентами через низьку вартість робочої сили. Завдяки в основному цьому фактору Китай став найбільшим експортером у світі. Проте ці переваги мають тимчасовий характер і найбільше піддані кон'юнктурним змінам.

Проведений аналіз теоретично доводить, що лише ті фірми, а завдяки ним і країни, зможуть досягти значного успіху в конкурентній боротьбі, якщо будуть орієнтуватися на конкурентні концепції, які спираються на створення, постійне вдосконалення і розвиток інноваційного економічного потенціалу, що підтверджено практикою. Досвід країн, які досягли найбільш значних успіхів в економічній конкуренції, домоглися цього саме за допомогою структурних перетворень і технічної модернізації виробництва.

Україна за часи незалежності не лише інноваційно не модернізувала свій економічний потенціал, а навпаки навіть втратила ті переваги, що були на момент деінтеграції Радянського Союзу. Це стосується таких галузей, як космічна, літако- і суднобудування, військової та інших, де Україна мала досить суттєві переваги. Як наслідок, Україна має доволі незначні показники експорту високотехнологічної продукції, що свідчить про низький інноваційний рівень української економіки. Частка експорту високотехнологічної продукції у загальному обсягу експорту України становить менше 3 %, у той час як імпорт становить близько 7 % загального імпорту. Майже 95 % вітчизняної продукції належить до виробництва 3-го та 4-го технологічних укладів, приріст

ВВП завдяки введенню нових технологій становить близько одного відсотка. Не змінилась ситуація на краще і останніми роками.

Причина цього – в олігархічній системі економіки України. Олігархи намагаються одержати конкурентні переваги не за рахунок дотримання новітніх конкурентних концепцій, а завдяки присутності у владних структурах і отриманні преференцій за рахунок бюджету. Така модель розвитку не має перспективи як для окремих економічних угруповань, у тому числі й олігархічних, так і для країни в цілому.

Україна потребує докорінної модернізації своєї конкурентної політики. Для цього доцільно врахувати світовий досвід у цій царині, насамперед Європейського Союзу. Основою моделі розвитку інноваційно-інформаційної конкурентної концепції ЄС є так звана Лісабонська стратегія, прийнята в 2000 р. на саміті лідерів країн-членів ЄС. Вона передбачала створення до 2010 р. найбільш конкурентоспроможної і динамічної економіки у світі, щоб ґрунтувалася на передових знаннях та технологіях. Головна її ідея полягає у переосмисленні умов конкуренції у периметрі розвитку «економіки знань», яка створюватиме додану вартість і, водночас, підвищуватиме продуктивність основних факторів виробництва при одночасному поліпшенні функціонування спільного європейського ринку, підтримці підприємництва, зміцненні стабільності макроекономічної системи і посиленні соціальної згуртованості за умов дотримання принципів сталого розвитку [18].

З огляду на динамічність сучасного світу, європейські країни врахували і необхідність постійного адаптування Лісабонського процесу до нових умов. Метою оновлення його стратегії є модернізація економіки країн-членів ЄС для збереження унікальної соціальної моделі в умовах зростання глобальної конкуренції, технологічних змін, загострення екологічних питань та старіння населення. Важливим заходом, який передбачений Лісабонською стратегією, є збільшення витрат на науково-дослідні виробничо-конструкторські роботи (НДВКР), що фактично і є основою формування інноваційно-інформаційного потенціалу європейських країн. Передбачено сформувані дієві стимули для приватного бізнесу в сфері їх фінансування, сприяти зростанню приватних інвестицій у наукові дослідження та інновації, досягти в 2010 р. обсягів витрат на фінансування НДВКР й інновації до 2,6 % ВВП. Для порівняння можна відмітити, що в Україні цей показник становить менше 1 %.

У переважній більшості найбільш розвинених країн наукові й інноваційні розробки значною мірою фінансуються за рахунок корпоративного сектора. У США за рахунок корпорацій фінансується понад 70 % витрат на НДВКР, у Німеччині – 70 %, Японії і Англії – понад 60 %, у Франції та Італії – близько 60 %. Тому не випадково, частка інтелектуального капіталу в сумарному показнику капіталізації сучасної середньої високотехнологічної корпорації сягає 85 % [13].

Основним результатом корпоративного фінансування НДВКР є патент. У США частка корпоративного патентування становить

близько 80 % від загальної кількості виданих у країні патентів. Реалізуючи стратегію інноваційного розвитку, компанії формують свій портфель патентів, що дає змогу максимально закріпити за собою права на використання винаходів у даній галузі і блокувати наукові дослідження і розробки конкурентів. Корпорації, виконуючи НДВКР, створюють при цьому не тільки об'єкти промислової власності, але й інші конкурентні переваги. Введення нематеріальних активів у свою діяльність і ефективне управління ними надає можливість не тільки захистити бізнес, а і підвищити вартість компаній, збільшивши розмір активів, забезпечити додатковий дохід за рахунок продажу ліцензій [13].

В Україні також переважними джерелами фінансування інноваційної діяльності є власні кошти підприємств, часто незначні за обсягом. У 2014 р. вони становили близько 7696 млн грн, або 300 млн дол. США. З держбюджету на фінансування інноваційної діяльності в 2014 р. асигновано лише 344,1 млн грн. При цьому майже 67 % коштів, що витрачаються на інноваційну діяльність, припадає на закупівлю обладнання, в той час як на придбання прав на нову інтелектуальну власність або на проведення НДВКР витрати на порядок менші. Майже половина підприємств, які з певною умовністю можна віднести до інноваційних, взагалі не фінансують проведення в інтересах свого виробництва наукових досліджень. У 2015 р. внаслідок суттєвої економічної стагнації скоротилися асигнування на ці цілі як з боку держави, так і корпорацій [1].

**Висновки.** У сучасному глобалізованому світі країна може бути достатньо конкурентоспроможною, якщо свою економічну політику будуватиме на засадах конкурентних переваг, а саме формування економіки інноваційно-інформаційного характеру. Для України це завдання є найбільш актуальним. Його вирішення полягає в: забезпеченні умов, які б сприяли створенню і розвитку інноваційно орієнтованих структур; збільшенні коштів на проведення наукових досліджень; впровадженні у виробництво інноваційних продуктів з боку провідних корпорацій; сприянні активному розвитку і функціонуванню малого інноваційного підприємництва; залученні до створення інноваційної інфраструктури провідних наукових закладів і університетів.

У зв'язку з поглибленням інтеграції України з Європейським Союзом науковцям доцільно розширити дослідження щодо залучення провідних європейських компаній у забезпечення більш високого рівня конкурентоспроможності української економіки шляхом надання інвестицій, створення спільних виробничих програм, що потребує проведення в Україні кардинальних реформ.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [http://ukrstat.org/operativ/operativ2005/zd/zd\\_rik/zd\\_r/g\\_s\\_r.html](http://ukrstat.org/operativ/operativ2005/zd/zd_rik/zd_r/g_s_r.html).
2. Brandenburger A. Co-opetition / A. Brandenburger, B. Nalebuff. — N.Y. : Doubleday, 1996. — P. 103.

3. Kanter R. Evolve! Succeeding in Digital Culture of Tomorrow / R. Kanter. — Harvard Business School Press. — Boston, 2001. — P. 257.
4. Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство / И. Кирцнер. — М. : Социум, 2006. — 272 с.
5. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер. — М. : Междунар. отношения, 1993. — 764 с.
6. Смит А. Исследование природы и причина богатства народа / А. Сміт. — М. : Эксмо, 2007. — 960 с.
7. Hamel G. Competing for the Future / G. Hamel, K. Prahalad. — Harvard Business School Press. — Boston, 1994. — P. 384.
8. Андрійчук В. Декларативність і віртуальність набуття Україною асоціації з ЄС / В. Андрійчук // Актуальні проблеми міжнарод. відносин. — 2009. — Вип. 84 (Ч. II). — С. 237–242.
9. Бережнюк І. Нетарифне регулювання як основний елемент зовнішньоекономічної політики Європейського Союзу / І. Бережнюк // Актуальні проблеми міжнарод. відносин. — 2014. — Вип. 118 (Ч. I). — С. 145–151.
10. Бураковський І. Зона вільної торгівлі з ЄС та Митний Союз з Росією, Білоруссю та Казахстаном: чи можлива інтеграція України в обидва об'єднання одночасно [Електронний ресурс] / І. Бураковський, В. Мовчан // Відносини Україна-ЄС: в умовах сучасних викликів. — Режим доступу : <http://konesh.ru/international-review-214-lipene-2010-vidnosini-ukrayina-y.html>.
11. Гальчинський А. Реформи ЄС – справді питання сьогодення порядку денного [Електронний ресурс] / А. Гальчинський. — Режим доступу : <http://gazeta.dt.ua/macrolevel/anatoliy-galchinskiy-reformi-yes-spravdi-pitannya-sogodnishnogo-poryadku-dennogo-html>.
12. Мазаракі А. Стратегія посткризового розвитку зовнішньоекономічного сектора України / А. Мазаракі. — Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. — 652 с.
13. Мазаракі А. Регуляторна політика у сфері зовнішньої торгівлі : монографія / А. Мазаракі, Т. Мельник. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. — 469 с.
14. Масштабей В. Экспортный маркетинг / В. Масштабей. — К. : Хвиля-прес, 1998. — 224 с.
15. Немиря Г. Європейський Союз і Україна : Старі партнери – нові сусіди? / Г. Немиря // Аналітичний щоквартальник. — 2003. — Вип.1. Розширення ЄС. — С. 1–19.
16. Пятницький В. Соглашение с ЕС – это наш «кевларовый слой» [Електронний ресурс] / В. Пятницький. — Режим доступу : [http://gazeta.zn.ua/international/valeriy-pyatnickiy-soglashenie-s-es-eto-nash-kevlarovyy-sloy-1\\_.html](http://gazeta.zn.ua/international/valeriy-pyatnickiy-soglashenie-s-es-eto-nash-kevlarovyy-sloy-1_.html).
17. Міжнародна економіка : підручник / за ред. А. А. Мазаракі. — Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. — 563 с.
18. Lisbon Strategy for Growth and Jobs [Електронний ресурс] — Режим доступу : <http://lisbon.cor.europa.eu>

*Стаття надійшла до редакції 25.05.2016.*

***Yukhimenko V. Competitiveness of Ukrainian economy under european integration.***

***Background.*** Trade and economic ties with the EU occupy a significant place in the international economic relations of Ukraine. The Association and free trade zone agreement in a priori should promote their growth and, in particular, increase the volume of Ukrainian exports to the EU. However, its volume not only didn't increase, despite the unilateral preferences granted by the EU to Ukraine in 2015, and even declined. In such circumstances, the ideas of increasing of competitiveness of Ukraine on European markets become very relevant.

*The analysis of the main researches and publications.* Well-known foreign and domestic scientists paid attention to the essential character and features of manifestation of competitiveness. Despite the considerable amount of publications on these problems, profound and permanent transformation of the world economic system, which directly affect the essence and nature of economic competitions, causing deepening of researches on the theory and methodology of competition. However, the questions of the development of trade between countries in terms of competitive opportunities aren't fully disclosed by scientists.

The **aim** of the research is to clarify the competitive opportunities of Ukraine on the basis of the assessment of the current state of trade relations with the EU and the theoretical and methodological analysis of the basic concepts of competition in terms of the transformational development of the global economy.

**Materials and methods.** The complex nature of the work is achieved via creative use and combination of general and specialized methods, including generalizing, analysis and synthesis, statistical analysis, system analysis.

**Results.** Stages of economic cooperation between Ukraine and the European Union, starting from the moment of ratification of the Cooperation Agreement (1998) to the Association and Free Trade Area Agreement (2015) were researched. Herewith, the attention was paid to the research of trends of trade development between Ukraine and EU member states. The dynamics of changes in the volume of exports and imports for the indicated period, product structure and geographical priorities were analyzed. Positive and negative aspects of trade cooperation were disclosed, and also it was proved that the main problem of further development of trade between Ukraine and the EU is the low level of competitiveness of Ukrainian goods on the European market. On the basis of the analysis of the evolution of basic concepts of competition since the period of classical capitalism to modern information and innovative economy it was proved that Ukraine could successfully develop trade with EU countries, if its economy would be based on the modern concept of international competition.

**Conclusion.** In today's globalized world, a country can be quite competitive, if its economic policy will be built on the principles of competitive advantages, the theoretical background of which is stationed above, namely the formation of the economy of innovative and informational nature. For Ukraine, this problem is the most urgent. Its solution is in provision of conditions that would promote the creation and development of innovational oriented structures, increase funds for scientific research conduction and introduction of innovative products from the side of leading corporations, promoting the active development and operation of the Small Innovation Business, involving to the creation of innovative infrastructure of leading scientific institutions and universities.

**Keywords:** European integration, the European market, the European Union, foreign trade, competition, competitiveness, concept of competition.

## REFERENCES

1. Oficijnyj sajt Derzhavnoi' sluzhby statystyky Ukrai'ny [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu : [http://ukrstat.org/operativ/operativ2005/zd/zd\\_rik/zd\\_r/g\\_s\\_r.html](http://ukrstat.org/operativ/operativ2005/zd/zd_rik/zd_r/g_s_r.html).
2. Brandenburger A. Co-opetition / A. Brandenburger, B. Nalebuff. — N.Y. : Doubleday, 1996. — P. 103.
3. Kanter R. Evolve! Succeeding in Digital Culture of Tomorrow / R. Kanter. — Harvard Business school Press. — Boston, 2001. — P. 257.
4. Kirchner I. Konkurencija i predprinimatel'stvo / I. Kirchner. — M. : Socium, 2006. — 272 s.
5. Porter M. Mezhdunarodnaja konkurencija / M. Porter. — M. : Mezhdunar. otnoshenija, 1993. — 764 s.

6. Smit A. Issledovanie prirody i prichina bogatstva naroda / A. Smit. — M. : Jeksmo, 2007. — 960 s.
7. Hamel G. Competing for the Future / G. Hamel, K. Prahalad. — Harvard Busintss Shool Press. — Boston, 1994. — P. 384.
8. Andrijchuk V. Deklaratyvnist' i virtual'nist' nabuttja Ukrai'noju asociacii' z JeS / V. Andrijchuk // Aktual'ni problemy mizhnarod. vidnosyn. — 2009. — Vyp. 84 (Ch. II). — S. 237–242.
9. Berezhnjuk I. Netaryfne reguljuvannja jak osnovnyj element zovnishn'oekonomichnoi' polityky Jevropejs'kogo Sojuzu / I. Berezhnjuk // Aktual'ni problemy mizhnarod. vidnosyn. — 2014. — Vyp. 118 (Ch. I). — S. 145–151.
10. Burakovs'kyj I. Zona vil'noi' torgivli z JeS ta Mytnyj Sojuz z Rosijeju, Bilorussju ta Kazahstanom: chy mozhlyva integracija Ukrai'ny v obydvja ob'jednannja odnochasno [Elektronnyj resurs] / I. Burakovs'kyj, V. Movchan // Vidnosyny Ukrai'na-JeS: v umovah suchasnyh vyklykiv. — Rezhym dostupu : <http://konesh.ru/international-review-214-lipene-2010-vidnosini-ukrayina-y.html>.
11. Gal'chyns'kyj A. Reformy JeS – spravdi pytannja s'ogodnishn'ogo porjadku dennogo [Elektronnyj resurs] / A. Gal'chyns'kyj. — Rezhym dostupu : <http://gazeta.dt.ua/macrolevel/anatolij-galchinskiy-reformi-yes-spravdi-pitannya-sogodnishnogo-poryadku-dennogo-html>.
12. Mazaraki A. Strategija postkryzovogo rozvytku zovnishn'oekonomichnogo sektora Ukrai'ny / A. Mazaraki. — Kyi'v : Kyi'v. nac. torg.-ekon. un-t, 2014. — 652 s.
13. Mazaraki A. Reguljatorna polityka u sferi zovnishn'oi' torgivli : monografija / A. Mazaraki, T. Mel'nyk. — K. : Kyi'v. nac. torg.-ekon. un-t, 2010. — 469 s.
14. Masshtabej V. Eksportnyj marketyng / V. Masshtabej. — K. : Hvylja-pres, 1998. — 224 s.
15. Nemyrja G. Jevropejs'kyj Sojuz i Ukrai'na : Stari partnery – novi susidy? / G. Nemyrja // Analitychnyj shhokvartal'nyk. — 2003. — Vyp.1. Rozshyrennja JeS. — S. 1–19.
16. Pjatnickij V. Soglashenie s ES – jeto nash «kevlarovyj sloj» [Elektronnij resurs] / V. Pjatnickij. — Rezhim dostupu : <http://gazeta.zn.ua/international/valeriy-pyatnickiy-soglashenie-s-es-eto-nash-kevlarovyy-sloy-1-.html>.
17. Mizhnarodna ekonomika : pidruchnyk / za red. A. A. Mazaraki. — Kyi'v : Kyi'v. nac. torg.-ekon. un-t, 2014. — 563 s.
18. Lisbon Strategy for Growth and Jobs [Elektronnij resurs] — Rezhim dostupu : <http://lisbon.cor.europa.eu>