

УДК 677.617.5.658.652

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ КАТЕГОРИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Д. О. КЛИМОВ, С. С. ДРОЗД

*Учреждение образования «Гомельский государственный
технический университет имени П. О. Сухого»,
Республика Беларусь*

Актуальность и важность проблемы повышения конкурентоспособности продукции обусловлены ее решающим значением для успешного развития экономики в условиях объективного процесса глобализации. Любая страна, в том числе и Республика Беларусь, будучи включенной в мирохозяйственные связи, должна знать и максимально эффективно использовать свои конкурентные преимущества перед другими странами. Низкая конкурентоспособность негативным образом сказывается на инвестиционных вложениях в страну, условиях предоставления иностранных кредитов и в конечном счете на эффективности воспроизводства и уровне жизни населения. Поэтому развитие и использование конкурентных преимуществ национальной экономики на микроуровне (конкурентоспособность предприятий), на мезоуровне (конкурентоспособность отраслей и регионов) и на макроуровне (конкурентоспособность страны) имеют ключевое значение для обеспечения национальных экономических интересов, выработки стратегии экономического развития страны, достижения устойчивого экономического роста.

Исторически концепция конкурентоспособности основана на теории использования в международном разделении труда сравнительных преимуществ национальных экономик (дешевый труд, богатые природные ресурсы, благоприятные географические, климатические, инфраструктурные факторы и т. п.) для экспорта продукции в страны, где таких преимуществ нет, и импорта продукции из стран, которые обладают преимуществами по сравнению с национальной экономикой страны-импортера.

Понятие «конкурентоспособность», если говорить дословно, обозначает «быть способным к конкуренции». Рассмотрение вопроса в данной плоскости может помочь ответить на ряд вопросов.

В переводе с латинского конкурировать означает «сталкиваться». Фактически, конкуренция – это борьба, противостояние интересов. И как любая борьба, конкуренция не исключает возможности действий соперников, направленных исключительно на препятствие по достижению поставленной вами цели. Это также необходимо учитывать, оценивая конкурентоспособность.

В рамках классической экономической теории конкуренция рассматривается как неотъемлемый элемент рыночного механизма. А. Смит трактовал конкуренцию как поведенческую категорию, когда индивидуальные продавцы и покупатели соперничают на рынке за более выгодные продажи и покупки соответственно. Конкуренция – это та самая «невидимая рука» рынка, которая координирует деятельность его участников. Наибольшее развитие конкуренция получает в условиях капиталистического способа производства. Цель конкуренции – борьба за получение возможно большей прибыли.

В ходе индустриального развития в рыночной среде созревают новые конкурентные условия, меняющие общий вектор конкуренции от преимущественного использования сравнительных национальных преимуществ к использованию динамично меняющихся конкурентных преимуществ, основанных на научно-технических достижениях, инновациях на всех стадиях от создания товара до продвижения его от производителя к потребителю.

Быстрый рост совокупного спроса и интенсивное повышение эффективности материального производства в индустриальном обществе выявили, с одной стороны, ограничения в наращивании материальных потребностей, а с другой стороны, создали предпосылки для перехода значительной части рабочей силы в сферу услуг. В рамках индустриального общества созревают условия для перехода к постиндустриальному обществу, которое становится отличительной чертой XXI в.

Постиндустриальное общество, формирующееся с середины 70-х гг. XX в., базируется на производстве наукоемких товаров и интеллектуальных услуг; выше всего ценятся знания, информация, на базе которых развиваются информационные технологии – основа нового электронофицированного типа производства, принципиально иных, чем ранее, управленческих систем, инфраструктурных сетей хозяйства, финансовых потоков [4].

В СССР отношение к проблеме конкурентоспособности было, мягко говоря, сдержанным – эта категория связывалась в основном с экспортными товарами. Такое положение полностью соответствовало характеру советской хозяйственной системы. Поэтому и основой конкурентоспособности являлась сравнительная прибыльность экспорта поставщиков. Ярким примером такого отношения к понятию конкурентоспособности является определение, данное Ю. Ф. Шамраем и Г. В. Габунией: «Конкурентоспособность может быть определена как сравнительная прибыльность экспорта поставщиков (фирм или стран), т. е. как разница между рыночными ценами и затратами на производство и реализацию поставляемой на мировой рынок продукции» [4].

Во второй половине XX в. конкуренция приобрела новые черты: свободная конкуренция частных товаропроизводителей на изначально открытых рынках сочеталась в самых разнообразных формах с конкуренцией монополистических и олигополистических структур на частично закрытых, в том числе с помощью протекционизма, рынках; постепенно происходил сдвиг от использования в основном ценовых методов конкуренции к преимущественно неценовым, хотя в реальной экономике всегда наблюдается их сочетание; изменение структуры спроса от потребления массовой унифицированной продукции к удовлетворению индивидуального потребительского и инвестиционного спроса трансформирует рынки на все более расщепляющиеся их сегменты с возрастающей интенсивностью конкуренции.

В принципе конкурирующим субъектам надо достигать тех же или еще лучших результатов в прибыльности производства и эффективности использования труда и капитала при кардинально меняющемся спросе, более сложной конфигурации рынков. Конкуренция за доходы потребителя приобретает все более агрессивный характер – выживает сильнейший инноватор. Во многих случаях конкурентная борьба приобретает избыточный, зачастую разрушительный характер, в связи с чем формируется новый, более высокий уровень конкурентоспособности, когда конкуренты вступают в партнерские отношения. Создание гибких альянсов, взаимный обмен конкурентов-партнеров новейшими научно-техническими достижениями, инновациями и ноу-хау взаимно обогащают их и усиливают конкурентоспособность обеих сторон. Одновременно государства изыскивают новые способы регулирования соз-

дания альянсов с чрезмерной монополизацией производства для защиты «добросостоятельной» конкуренции.

В настоящее время особый интерес представляет проблема конкурентоспособности в условиях глобализации мирового хозяйства и формирования «новой экономики». Наиболее продвинутой частью «новой экономики» выступает интернет-экономика. Суть проблемы заключается в использовании наиболее развитыми странами новых конкурентных преимуществ, связанных с интернет-технологиями, позволяющими захватить выгодные сегменты быстро расширяющегося интернет-пространства. «В результате преобразований сотрудничать и конкурировать на рынках начинают не организованные структуры, которые сейчас представляют компании, а чистые ноу-хау и владеющие ими бренды» [3].

Казалось бы, совершенно по-другому должно было быть в современной Беларуси. Однако и здесь, несмотря на ускоренное строительство рыночной экономики, проблеме конкурентоспособности сравнительно долго не уделялось достойного внимания, хотя эта категория является ключевой в контексте обеспечения ее успешной конкурентной борьбы в мировой экономике. Тем не менее на это есть веские причины: в дореформенных условиях обращение к этой области экономической жизни не было актуальным, а трансформация национальной хозяйственной системы Беларуси оказалась настолько быстрой и радикальной, что наука не успела основательно осмыслить новые реальности. В определенной степени такому осмыслению мешают и кажущаяся очевидность содержания категории конкурентоспособности, и ее близость к категории эффективности: их нередко рассматривают в качестве однопорядковых, хотя первая, основываясь на последней, включает в себе более сложные взаимосвязи хозяйствующих субъектов – отдельных фирм и корпораций, отраслевых объединений и национальных комплексов.

В отличие от отечественной зарубежная экономическая наука уделяла больше внимания пониманию конкурентоспособности и определяла это понятие более широко. Например, по определению гарвардского словаря «Field Guide to Business Terms» основой конкурентоспособности являются товары и услуги, которые могут успешно конкурировать на мировых рынках. Российские экономисты обратили более пристальное внимание на проблему конкурентоспособности в кризисный 1998 г. Так, М. Гельвановский, В. Жуковская, И. Трофимова в 1998 г. дали следующие определения конкурентоспособности: «Конкурентоспособность – обладание свойствами, создающими преимущества для субъекта экономического соревнования» [6]; «Микроконкурентоспособность – соотношение цены и качества конкретных товаров, производимых отдельными предприятиями и фирмами, или оказываемых ими услуг» [6]; «Мезоконкурентоспособность – эффективность работы отдельных отраслей национального хозяйства, оцениваемая, помимо традиционных критериев, по показателям, характерным для данной отрасли и описывающим степень ее живучести и динамичности при различных вариантах развития экономики данной страны и мира в целом» [6]. В основу разделения на уровни был положен отраслевой подход.

В 1999 г. А. З. Селезнев использовал территориальный подход и дал определение конкурентоспособности региона: «Конкурентоспособность региона – обусловленное экономическими, социальными, политическими и другими факторами положение региона и его отдельных товаропроизводителей на внутреннем и внешних рынках, отражаемое через показатели, адекватно характеризующие такое состояние и его динамику». М. Коллонтай спустился на более низкий уровень конкурентоспособности и дал определение конкурентоспособности товара с точки зрения покупателей: «Конкурентоспособность товара – это способность товара на единицу своей стоимости удовлетворять больше потребностей покупателей или на более высоком уровне,

чем товар конкурентов». Подобное же определение национальной конкурентоспособности дали в 2005 г. М. Дерябина и С. Колчин, но в более сжатом виде: «Национальная конкурентоспособность – способность национальной экономики в рыночной системе производить и потреблять товары и услуги в условиях конкурентной борьбы с товарами и услугами, производимыми в других странах» [8]. И. О. Миргородская определила конкурентоспособность как некую возможность приспособления к изменениям, подчеркнув при этом, что ее необходимо рассматривать только в среде соперничества: «Конкурентоспособность – это возможность приспособиться к изменяющимся условиям с точки зрения удержания или улучшения позиций среди соперничающих» [9]. И. П. Богомолова и Е. В. Хохлов в 2005 г. дали общее определение конкурентоспособности, дополнив реальную способность объекта выполнять свои функциональные обязанности в условиях возможного противодействия соперников, потенциальной: «Конкурентоспособность объекта – состояние, характеризующее реальную или потенциальную возможность выполнения своих функциональных обязанностей в условиях возможного». Так изменялось понятие конкурентоспособности в экономической науке.

В современной теории по проблемам конкурентоспособности существуют два подхода к выделению уровней конкурентоспособности: территориальный и отраслевой. С точки зрения территориального подхода выделяют конкурентоспособность страны (макроуровень), конкурентоспособность региона (мезоуровень) и конкурентоспособность фирмы (микроуровень). Отраслевой подход выделяет национальную конкурентоспособность (макроуровень), конкурентоспособность отрасли (мезоуровень) и конкурентоспособность товара (микроуровень).

Несмотря на значимость рассматриваемой проблемы, понятие конкурентоспособности до сих пор не получило однозначного толкования. Встречаются весьма широкие определения, трактующие ее как способность обеспечивать высокий уровень доходов населения, и узкие, подразумевающие способность производить и реализовывать товары и услуги.

Данное понятие определяет по поводу чего, где и с кем осуществляется конкуренция. Это значит, что страна может иметь высокие конкурентные позиции в отношении одних товаров или характеристик ее экономики и низкие – в отношении других. Точно так же страна может достаточно эффективно конкурировать на одних рынках и с одними странами и быть неконкурентоспособной на других рынках и по отношению к другим странам.

Страны конкурируют не только на товарных рынках, но и на рынках капитала, рабочей силы. При этом для каждой из них главной целью участия в этом процессе является максимизация финансовых и материальных средств, направляемых на повышение ее благосостояния. В контексте этого, в частности, каждая страна стремится максимизировать иностранные инвестиции в собственную экономику, конкурируя на рынке капиталов, демонстрируя свои сравнительные преимущества как места их приложения.

В общем случае конкуренция возникает тогда, когда ресурсы, на которые возникает спрос (материальные, финансовые, интеллектуальные), ограничены и превышают предложения, или там, где предложение превышает спрос на предлагаемые товары и услуги. Так, предприятия конкурируют за получение лучших материальных ресурсов для использования их в производстве, за найм на работу наиболее квалифицированной рабочей силы, а также за реализацию по выгодной цене произведенной ими продукции, т. е. за получение денег, формирующих платежеспособный спрос на их товары.

Исходя из того, что национальные экономические интересы сводятся к максимальному удовлетворению потребностей населения, конкуренция фактически происходит в сфере привлечения создаваемых и добываемых человечеством благ для конечного использования в конкретной стране. Иными словами, межстрановая конкуренция имеет место в сфере максимального использования произведенного в мире валового внутреннего продукта для целей благосостояния своих стран. Ее следует понимать как способность одной страны обеспечивать стабильно высокий относительно других уровень конечного потребления и валового накопления в расчете на душу населения.

Целевой установкой любой страны является повышение уровня конкурентоспособности на основе использования и развития реальных конкурентных преимуществ и активного участия в формировании международной экономической среды, благоприятной для национальной экономики.

Конкурентоспособность страны основывается на конкурентоспособности отдельных отраслей, предприятий (фирм) и регионов.

Отраслевая конкурентоспособность определяется положением отрасли на международных и внутренних рынках и связана в значительной мере со специализацией национальной экономики. Количественно ее характеризуют показатели доли экспорта товаров в общем объеме экспортных поставок страны или мировом экспорте товаров, доли данной отрасли в ВВП государства, вывозе (ввозе) капитала и т. д.

На микроуровне она определяется конкурентоспособностью отдельных предприятий (фирм), под которой понимается способность эффективно производить имеющие рыночную ценность товары и услуги для достижения высокого уровня доходов и отдачи на капитал. Конкурентоспособность предприятия (фирмы) зависит от стратегии его поведения, качества микроэкономической предпринимательской среды, комплекса потребительских, ценовых и качественных характеристик, определяющих конкурентоспособность производимых товаров и услуг на внутреннем и внешних рынках.

Конкурентоспособность региона обуславливается в первую очередь конкурентоспособностью расположенных на его территории отраслей и предприятий, а также факторными преимуществами (ресурсными, природно-климатическими, инфраструктурными, институциональными и др.).

Таким образом, современные тенденции сводятся к тому, что степень усиления рыночных позиций на внешних рынках отдельного предприятия все в большей мере смещается от уровня конкурентоспособности продукции (предприятия) к уровням конкурентоспособности государства (региона, отрасли). Устойчивое положение предприятия на внешних рынках, уровень его инвестиционной привлекательности для стратегических партнеров и степень лояльности (доверия) потребителей во многом определяются уровнем конкурентоспособности государства (региона, отрасли) как гаранта создания привлекательных условий предпринимательской деятельности и вложения капитала.

Исследование понятийного аппарата конкурентоспособности позволяет сделать следующие выводы:

1) понятие конкурентоспособности модифицируется в зависимости от целей и задач исследователей; требований субъектов рыночных отношений (потребителей, конкурентов, инвесторов, партнеров) и масштабов деятельности (внутренние, внешние рынки);

2) понятия конкурентоспособности чаще всего ориентированы на оценку уровня на текущий момент времени без учета факторов, определяющих потенциал роста конкурентоспособности;

3) понятия конкурентоспособности не имеют строгой иерархии по уровням управления (предприятие, отрасль, регион, государство) в связи с изолированностью исследований и отсутствием понимания значимости конкурентоспособности субъектов рынка более высоких уровней управления для низких уровней управления при решении задач усиления рыночных позиций на внешних рынках;

4) понятие конкурентоспособности для отдельных субъектов рынка не соответствует методикам ее оценки, что приводит к несопоставимости параметров и критериев, искажающих реальный уровень конкурентоспособности.

Разнообразие методологических подходов авторов к исследованию конкурентоспособности, а также изолированное рассмотрение того или иного объекта без учета места в иерархии понятий и выделения базового уровня конкурентоспособности, определяющего все другие уровни, приводят к невозможности:

1) выработать систему типовых управленческих решений тактического и стратегического характера социально-экономическими системами более высокого уровня (отрасль, регион, государство) для повышения уровня и наращивания потенциала конкурентоспособности предприятия, продукции;

2) согласовать механизмы взаимодействия различных субъектов рынка при формировании конкурентных преимуществ и усилении позиций на различных видах рынков (региональных, межрегиональных, международных).

В соответствии с этим для согласования действий различных производителей и различных уровней управления при разработке и принятии управленческих решений по механизмам экономического роста должен быть сформирован единый понятийный и методический аппарат, позволяющий производить оценку конкурентоспособности каждого субъекта рынка, с одной стороны, изолированно друг от друга, с другой – в системе иерархии уровней управления. При этом параметры оценки уровня конкурентоспособности низшего уровня должны входить как базовые переменные в параметры оценки высшего уровня иерархии (предприятие, отрасль, регион, кластер, государство).

Литература

1. Александрович, Я. М. Методологические подходы к определению уровня конкурентоспособности продукции / Я. М. Александрович // Экон. бюл. НИЭИ М-ва экон. Респ. Беларусь. – 2006. – № 7. – С. 86–98.
2. Баркова, В. А. Конкурентоспособность страны. Определяющие факторы / В. А. Баркова // Финансы, учет, аудит. – 2009. – № 10. – С. 31–32.
3. Бекетов, Н. В. Информационная экономика: современные тенденции и перспективы развития / Н. В. Бекетов // Экономика и промышленная политика России : тр. V Междунар. науч.-практ. конф. (г. Санкт-Петербург, 14–19 июня 2006 г.). – Санкт-Петербург : Изд-во Санкт-Петербург. гос. политехн. ун-та, 2006. – С. 518.
4. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество: Опыт социального прогнозирования / Д. Белл ; пер. с англ. В.Л. Иноземцева. – Москва : Academia, 1999. – С. 65.
5. Богомолова, И. П. Анализ формирования категории конкурентоспособность как фактора рыночного превосходства экономических объектов / И. П. Богомолова, Е. В. Хохлов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. – № 1. – С. 113–119.
6. Гельвановский, М. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерениях / М. Гельвановский, В. Жуковская, И. Трофимова // Рос. экон. журн. – 1998. – № 3. – С. 18–68.

7. Говорова, Н. Н. Конкурентоспособность – основной фактор развития современной экономики / Н. Н. Говорова // Проблемы теории и практики управления. – 2006. – № 4. – С. 25–30.
8. Дерябина, М. Конкурентоспособность российской экономики в условиях глобализации / М. Дерябина, С. Колчин // Власть. – 2005. – № 2. – С. 34–43.
9. Миргородская, Е. О. Конкурентоспособность как интегральное свойство рыночной системы хозяйствования / Е. О. Миргородская // Философия хозяйства. – 2005. – № 4/5. – С. 187–203.

Получено 23.12.2009 г.