

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ КОНКУРЕНТНЫХ ОТНОШЕНИЙ

© 2013 А.В. Крайнова\*

**Ключевые слова:** конкуренция, конкурентные отношения, теории конкуренции, конкурентоспособность, уровни конкурентоспособности, конкурентные преимущества, конкурентная позиция, система конкурентных отношений.

Рассмотрены основные теории конкуренции, взаимосвязь конкуренции и конкурентоспособности. Составлены схемы и показаны взаимосвязи в системе конкурентных отношений. Предложено распределение конкурентоспособности по уровням в зависимости от субъекта.

Вопросы конкуренции на протяжении многих веков занимали умы экономистов, и в настоящее время есть множество взглядов на ее развитие, однако теоретическую базу конкуренции заложили представители течения “меркантилизм”.

Нельзя не отметить, что большое влияние на развитие теории конкуренции оказали А. Смит и Д. Рикардо. В своей книге А. Смит показывал конкуренцию как поведенческую категорию, когда индивидуальные продавцы и покупатели соперничают на рынке за более выгодные условия продажи и покупки, соответственно. Конкуренция, с его точки зрения, это естественное свойство человека и та самая “невидимая рука” рынка, которая координирует деятельность всех его участников<sup>1</sup>.

Д. Рикардо уточнил теорию совершенной конкуренции, он делал акцент на то, что цены формируются под воздействием спроса и предложения в долгосрочном периоде<sup>2</sup>.

В дальнейшем теорию конкуренции развивали такие ученые, как К. Маркс, А. Маршалл, Э. Чемберлин, М. Вальрас, У. Джевонс, Дж.Б. Кларк, Дж. Стиглер и др.

Неоспорим факт, что конкуренция является формой проявления рынка, с одной стороны, и одним из его важнейших условий существования, с другой стороны. Рынок – лишь институт для совершения сделок, который может быть совершенным или несовершенным (конкурентным). Однако часто эти понятия смешиваются, отчего возникают противоречия в определении первичности данных терминов. Конкуренция также сочетает в себе основные черты капитализма: частную

собственность, свободу предпринимательства и личную заинтересованность.

Американский экономист М. Портер внес неоценимый вклад в развитие теории конкуренции. Основными постулатами его теории были: положение об объективной необходимости конкуренции, стремление усиления внутренней конкуренции, ее зависимость от уровня производительности<sup>3</sup>.

Современная отечественная экономическая наука также отводит вопросам конкуренции важное место. В этой сфере свои исследования проводили М. Гельвановский, А. Юданов, Р. Фатхутдинов, Г. Азоев, Е. Горбашко, Х. Фасхиев и др.

Необходимо отметить, что термин “конкурентные преимущества” (competitive benefits) встречается довольно часто при рассмотрении научных теорий конца XX – начала XXI в. Под конкурентными преимуществами в общем виде можно понимать параметры, определяющие превосходство определенного субъекта или объекта над конкурентами по определенным значениям. Согласно трудам Портера, основная цель предприятия заключается не столько в удовлетворении спроса, сколько в получении большей прибыли. Он рассматривает два вида конкурентных преимуществ: низкие издержки и специализацию.

Термин “конкуренция” также дополняет понятие “конкурентная позиция”. В наиболее обобщенном виде под ней понимается совокупность определенных конкурентных преимуществ субъекта (объекта) в установленный период времени на определенном конкурентном рынке. Например, Г.Л. Азоев

\* Крайнова Александра Владимировна, аспирант Самарского государственного экономического университета. E-mail: kraynovaav@gmail.com.

подразумевал под конкурентной позицией степень доминирования на рынке, М. Портер отождествлял с термином “конкурентные преимущества”.

С течением времени понятие конкуренции менялось и усложнялось, приходя в соответствие с меняющейся структурой экономики, измененным укладом жизни населения, технологическим и социальным развитием. Термин “конкуренция” стал включать в себя не только экономический аспект, но и политическую, социальную направленность.

Категория “конкурентоспособность” неразрывно связана с “конкуренцией”. Однако грань между этими понятиями настолько тонкая, что без отношения к конкретному периоду времени, конкретному рынку, конкретной ситуации, достаточно сложно определить, что первично.

По аналогии со всеми экономическими категориями существует достаточно много мнений по определению конкурентоспособности. В наиболее упрощенном виде конкурентоспособность подразумевает способность субъектом получать большие преимущества по сравнению с другими.

Конкурентоспособность необходимо рассматривать на трех уровнях: микроуровне, мезоуровне, макроуровне.

На микроуровне рассматриваются продукция, производство, предприятия. На мезоуровне - отрасли, регионы, объединения предприятий, кластеры. На макроуровне изучают экономические отношения в стране, в не-

скольких странах, транснациональных корпорациях, международных объединениях стран.

Данное утверждение отображено на рисунке.

Исходя из того, что все параметры конкурентоспособности, указанные ранее, на каждом конкретном уровне будут отличаться, методологически точнее будет указание наиболее общих подходов к определению конкурентоспособности и рассмотрение ее особенностей на каждом уровне по отношению к определенному субъекту или объекту.

Не вызывает полемики тот факт, что базовым понятием в классификации конкурентоспособности является конкурентоспособность товаров и услуг.

По результатам проведенного анализа экономической литературы были выявлены основные определения конкурентоспособности товара:

1. Способность удовлетворять требованиям рынка и потребностям групп потребителей (А. Юданов, Е. Горбашко, Е. Демченко)<sup>4</sup>.
2. Способность товара или услуги приносить прибыль (И.Н. Рыбаков, Е.Т. Гребнев)<sup>5</sup>.
3. Степень превосходства товара по совокупности качественных, стоимостных, инновационных, сервисных и иных характеристик перед конкурентным товаром (С.Г. Свистульников)<sup>6</sup>.

В трудах отечественных и зарубежных авторов просматривается разграничение на качественную (Г.И. Фельдман) и количествен-

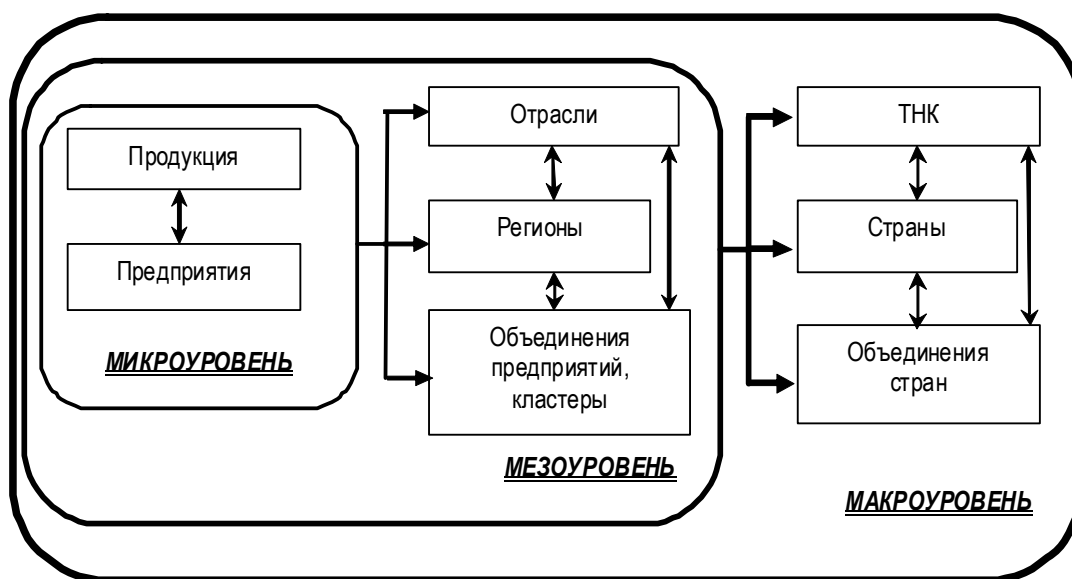


Рис. Взаимодействие между уровнями конкурентоспособности

ную основу (Б.А. Райзенберг) конкурентоспособности товара. На наш взгляд, чтобы исключить узость понятия, в определение конкурентоспособности товара необходимо включать обе характеристики.

По нашему мнению, конкурентоспособность товаров является комплексным показателем, представляет собой совокупность различных характеристик данного товара на рынке по сравнению с аналогичными товарами и отражает степень удовлетворенности потребителей, с одной стороны, и величину издержек на его производство и реализацию - с другой.

Понятие "конкурентоспособность предприятия" имеет множество различных интерпретаций и довольно часто употребляется в современной науке.

Анализ различных теорий и литературы позволяет сделать вывод о том, что суть конкурентоспособности предприятия заключается в превосходстве одного агента рынка над другим на определенном этапе развития по различным критериям<sup>7</sup>.

М. Портер, как говорилось ранее, отождествлял конкурентоспособность предприятия с его способностью завоевывать и удерживать конкурентные преимущества. Он считал, что основное внимание следует уделять развитию внутреннего рынка, так как в первую очередь предприятия стремятся удовлетворить отечественных потребителей, что с течением времени повышает вероятность успеха на международном рынке. В подтверждение он указывал, что на конкурентоспособность предприятия может влиять два фактора: средний уровень производительности в отрасли и место конкурентного предприятия в данной отрасли.

Профессор Х.А. Фасхиев провел анализ основных определений конкурентоспособности предприятия, из которого сделал вывод об их разделении на три группы<sup>8</sup>:

1. Группа определений, основанных на внутренней и внешней деятельности предприятия (В. Баринов, Н.С. Яшин).

2. Группа определений, основанных на товарной составляющей конкурентоспособности (Р.А. Фатхутдинов, М.Г. Миронов).

3. Группа определений, сочетающих товар и производственную деятельность субъекта (Х.А. Фасхиев, В. Грузинов).

Несомненно, показатель конкурентоспособности предприятия является важнейшей характеристикой его деятельности, и для его характеристики необходима интегральная оценка, что предполагает анализ и учет всех факторов, влияющих на внутренние процессы производства и реализации товара<sup>9</sup>.

В большинстве научных трудов под конкурентоспособностью страны понимается степень ее вовлеченности в международную торговлю, а именно, способность страны соперничать с мировыми лидерами по различным направлениям, удерживать свои приоритетные сегменты на мировых рынках, производить продукцию, сертифицированную по международным стандартам качества, обеспечивать прибыльность деятельности предприятий как на внутренних, так и на внешних рынках. На наш взгляд, к этим условиям необходимо добавить способность страны поддерживать экономический рост при поддержании социальных и экономических показателей на должном уровне, отсутствие у страны внешнего долга и долгосрочного дефицита платежного баланса.

По мнению И.В. Пилипенко, бурный интерес к изучению понятия "конкурентоспособность страны" связан с появлением новых конкурентных преимуществ у стран, не относящихся к категории высокоразвитых, в которых наметился круг проблем, не поддающихся решению с помощью известных методов<sup>10</sup>.

Рассматривая конкурентоспособность страны, Портер говорил о необходимости, в первую очередь, стимулировать развитие предприятий. На наш взгляд, это положение можно рассматривать с двух позиций. С одной стороны, главная цель страны - поддержание достойного уровня жизни населения. И именно предприятия должны стараться через удержание конкурентных преимуществ (минимизации затрат и дифференциации продукции) удовлетворить требования покупателя, что повысит прибыльность и эффективность самого предприятия, приведет к повышению конкурентоспособности отрасли, а следовательно, положительно отразится на стране в целом. С другой стороны, успех предприятия зависит от многих внешних факторов, таких как политика государства, поло-

Основные характеристики уровней конкурентоспособности

Показатели	Факторы	Цель	Главное свойство
Конкурентоспособность товара, предприятия (микроуровень)	- Производительность труда - Качество товаров и услуг - Цена - Уровень квалификации персонала и менеджмента - Технологический уровень производства - Доступность источников финансирования	Эффективно удовлетворять какую-либо определенную потребность потребителя на конкурентном рынке	Способность производить товар (услугу), обладающую конкурентным преимуществом перед товаром-конкурентом; уникальная конкурентная позиция предприятия
Конкурентоспособность отрасли (мезоуровень)	- Научно-технический уровень - Степень концентрации производства - Степень совершенства технологии производства - Инновационность - Инвестиционная привлекательность - Государственная поддержка	Рост эффективности и дифференциации производства в рамках максимизации прибыли и снижения издержек	Достижение конкурентного преимущества
Конкурентоспособность страны (макроуровень)	- Экономический рост - Структура экономики - Научно-технический потенциал - Уровень процентной ставки - Курс валюты - Социально-политическое развитие - Положение страны в системе мировых хозяйственных связей	Достижение необходимого уровня основных экономических и социальных показателей (ВВП, уровень жизни, занятость, инфляция и т.д.), формирование внешнего имиджа страны	Наличие и развитие национальных уникальных преимуществ

жение в отрасли, надежность поставщиков, действия конкурентов и т.п. Также направление всех усилий страны для поддержания конкретного предприятия или группы предприятий нецелесообразно и недостаточно.

Анализ взглядов экономистов на данную категорию позволяет объяснить различия в объяснении конкурентоспособности страны. Они связаны, в первую очередь, с различным пониманием фундаментальных причин, по которым предприятия и страна могут удерживать конкурентные преимущества на мировом рынке.

Таким образом, предлагается объединить в следующие группы основные характеристики определений конкурентоспособности страны:

- ◆ показатель, отражающий способность отечественных предприятий производить конкурентоспособную продукцию, соответствующую международным стандартам;
- ◆ показатель, обуславливающий научно-технический потенциал страны;
- ◆ показатель, показывающий агрегированное значение результатов экономического развития страны;

- ◆ показатель, характеризующий уровень жизни;

- ◆ показатель, отражающий эффективность использования ресурсов.

Резюмируем рассмотренные уровни конкурентоспособности в таблице.

Возвращаясь к теоретической основе конкурентоспособности важно отметить, что необходимо определять место каждой категории в общей системе конкурентных отношений. На наш взгляд, система конкурентных отношений представляет собой взаимосвязь отношений субъектов, объектов, их характеристик, а также методов, с помощью которых они стремятся достичь лидерства в процессе действия рыночных механизмов.

<sup>1</sup> Smith A. The Wealth of Nations. London, 1954. P. 56-57 (русский перевод: Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. Кн. I-III / отв. ред. Л.И. Абалкин ; пер с англ. Е.М. Майбурда. М., 1993).

<sup>2</sup> Рикардо Д. Начала политической экономии и налогообложения. М., 1935.

<sup>3</sup> Портер М.Э. Конкуренция : пер. с англ. М., 2005.

<sup>4</sup> См.: Юданов А. Конкуренция: теория и практика. 3-е изд. М., 2001; Горбашко Е.А. Конкурентоспособность промышленной продукции : учеб. пособие. СПб., 1991; Демченко Е.В. Маркетинг услуг : учеб. пособие. Минск, 2002.

<sup>5</sup> Рыбаков И.Н. Качество и конкурентоспособность продукции при рыночных отношениях. М., 1995.

<sup>6</sup> Светульников С.Г. Прогнозирование экономической конъюнктуры в маркетинговых исследованиях. СПб., 1997.

<sup>7</sup> Измайлов А.М., Стрельцов А.В. Системный подход к повышению конкурентоспособности пред-

приятий фармацевтической промышленности // Вестн. Самар. гос. экон. ун-та. Самара, 2012. □ 7 (93).

<sup>8</sup> Фасхиев Х.А. Определение конкурентоспособности предприятия // Маркетинг в России и за рубежом. 2009. □ 4.

<sup>9</sup> Конкурентоспособность высшего учебного заведения в образовательном пространстве региона. Самара, 2004.

<sup>10</sup> Пилипенко И.В. Анализ основных зарубежных теорий конкурентоспособности стран и регионов в современном мировом хозяйстве // Изв. АН. Серия географическая. 2003. □ 6.

*Поступила в редакцию 07.02.2013 г.*