

УДК 332.1

## СУЩНОСТЬ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КАК ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КАТЕГОРИИ

Ст. преп. Селезнёва Ю.М.

УО «Витебский государственный технологический университет»

Существует немного экономических понятий, при определении которых разногласия носили бы столь выраженный характер, как по отношению к понятию «конкурентоспособность». Обобщив существующие подходы к определению понятия «конкурентоспособность», можно сделать следующие выводы:

- 1) конкурентоспособность – это свойство практически любых экономических объектов, в том числе и регионов;
- 2) конкурентоспособность является категорией динамической, причем ее динамика обусловлена, прежде всего, внешними факторами, значительная часть которых может рассматриваться как неуправляемые параметры;
- 3) применительно к товару конкурентоспособность является развитием категории качества, а применительно к субъектам предпринимательского сектора конкурентоспособность представляет собой категорию эффективности, но на более высоком уровне.

Другими словами, «конкурентоспособность» – это свойство объекта, имеющего определенную долю соответствующего релевантного рынка, которое характеризует степень соответствия технико-функциональных, экономических, организационных и других характеристик объекта требованиям потребителей, определяет долю рынка, принадлежащую данному объекту, и препятствует перераспределению этого рынка в пользу других объектов».

Следствиями приведенного определения являются следующие очевидные утверждения:

А. полностью конкурентоспособной может быть признана только такая продукция, которая обладает различными по своей природе показателями, не уступающими (по крайней мере) соответствующим показателям проданного товара в условиях конкретного рынка.

Б. основой для оценки конкурентоспособности любого вида продукции должно являться комплексное исследование рынка методами современного маркетинга, что позволит не просто определить некоторый абстрактный «базовый образец», но и правильно оценить место анализируемого объекта на данном рынке в сопоставлении с аналогичными оценками реальных и возможных субъектов рынка.

В. при приобретении товара потребитель останавливает свой выбор на том образце среди аналогичных, который в наибольшей степени удовлетворяет его потребность. Каждая потребность, независимо от того, относится ли она к сфере производства, или к сфере личного пользования, характеризуется совокупностью параметров, описывающих область ее существования и содержание необходимого полезного эффекта. Для того, чтобы рассматриваемый вид продукции был пригоден для удовлетворения данной потребности и представлял интерес для покупателя, он также должен обладать комплексом соответствующих параметров. Можно считать идеальным случаем, когда совокупности параметров товара и параметров потребностей совпадают. Поэтому для изготовления конкурентоспособной продукции производитель должен стремиться максимально точно прогнозировать потребности потенциального покупателя.

Г. для покупателя товара исключительно важное значение имеет величина затрат, необходимых для удовлетворения соответствующих потребностей. При этом в случае наукоемкой продукции покупатель обычно несет затраты как при приобретении товара, так и при его эксплуатации. Общую сумму затрат при анализе конкурентоспособности называют «ценой потребления».

Д. доля фирмы на рынке зависит от ее доли в предыдущий период и потенциала конкурентоспособности товара в данный момент времени: высокий потенциал способен нарушить существующее на рынке равновесие или изменить характер протекания переходных процессов перераспределения в свою пользу; низкий потенциал не способен оказать влияние на рыночные процессы.

Проблема конкурентоспособности является комплексной, лежащей на стыке таких научных дисциплин, как экономическая теория, маркетинг, стратегический менеджмент, управление качеством и квалиметрия. Соответственно, проблема анализа и оценки конкурентоспособности продукции должна решаться на основе применения теоретического и прикладного аппарата, созданного в рамках этих научных направлений.

Обобщив мнения различных авторов относительно конкурентоспособности предприятий (фирм, организаций), можно сделать вывод, что конкурентоспособными считаются те хозяйствующие субъекты, деятельность которых эффективна или же которые предоставляют потребителю конкурентоспособные товары и услуги. Поэтому проработка проблемы конкурентоспособности субъектов предпринимательского сектора практически не отличается от уровня осмысления конкурентоспособности изделий. Конкурентоспособность продукции и конкурентоспособность предприятия-производителя продукции соотносятся между собой как часть и целое. Возможность компании конкурировать на определенном товарном рынке непосредственно зависит от конкурентоспособности товара и совокупности экономических методов деятельности предприятия, оказывающих воздействие на результаты конкурентной борьбы.

По мнению В. Андрианова, показатель конкурентоспособности страны является «синтетическим показателем, объединяющим конкурентоспособность товара, товаропроизводителя, отраслевую конкурентоспособность и характеризующим положение страны на мировом рынке... В самом общем виде её можно определить как способность страны в условиях свободной конкуренции производить товары и услуги, удовлетворяющие требованиям мирового рынка, реализация которых увеличит благосостояние страны и отдельных её граждан».

С другой стороны, М. Портер предлагает вовсе отказаться от термина «конкурентоспособная страна», мотивируя это тем, что «главная цель государства в экономике – обеспечить своим гражданам достаточно высокий и повышающийся уровень жизни. Способность государства сделать это зависит не от какого-то аморфного понятия «конкурентоспособность», а от того, насколько продуктивно используются национальные ресурсы – труд и капитал. Продуктивность выражается в стоимости отдачи от единицы труда или капитала. Она зависит как от качества и характеристик продуктов (этим определяется цена, которую могут назначить), так и от эффективности, с которой такие товары производятся. В конечном счете продуктивность – главная определяющая уровня жизни в стране, поскольку в ней – основной источник дохода на душу населения. Продуктивность людских ресурсов определяет их заработную плату, а продуктивность использования капитала – доход, которые получают его владельцы. Единственное, на чем может основываться концепция конкурентоспособности на уровне страны – это продуктивность использования ресурсов» [3].

Рассмотрев различные подходы к определению понятия «конкурентоспособность» в отношении различных экономических систем, мы предлагаем свою трактовку этой экономической категории. Наши рассуждения следующие. Во-первых, отличия экономических систем (предприятие, регион, страна) заключаются прежде всего в различиях их масштабов, а значит, и в усложнении взаимосвязей между ними. Поэтому правильнее, на наш взгляд, оперировать понятиями «экономическое образование», подразумевая различия в масштабах указанных выше экономических систем.

Далее, каждое экономическое образование есть одновременно производитель и потребитель различных продуктов деятельности (товары и услуги, виды деятельности, способы производства, другие научно-технические знания, и др.): предприятие есть производитель конечного товара или услуги и потребитель промежуточного продукта в виде сырья, энергии и др.; регион включает: а) производителей и потребителей товаров конеч-

ного использования и товаров промежуточного потребления, б) инфраструктуру подготовки человеческих ресурсов (образовательная, культурно-просветительская система, духовная инфраструктура и т. п.) и потребителей этих ресурсов (предпринимательский сектор), в) производителей и потребителей других ресурсов; страна помимо производителей и потребителей материальных, нематериальных, человеческих ресурсов и др., включает власть (или управление), действия (бездействие) которой в виде создания условий для эффективной предпринимательской деятельности отражаются в конечном итоге на конкурентоспособности бизнеса (предприятий, фирм).

Поскольку одно и то же экономическое образование есть одновременно и покупатель и продавец (потребитель и производитель), то конкурентоспособность этих экономических образований следует рассматривать одновременно с двух позиций – покупателя и продавца.

Так, с точки зрения покупателя (потребителя), конкурентоспособность любого экономического образования – это экономическая категория, характеризующая стабильный выбор покупателями (в том числе инвесторами) продуктов деятельности этого образования на основе сравнения его показателей с аналогичными показателями других экономических образований одного уровня.

С позиций продавца (производителя) конкурентоспособность – это способность любого экономического образования в условиях свободной конкуренции на конкретном рынке превращать имеющийся в данное время потенциал в капитал (исходя из определения К. Маркса, что капитал – это стоимость, приносящая прибавочную стоимость), соблюдая экологические стандарты.

Стабильный, то есть постоянный выбор продуктов деятельности любого экономического образования со стороны потребителей предполагает, как минимум, неизменность суммы полученных доходов, а значит и расходов на приобретение этих продуктов, а превращение потенциала в капитал со стороны производителей есть наращивание совокупных доходов. Таким образом, совокупным результатом действий двух сторон должен являться рост уровня их реальных доходов. Но поскольку в рамках одного и того же экономического образования покупателем и продавцом может быть один субъект, то можно предложить новое обобщенное понятие конкурентоспособности экономического образования.

Итак, конкурентоспособность экономического образования – это экономическая категория, характеризующая возможность его субъектов в условиях конкуренции стабильно производить, соблюдая экологические стандарты, и потреблять продукты деятельности других субъектов одного уровня (т.е. принадлежащих одному экономическому образованию), реализация которой сопровождается ростом уровня жизни населения.

#### Список использованных источников

1. Чернов, А. В. Конкурентоспособность как экономическая категория / А. В. Чернов // Сб. науч. тр. аспирантов и соискателей Курганского гос.ун-та (естеств., техн. и экон. науки). – Курган : КГУ, 1999.
2. Андрианов, В. Конкурентоспособность России в мировой экономике / В. Андрианов // Экономист. – 1997. – № 10.
3. Портер, М. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран / М. Портер. – Москва : Международные отношения, 1993.