

УДК 330

Формирование устойчивой конкурентоспособности в условиях информатизации экономического пространства

**Хасанова А.Ш.**

Доктор экономических наук, профессор,
заведующая кафедрой экономической теории
Казанского национального исследовательского
технического университета им. А.Н. Туполева – КАИ

В статье проводится взаимосвязь между формированием устойчивой конкурентоспособности как на уровне экономического субъекта рынка (предприятие, фирма, отрасль, регион, национальная экономика), так и его объекта (товар, услуга, идея, нововведение и пр.) и базовыми составляющими элементами рыночной системы на этапе информатизации экономического пространства.

Ключевые слова: конкурентоспособность, стагнация, информатизация экономического пространства, национальная экономика.

Анализ слагаемых успеха и причин неудач развитых стран рыночной ориентации позволяют сделать вывод о том, что рыночная система представляет собой постоянно совершенствующийся, динамичный организм, развитие которого зависит от всех составляющих элементов, включая различные структуры рынка и, прежде всего, рынок инновационных товаров и рынок интеллектуального труда. Важную роль играет то обстоятельство, на каком уровне развития и взаимосвязи находятся структуры рыночной системы.

Что касается различных форм собственности, присущих рыночной экономике, приоритет в основном отдается ее частной форме. Она является более гибкой и динамичной формой организации. Вместе с тем нельзя ее идеализировать в части возможностей организации и разного рода альянсов частного бизнеса. Результатом последних становятся проблемы распыленности ресурсов, дублирования целей, многообразие форм недобросовестной конкуренции и пр.

Решение подобных проблем, как правило, связывают с анализом возможностей государства, и особенно правительственной политики. Государство оказывается эффективным только тогда, когда не отдает свои права и обязанности на откуп отдельным общественным или имущественным группам, не делается их заложником. Государство должно подталкивать и ставить более сложные задачи, чем это в состоянии сделать сам рынок.

Значительное место в современном рыночном хозяйстве принадлежит транснациональному бизнесу, укрепляющему конкурентные отношения, связанные с появлением этой самой высокой организационной формы современного бизнеса. В этой связи глобальная стратегия фирмы – одно из непременных условий успеха в конкуренции. Однако с позиций образования и укрепления национальных конкурентных преимуществ ТНК (многонациональные корпорации) выглядят не всегда так, как их представляют идеологизированные защитники. Необходимо вести с ТНК последовательную работу в целях обеспечения национального интереса принимающей страны, поскольку интересы подобных корпораций редко соответствуют целям превращения других стран в производителей конкурентоспособных товаров. Иными словами, силы, которые определяют прогресс одних субъектов хозяйствования могут привести к упадку других.

В рамках этой глобальной проблемы за последние годы активно проводятся исследования по отдельным странам, регионам и субъектам хозяйствования с точки зрения выявления *стандарта*, обычно именуемого *конкурентоспособностью*.

В зарубежной экономической литературе понятия конкурентоспособности освещены достаточно полно, однако считать дискуссию завершенной, на наш взгляд, преждевременно.

Так, Р. Хейсе и др. предлагают использовать четыре основных понятия конкурентоспособности, соответствующие уровням фирмы [1]. К первому уровню он относит предприятия, руководствующиеся в своей деятельности стратегией, не связанной со сложными маркетинговыми операциями. В этом случае успех, как правило, носит возможный и временный характер и связан с определенной нишей рынка.

Компании второго уровня конкурентоспособности стремятся использовать и максимально перенять приемы, технологии, методы организации производства ведущих фирм отрасли, приглашать специалистов, полагаясь на их профессиональный опыт, независимо от знания ими конкретного производства. Зачастую подобные стереотипы не работают уже при незначительном усилении процесса внутриотраслевой конкуренции.

Фирмы третьего уровня начинают активно воздействовать на свои внутрипроизводственные системы, содействуя их развитию и совершенствованию. Производство в подобных компаниях становится «поддерживаемым изнутри» всеми другими подразделениями.

Фирмы, у которых производство становится и «поддерживаемым извне» (к примеру, идеальным производственным планированием или управлением качеством) выходят на четвертый уровень конкурентоспособности. Их успех в конкурентной борьбе становится уже не функцией производства, а скорее функцией управления. Это обеспечивает фирме перспективный успех на рынке и долговременное превосходство над конкурентами.

Сложившаяся система хозяйственной практики в отечественной экономике позволяет, на наш взгляд, отнести большинство хозяйствующих субъектов в лучшем случае к первому или второму уровню конкурентоспособности. Вместе с тем намечаются позитивные сдвиги в деятельности ряда предприятий. Они стремятся перейти на третий и даже четвертый уровень конкурентоспособности, активно воздействуя на внутрипроизводственную систему.

Известный американский экономист, академик Гарвардской школы бизнеса и член Президентской комиссии по промышленной конкурентоспособности Майкл Портер, анализируя национальный уровень конкурентных преимуществ, различает три уровня конкурентоспособности в зависимости от уровня экономической зрелости общества [2].

Первый уровень конкурентоспособности диктуют природные ресурсы, чисто стоимостные факторы и пр.

Второй уровень конкурентоспособности ставит во главу угла инвестиционные интересы.

И, наконец, третий, высший уровень конкурентоспособности, когда его движущую силу образует стимул к нововведению.

Автор является последовательным защитником приоритета национальных источников по сравне-

нию с зарубежными в деле обеспечения национальной конкурентоспособности. Он отрицает действия, которые означают деградацию человеческих, интеллектуальных, имущественных ресурсов. Конкурентоспособность видится ему средством, противодействующим стагнации. Многие его комментарии кажутся сделанными на злобу дня современной российской экономики. К примеру, он считает, что приватизация, как показывает мировая практика, не приводит к успеху без активного соперничества на внутреннем рынке. В этой связи правомерно вспомнить о так называемом «четвертом варианте» приватизации. Или, обосновав важную роль иностранных инвестиций, автор не менее доказательно утверждает, что автоматически они отнюдь не решают проблем обеспечения национальной конкурентоспособности. Работа с фирмами своей страны гарантирует более устойчивое преимущество, чем если полагаться только на иностранных поставщиков. И, кроме того, М. Портер обосновывает еще одну стадию конкурентоспособности – богатства и процветания – в качестве отрицательной оценки ее уровня для развития национальной экономики. Оригинальность идеи состоит в том, что автор связывает «богатство и процветание» с застоєм, «проеданием накопленного и нажитого», выдвижением на первый план спекулятивных методов хозяйствования. В этой связи к движущей силе роста конкурентоспособности следует относить неблагоприятные факторы, справедливо усматривая в них источник пробуждения энергии и стимул к поиску более экономичных решений. Иными словами, борьба с неблагоприятными условиями национальной экономики, если к ней подходить правильно, порождает энергию для инноваций и изменений. Острая борьба мнений вокруг проблемы открытия внутреннего рынка России и реинтеграции ее в мировое хозяйство приобретает в этом контексте новое звучание.

Применительно к российской хозяйственной практике с сожалением приходится констатировать, что большинство субъектов конкуренции могут быть отнесены, с известными оговорками, к уровню конкурентоспособности, определяемому структурой национальных природных ресурсов в региональном аспекте. В этой связи заслуживает интереса и поощрения попытка Правительства Республики Татарстан вывести республику на второй приоритетный уровень конкурентоспособности согласно приведенной классификации. Речь идет о реализации Государственной программы экономического и социального прогресса Республики Татарстан, основным содержанием которой является выявление и комплексный анализ стратегических преимуществ, ведущих к укреплению конкурентоспособности Татарстана. При этом в структуре преимуществ называются информатизация экономического пространства, интеллектуальный потенциал республики, новые высокие

технологии, приоритетная инвестиционная политика и рисковый финансовый капитал.

Международная организация «Европейский форум по проблемам управления» регулярно проводит исследования по оценке конкурентоспособности различных фирм и компаний. При этом понятие «конкурентоспособность» определяется как «реальная и потенциальная возможность фирмы в существующих для них условиях проектировать, изготавливать и сбывать товары, которые по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательны для потребителей, чем товары их конкурентов» [3].

Анализ приведенных и некоторых других определений конкурентоспособности показывает, что исследуемая категория означает выявление и использование имеющихся у субъектов хозяйствования конкурентных преимуществ. Кроме того, уровень конкурентоспособности определяется большинством зарубежных авторов уровнем субъектов рынка. В отдельных случаях конкурентоспособность и конкурентные преимущества отождествляются.

Вместе с тем нельзя признать имеющиеся определения конкурентоспособности, соответствующими критериям теории и методологии экономической науки. Напомним, что определения экономических категорий призваны отражать соответствующий уровень экономических отношений и на этой основе – способов и методов хозяйствования.

Обращение к отечественной экономической литературе существенно не изменяет сложившуюся картину с определением сущности конкурентоспособности. Исследованием проблем конкурентоспособности в отечественной экономической науке занимаются такие ученые, как Е.А. Горбашко, В.Е. Голубков, И.Н. Герчикова, П.С. Демидов, В.Деминг, М. Долинская, К. Исикава, Н.К. Моисеева, Н.В. Пирадова, М.А. Татьянченко, Р.М. Тихонов, Е.М. Табачный и некоторые другие. Так, в самом общем виде конкурентоспособность отождествляется с эффективностью общественного производства. Действительно, эффективность общественного хозяйства в условиях рынка зависит от эффективности реализации механизма конкуренции. Однако сводить все многообразие форм и методов эффективизации национальной экономики только к определенному уровню отношений конкуренции, на наш взгляд, недостаточно правомерно.

Обычно под конкурентоспособностью продукции понимают то, что обеспечивает ей преимущества на рынке, содействует ее успешному сбыту в условиях конкуренции. Однако в названном определении не выясняется содержание категории, а лишь констатируется факт зависимости сбыта от конкурентоспособности.

Иногда в конкурентоспособность включают комплекс потребительских свойств, отделенных от их стоимости. Существуют утверждения, что снижение

конкурентоспособности ведет к снижению цены и наоборот. В этом случае конкурентоспособность отождествляется с пониманием качества товара в широком смысле, которое включает технический уровень, качество изготовления, экономический эффект от его использования и др., хотя качество составляет лишь один из аспектов конкурентоспособности.

В нашей экономической науке существуют попытки определения конкурентоспособности товара через их цену. Данная трактовка конкурентоспособности исходит из представления о цене как об универсальной характеристике товара, в которой отражаются все потребительские и ценовые свойства. Причем различие свойств у конкурирующих товаров должно проявляться, по мнению авторов, в различии цен, которое, как считают, и есть конкурентоспособность этих товаров по отношению друг к другу. Вряд ли потребители руководствуются подобной логикой при выборе товаров среди товаров-конкурентов.

В недалеком прошлом в развитых странах Западной Европы и США бытовало мнение, что главным фактором конкурентоспособности продукции является ее цена, а основные причины невозможности реализовать продукцию и потери на рынке заключаются в изменении курса валют или в низкой стоимости труда в странах-конкурентах [4].

В настоящее время, когда конкурентоспособность стала не только главной проблемой для обеспечения прибыли, но и необходимым условием для выживания фирмы и целой отрасли промышленности, все чаще выдвигается тезис, что конкурентоспособное качество – ключ к коммерческому успеху. Успех бизнеса определяется как качеством продукции, так и рядом таких факторов, как новизна, организация рекламы, срок и условия поставок и некоторых других.

Современный экономический словарь дает такое определение конкурентоспособности: «Конкурентоспособность товаров – способность товаров отвечать требованиям конкурентного рынка, запросам покупателей в сравнении с другими аналогичными товарами, представленными на рынке. Конкурентоспособность определяется, с одной стороны, качеством товара, его техническими свойствами, и, с другой стороны, ценами, устанавливаемыми продавцами товаров. Кроме того, на конкурентоспособность влияют мода, продажный и послепродажный сервис, реклама, имидж производителя, ситуация на рынке, колебания спроса» [5, с. 156].

С одной стороны, приведенное определение связывает конкурентоспособность только с конкурентоспособностью товара. Однако, анализ конкурентных отношений свидетельствует, что сводить такое емкое понятие, каким является конкурентоспособность, лишь к одному (товарному) уровню недостаточно. С другой стороны, в названном определении

отражены в первую очередь существенные черты основных форм и методов конкуренции – ценовые и неценовые. Действительно, перечисленные признаки важны для понимания содержания конкурентоспособности, однако не совпадают, на наш взгляд, с ее сущностью как экономической категории. И, кроме того, приведенное определение конкурентоспособности не обособляет ее из многогранной совокупности отношений конкуренции.

Осуществленный краткий анализ понимания конкурентоспособности экономистами различных школ и направлений позволяет констатировать, что не существует общепринятого определения конкурентоспособности. Для фирм конкурентоспособность означает возможность конкурировать на мировом рынке при наличии глобальной стратегии. Для национальных правительств конкурентоспособность – положительный внешнеторговый баланс. Для экономистов-чиновников конкурентоспособность означает низкие производственные затраты на единицу продукции, приведенные к обменному валютному курсу и пр.

Продолжающиеся дискуссии по проблемам трактовки конкурентоспособности вызываются отчасти и столь неоднозначным пониманием этой сложной категории. Однако какие бы определения конкурентоспособности в ходе многочисленных споров ни анализировались, существует еще более серьезная проблема: до настоящего времени не разработана общепризнанная методологически обоснованная теория, раскрывающая сущность и экономическую форму реализации конкурентоспособности.

Осуществленный нами конструктивно-критический анализ зарубежной и отечественной литературы по исследуемой проблеме позволил представить в первом приближении собственную концепцию трактовки этой многогранной экономической категории и одновременно многомерной экономической формы.

Наша трактовка исследуемой категории сводится к следующим основным положениям. Конкурентоспособность – это структурный элемент системы конкурентных отношений. В этом качестве конкурентоспособность есть синтетическая многогранная категория, соединяющая в себе содержательные моменты конкуренции и монополизма, а также их общественно-государственные регуляторы, и реализующаяся на объектно-субъектном уровнях рынка. В этом, в нашей трактовке, состоит сущность конкурентоспособности.

Одновременно, конкурентоспособность представляет собой организационно-экономический, поверхностный, уровень конкурентных отношений. В этом качестве конкурентоспособность становится экономической формой проявления системы конкурентных отношений в реальной экономике. На наш взгляд, это – наиболее точная и достоверная форма проявления эффективности взаимодействия

конкуренции, монополизма и государственно-общественных регуляторов системы конкурентных отношений.

Итак, конкурентоспособность является и сложной экономической категорией, как структурный элемент конкурентных отношений, и одновременно экономической формой проявления системы конкурентных отношений в реальной экономике, как их (конкурентных отношений) организационно-экономический, поверхностный, уровень.

В этой связи конкурентоспособность реализуется на уровне экономического субъекта рынка – предприятие, фирма, отрасль, регион, национальная экономика; а также его объекта – товар, услуга, идея, нововведение и пр.

Конкурентоспособность зависит от состояния конкурентной среды экономики. Оно включает методы перераспределения капитала, торговую, налоговую, бюджетную политику, политику в области трудовых ресурсов (макроекономические инструменты), а также формы стимулирования инвестиций и быстрого распространения нововведений, защиты интеллектуальной собственности и роста квалификации рабочей силы и т.п. (микроэкономические инструменты).

В периодических исследованиях конкурентоспособности промышленно развитых стран – членов «Европейского форума по проблемам управления» конкурентоспособность определяется на основании десяти групп факторов. Указанные факторы включаются в само понятие «конкурентоспособности»:

- динамизм экономики;
- эффективность промышленного производства;
- динамизм финансовой системы;
- людские ресурсы;
- роль государства;
- инфраструктура;
- стимулирование рынка, торговли, сбыта;
- отношение к нововведениям;
- социально-политическая обстановка;
- структурный уровень отдельных видов продукции, фирм, отраслей.

В этой связи следует отметить, что ряд авторов дает весьма расширительную трактовку понятия «конкурентоспособность», включая в нее все макро- и микроэкономические инструменты и показатели. В таком понимании «конкурентоспособность» растворяется во всех макро- и микроэкономических категориях, становится чрезмерно расплывчатой. К примеру, указанные выше десять групп факторов, включаемых в исследованиях «Европейского форума по проблемам управления» в понятие «конкурентоспособность», «растворяют» эту категорию в других экономических процессах и отношениях.

Представляется, в данном случае речь идет не о самой категории «конкурентоспособность», а об экономической среде, которая должна обеспечить

адекватные условия для развития эффективной конкурентоспособности на всех субъектных и объектных уровнях, или, иными словами, о конкурентной экономической среде.

При нашем понимании конкурентоспособности как экономической формы, она выступает в аспекте как субъектов, так и объектов рынка. Так, конкурентоспособность товара (объект рынка) определяется как способность товара пользоваться предпочтением у покупателя, зависящим от состояния рынка и совершенствования производителем внутренних свойств товара с помощью (особенно в последнее время) научных и технологических знаний. Конкурентоспособность товара необходимо, на наш взгляд, определять как единицу объектной конкурентоспособности.

Для понимания природы субъектной конкурентоспособности в качестве основной единицы необходимо рассматривать отрасль, т.е. группу конкурентов (фирм), производящих аналогичные товары или услуги и непосредственно соперничающих между собой. Конкурентоспособность отрасли следует определять как относительную характеристику, отражающую основные отличия данной отрасли от конкурента как по степени удовлетворения своими товарами или услугами (определяя их конкурентоспособность) конкретной общественной потребности, так и по эффективности производственной деятельности. Отличие конкурентоспособности отрасли от конкурентоспособности товара следует связывать в том числе и с тем, что оценку деятельности отрасли дает не только потребитель, как в случае сравнения различных товаров, но и предприниматель, который решает, выгодно ли для него в масштабах и условиях данной национальной экономики заниматься производством этих товаров.

Характеристика конкурентоспособности отрасли включает возможности и динамику приспособления отрасли к изменяющимся условиям конкуренции на внутреннем и внешнем рынках. Это

отличие обусловлено временным фактором (все экономические процессы ограничены временем). Длительность изучения должна быть не менее срока становления продукции в отрасли, то есть выпуска на рынок новых товаров. Кроме того, система факторов, влияющих на конкурентоспособность отрасли, может быть проконтролирована со стороны производителя. Речь идет о внутренних и внешних факторах. К первым относят факторы конкурентных преимуществ фирм (различные аспекты рыночной деятельности предпринимательской фирмы, а также степень использования факторов производства), ко вторым, соответственно, – внешние параметры социально-экономической среды, вне сферы непосредственного влияния фирмы (налоговая, бюджетная политика и т.п.).

Литература:

1. Хейсе Р. и др. Динамичное производство. Нью-Йорк, 1988. / Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1994. – 378 с.
2. Портер М. Конкуренция: Пер. с англ. / Под ред. В.Д. Щетинита. – М.: Международные отношения, 1993. – 529 с.
3. Горбашко Е.А. Конкурентоспособность промышленной продукции. – СПб.: СПб. университет экономики и финансов, 2009. – 308 с.
4. Кларк Дж.Б. Распределение богатства. – М.: Экономика, 1992. – 447 с.
5. Современный экономический словарь. – М.: Изд-во ИНФРА-М, 1996. – 496 с.

Formation of Stable Competitiveness in the Context of Economic Space Informatization

A.Sh. Khasanova

Kazan National Research Technical University named after A.N. Tupolev

The paper dwells upon interconnection between formation of stable competitiveness on the level of a market participant (enterprise, firm, sector, region, national economy) as well as a market object (good, service, idea, innovation) and basic components of market system on the stage of economic space informatization.

Key words: competitiveness, stagnation, informatization of economic space, national economy.