

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ КАТЕГОРИИ «КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ»

М.В. Тимошенко, научн. сотр. (РУП «НПЦ НАН Беларуси по животноводству»)

Аннотация

В статье раскрываются различные точки зрения на сущность экономической категории «конкурентоспособность» в зависимости от уровня формирования и оценки. Приводится сопоставление категории «качество» и «конкурентоспособность».

The article reveals different points of view on the essence of economic category “marketability” depending on the level of forming and estimation. The comparison of categories “quality” and “marketability” is presented.

Введение

Переход экономики Республики Беларусь к рыночным отношениям требует осмысления проблем рынка, исследования экономических категорий, присущих рыночной экономике. Одной из таких категорий является конкурентоспособность.

Проблема обеспечения конкурентоспособности во всем многообразии ее аспектов неизменно находится в центре внимания государственных органов, деловых кругов и научных учреждений во всех странах мира, так как она отражает практически все стороны жизни общества.

Сегодня, когда отечественное производство сталкивается с постоянно растущей конкуренцией со стороны иностранных производителей, задача повышения конкурентоспособности продукции, в том числе и сельскохозяйственной, стоит как никогда остро.

Целью данного исследования явилось изучение теоретических основ сущности и содержания основ конкурентоспособности с целью систематизации методов её оценки по иерархическому уровню.

Основная часть

Конкурентоспособность – широко распространенное, обиходное понятие. Однако его содержательная сущность не нашла общепринятого формального, а тем более, количественного, определения.

В самом универсальном виде категория «конкурентоспособность» применима к любому объекту (субъекту), как его свойство, которая предполагает наличие у объекта определенных конкурентных отличий, позволяющих выделить его на фоне однотипных аналогов.

Многоуровневый характер рассматриваемой категории можно представить в виде схемы (рис. 1). Каждый из предыдущих уров-

ней конкурентоспособности является основой для формирования последующего.

В качестве фундамента «пирамиды» конкурентоспособности рассматривается продукция и производящие ее предприятия, которые, в свою очередь, на основе изучения конкурентной среды и определения своего места в ней создают необходимые преимущества для производства конкурентоспособного товара (работ, услуг). Увеличение конкурентоспособных предприятий в отраслях повышает их конкурентоспособность, а, следовательно, и конкурентоспособность страны в целом.

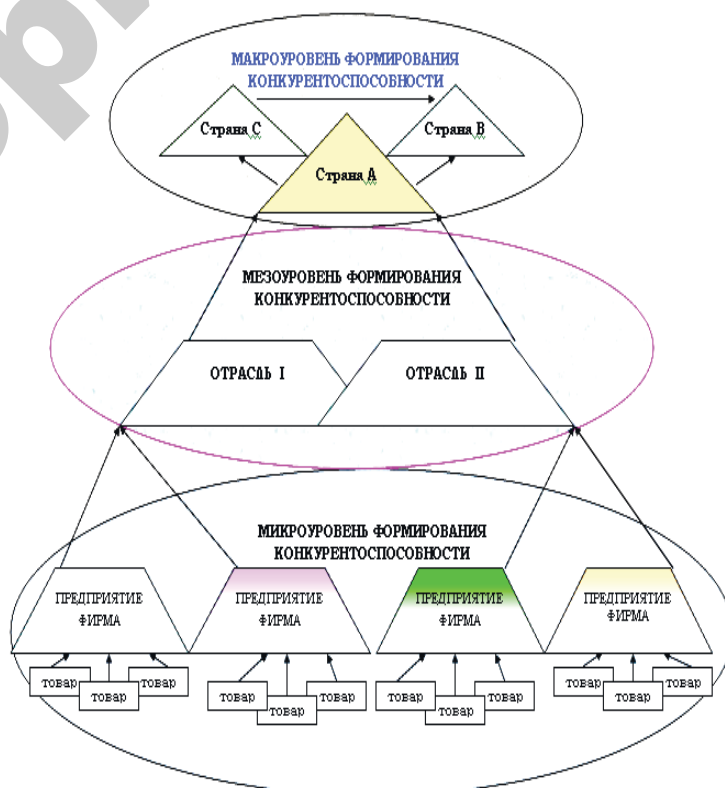


Рис. 1. Уровни формирования и оценки конкурентоспособности

Синтетическим показателем, объединяющим конкурентоспособность товара, товаропроизводителя, отрасли и характеризующим положение страны на мировом рынке, является показатель конкурентоспособности страны.

Основные подходы зарубежных и отечественных ученых к существующей системе оценок категории «конкурентоспособность» на макроуровне приведены в табл. 1.

В самом общем виде, представление экономистов относительно страновой конкурентоспособности можно условно разбить на две группы. Одни рассматривают данную категорию в более узком смысле, увязывая ее только с одним блоком параметров (например, с возможной степенью

Таблица 1. Основные подходы ученых к трактовке категории «конкурентоспособность страны»

Автор, источник	Основные трактовки термина «конкурентоспособность страны»
Т.Г. Стефанова [1]	Способность страны в условиях свободной конкуренции <i>производить товары и услуги</i> , удовлетворяющие требованиям мирового рынка.
А.Т.Есполов [2] А.Я.Селезнев [3]	Система показателей (<i>индикаторов</i>), адекватно характеризующих <i>экономическое, социальное, политическое положение страны</i> на внутреннем и внешнем рынках.
М.Александрович, А.В.Богданович [4] М. Э. Портер [5]	Способность страны добиваться <i>продуктивного использования ресурсов</i> путем повышения качества продукции, добавляя ей новые свойства, совершенствование технологий.

бодного рынка, либо с продуктивностью использования ресурсов). Однако данные трактовки ввиду неоспоримой многоаспектности макроуровневой конкурентоспособности снижают степень объективности исследования данной категории.

Группа других авторов рассматривает конкурентоспособность государства в более широком аспекте. Их суждения сконцентрированы на основных позициях национальной экономики в системе международных отношений. Данная позиция является более полной, поскольку отражает не только экономические, но и политические индикаторы конкурентоспособности экономики страны в целом.

Исследования конкурентоспособности на мезоуровне, как правило, базируются на выделении критериев оценки уровня конкурентоспособности в системе мировой экономики. В связи с отсутствием четкого понятия данной категории, довольно часто за конкурентоспособные принимают либо доминирующие, то есть занимающие высокий удельный вес в структуре экономики отрасли, либо отрасли специализации, в том числе международной.

Данные подходы к оценке рассматриваемого термина верны только отчасти, поскольку одна и та же отрасль может иметь разный уровень конкурентоспособности в той или иной стране в зависимости от решаемых функциональных задач.

Рассмотрим позиции ученых относительно понятия «конкурентоспособность предприятия» (табл. 2).

Сравнительный анализ понятий конкурентоспособности предприятий, предлагаемых в экономической литературе отечественными и зарубежными автора-

Таблица 2. Основные подходы ученых к трактовке категории «конкурентоспособность предприятия»

Автор, источник	Основные трактовки термина «конкурентоспособность предприятия»
М.Г. Миронов [6] Н.В. Алтухов [7]	Реальная и потенциальная способность компании <i>проектировать, изготавливать и сбывать товары</i> , которые по ценовым и неценовым характеристикам в комплексе более <i>привлекательны для потребителей</i> , чем товары конкурентов.
А.В Мануйлов [8]	Напрямую зависит от того, сумеет ли она <i>первой освоить какой-либо новый рынок товаров</i> , или быстро отреагировать на изменение конъюнктуры рынка, условий хозяйствования, требований к качеству продукции и т.п.
Е.П. Голубков [9] А.С. Головачева [10]	Трактуя исследуемый термин, как <i>сравнительное (конкурентное) преимущество</i> по отношению к другим предприятиям (фирмам) данной отрасли внутри страны и (или) за ее пределами.
[9,10]	Конкурентным предприятие делает его потенциал, который определяется <i>имеющимися ресурсами- факторами производства</i> (труд, земля, капитал, предпринимательские способности). Эти ресурсы дают предприятию в рыночных условиях возможность получить <i>определенные выгоды</i> .
Н. Воронец [11] З.М. Ильина [12]	Способность осуществлять <i>прибыльную хозяйственную деятельность</i> в условиях конкретного рынка. Обеспечивается она умелым использованием предприятием организационно- управленческих, научно-технических, производственных и прочих средств эффективной хозяйственной деятельности.
А.Д. Смирнов [13] И.Н. Герчикова [14] П. Завьялов [15]	Сравнительная <i>комплексная оценка</i> состояния важнейших экономических, инновационных, маркетинговых и иных характеристик <i>потенциала предприятия</i> , определяющих его положение относительно выбранных стандартов на отраслевом (национальном, мировом) рынках.

ми, позволил выявить основные методологические подходы к трактовке данной дефиниции.

Так, в исследованиях ряда авторов исследуемое понятие рассматривается с точки зрения эффективности использования своего ресурсного потенциала.

Другая группа ученых-экономистов отождествляет конкурентоспособность предприятия с его прибыльной производственно-хозяйственной деятельностью в условиях конкурентного рынка.

Однако прибыльность, без учета границ и периода времени не обязательно является синонимом конкурентоспособности. Прибыль может быть ничтожно мала, и иметь устойчивую тенденцию к снижению, что не характеризует предприятие с точки зрения его конкурентоспособности.

В некоторых литературных источниках понятие «конкурентоспособность предприятия» сводят к способности производить конкурентоспособный товар. То есть удовлетворять потребности потребителей на основе производства товаров и услуг, превосходящих конкурентов по требуемому набору параметров.

Конкурентоспособность товара, конечно, во многом определяет конкурентоспособность самого предприятия, однако между этими понятиями имеются отличия, важные для предпринимателя.

Оценка конкурентоспособности продукции может дать лишь косвенную и одномоментную характеристику фирмы. Товар сегодня конкурентоспособен, а завтра нет. Таким образом, оценка конкурентоспособности продукции может использоваться только для краткосрочного прогноза. Даже при не очень прочном положении товара на рынке фирма может быть вполне конкурентоспособной и может влиять на рыночную ситуацию, создавая новую конкурентоспособную продукцию.

Учитывая, что в настоящее время предприятия могут производить различные виды продукции и одновременно работать на различных товарных рынках в рамках стратегии диверсификации, на каждый момент времени уровень конкурентоспособности предприятия и уровень конкурентоспособности продукции, производимой им, не совпадают. Также следует отметить, что в качестве базы для сравнения уровня конкурентоспособности предприятия необходимо использовать данные по предприятиям- конкурентам, а не по производимым товарам.

Значительная группа экономистов рассматривает конкурентоспособность предприятия с точки зрения наличия у него возможностей выступать на рынке, используя свои конкурентные преимущества по сравнению с другими (конкурирующими) субъектами.

Как справедливо отметили ученые, конкурентные отличия – это то, что выделяет организацию на фоне однотипных хозяйствующих субъектов.

Наиболее часто термин «конкурентоспособность» рассматривается учеными по отношению к товару (продукции, изделию).

Однако, несмотря на большое количество экономической литературы по данной тематике, чаще всего конкурентоспособность продукции рассматривается авторами с точки зрения покупателя и производителя.

Так, с позиции завоевания потребительского спроса конкурентоспособность исследуемой дефиниции рассматривается экономистами как комплекс конкретных качественных и стоимостных характеристик товара, определяющих его успех у покупателя в условиях конкурентного рынка.

Важным моментом, влияющим на содержание понятия «конкурентоспособность продукции», является его соотношение с понятием «качество».

Многие авторы напрямую увязывают понятие конкурентоспособность и качество продукции либо в его техническом значении, либо в понятии потребительских качеств. Однако такое отождествление верно лишь отчасти.

У категории «качество» и «конкурентоспособность» разные сферы проявления. Качество продукции (теоретическое и реальное) закладывается на стадии проектирования и производства и обнаруживается в процессе ее использования, т.е. в сфере потребления. Конкурентоспособность продукции может быть установлена лишь в результате ее продажи, т.е. в сфере обращения. По этой причине при отождествлении понятий «конкурентоспособность» и «качество»

Таблица 3. Сопоставление категорий «качество» и «конкурентоспособность»

Качество	Конкурентоспособность
Относительно статичная категория (относительно стабильна при неизменных организационно- производственных условиях ее создания и достигнутом уровне научно- технического процесса).	Динамичная категория (изменяется с течением времени, зависит от рыночной ситуации).
Обнаруживается в сфере потребления.	Обнаруживается в сфере обращения.
По исследуемой категории сравнима только однородная продукция.	По исследуемой категории возможно сопоставление неоднородных товаров, представляющих иные возможности удовлетворения одной и той же потребности.
Категория неотъемлемо связана со своим физическим носителем.	Категория относительная и познается в сравнении.
Анализ выполняется в соответствии с нормативными документами.	Анализ конкурентоспособности возможен в результате сравнения свойств продукции, представляющих интерес для конкретного покупателя (индивидуальность запросов).
Качество – категория, присущая не только рыночной экономике.	Конкурентоспособность – основополагающая характеристика рыночной экономики.

ство», следует уточнять, что речь идет именно о потребительском качестве – как совокупности характеристик товара, обеспечивающих его способность удовлетворять определенным требованиям.

Таким образом, сопоставление понятий «конкурентоспособность» и «качество» позволило выделить между ними ряд отличительных особенностей (табл. 3).

Качество можно рассматривать как комплексный показатель конкурентоспособности продукции. Высокое качество играет главную роль в неценовой конкуренции товаропроизводителей. Однако в условиях перехода к рыночной экономике отношение к качеству кардинально меняется. Ценовая конкуренция дополняется соперничеством в качестве произведенной продукции. Бытует мнение, что цена задает необходимое качество товара. Однако товар с более высоким качеством не всегда будет более конкурентоспособным, если рост цены произошел за счет придания товару новых свойств, не представляющих существенного интереса для основной группы потребителей.

То есть при неизменности качественных характеристик товара, его конкурентоспособность может меняться в широких пределах, реагируя на изменения конъюнктуры рынка, воздействия рекламы и на проявления других внутренних и внешних по отношению к товару факторов.

Таким образом, при рассмотрении категории конкурентоспособности продукции нельзя не учесть значимость фактора цены. Поэтому ряд экономистов при определении конкурентоспособности апеллируют именно к стоимости как универсальному материалу общечеловеческих благ. С этой точки зрения, наиболее оправданным видится часто употребляемое определение конкурентоспособности как взаимозавязанное соотношение «цена – качество».

Таким образом, в работах отечественных и зарубежных ученых понятие «конкурентоспособность» трактуется весьма широко и неоднозначно. С учетом оценки существующих подходов к определению исследуемой дефиниции, предложены авторские трактовки понятия (табл. 4).

Заключение

Исходя из вышесказанного, необходимо отметить, что содержание понятия «конкурентоспособность» изменится в зависимости от объекта рассмотрения. Характеристики и оценочные критерии показателей конкурентоспособности на уровне товара (продукции, услуги), производства, предприятия, отрасли, отдельного региона и национального хозяйства в целом, будут иметь свою специфику. А, следовательно, на каждом уровне иерархии конкурентоспособность будет характеризоваться определенными особенностями

и необходимостью применения индивидуального методологического аппарата для ее оценки в статике и динамике, из чего вытекает потребность в соответствующих исследованиях.

Обзор научных трудов зарубежных и отечественных экономистов относительно понятийного аппарата конкурентоспособности позволил выявить признаки, раскрывающие сущность данной категории:

1. Конкурентоспособность проявляется в условиях рынка.

2. Понятие «конкурентоспособность» обладает свойством универсальности и распространяется как на объект рыночных отношений (товар, услуга), так и на субъект (организация, отрасль, страна в целом).

3. Важной чертой конкурентоспособности является ее сравнительный характер. То есть конкурентоспособность любого объекта может быть определена только в результате ее сравнения с другими объектами и, следовательно, является относительным показателем.

4. Поскольку у каждого покупателя имеется свой индивидуальный критерий оценки удовлетворения собственных потребностей, конкурентоспособность приобретает ещё и индивидуальный оттенок.

5. Конкурентоспособность является сложным многоуровневым (микро-, мезо- и макроуровень) понятием, анализ и оценку которого необходимо увязывать с конкретным рынком. То есть понятие конкурентоспособности модифицируется в зависимости от целей и задач исследователей; требований субъектов

Таблица 4. Авторские трактовки понятия «конкурентоспособность»

Обобщающее понятие	Конкурентоспособность - многоаспектное понятие, означающее наличие свойств и способностей объекта, позволяющих ему выдержать соперничество с другими в экономическом соревновании для достижения поставленной цели.
Конкурентоспособность страны	Способность страны производить товары и услуги, отвечающие требованиям внутренних и мировых рынков, создавать условия наращивания государственных ресурсов для обеспечения роста потенциала конкурентоспособности субъектов хозяйствования на уровне мировых значений.
Конкурентоспособность отрасли	Способность АПК за счет наличия и уровня использования своего природного, экономического, трудового и производственного потенциала участвовать в межотраслевой конкуренции.
Конкурентоспособность предприятия	Обобщающая характеристика его деятельности, отражающая как реальную, так и потенциальную способность на основе эффективного использования ресурсов и достаточной прибыльности, производить и реализовывать пользующуюся приоритетным спросом у потребителя продукцию.
Конкурентоспособность продукции	Выявляемые в процессе реализации свойства продукции, которые в конкретный временной период по ценовым и неценовым характеристикам являются более предпочтительными для потребителя.

рыночных отношений и масштабов деятельности.

6. Конкурентоспособность объектов и субъектов хозяйствования находится в динамичном и неустойчивом состоянии в связи с постоянно меняющейся конкурентной средой.

7. Конкурентоспособность определяется только теми свойствами, которые представляют значительный интерес для покупателя. Все характеристики изделия, выходящие за рамки этих интересов, рассматриваются при оценке конкурентоспособности как не имеющие к ней отношения в данных конкретных условиях.

8. Понятие «конкурентоспособность продукции» шире понятия «качество», поскольку последнее является составляющим первого.

ЛИТЕРАТУРА

1. Стефанова, Т.Г. Инновационное развитие, качество и конкурентоспособность как основное содержание XXI века / Т.Г. Стефанова // Проблемы перехода экономики: сб. науч. тр. / СПб ГУЭФ; под ред. А.Е.Карлика. – СПб, 2001. – С. 90-95.

2. Есполов, А.Т. Вопросы теории и практики обеспечения конкурентоспособности объектов в аграрном секторе экономики/ А.Т. Есполов // Известия Национальной академии наук Беларуси: сер. аграрных наук. – 2004. – №1. – С. 19-25.

3. Селезнев, А. Инфраструктура рынка и конкурентоспособность России/ А. Селезнев // Экономист. – 1996. – №2. – С. 10.

4. Александрович, Я.М. Сущность страновой конкурентоспособности, ее измерение и составляющие/ Я.М. Александрович, А.В. Богданович // Белорусская экономика: анализ, прогноз, регулирование. – 2001. – №1. – С. 2-12.

5. Портер, М.Э. Международная конкуренция: конкурентное преимущество стран / М.Э. Портер. – М: Международные отношения, 1993. – 895 с.

6. Миронов, М.Г. Ваша конкурентоспособность/ М.Г. Миронов. – М.:Альфа-пресс, 2004, С.18.

7. Алтухова, Н.В. Хозяйственный механизм управления экономикой / Н.В. Алтухова. – Саратов: Саратов. политехн. институт, 1994. – 44 с.

8. Мануйлов, А.В. Цели и пути повышения конкурентоспособности кооперативного опыта/ А.В. Мануйлов //Материалы межрегиональной научн.-практич. конф./ СибУПК. – Новосибирск, 2001. – С. 8.

9. Голубков, Е.П. Маркетинг: стратегии, планы, структуры / Е.П. Голубков. – М.: Дело, 1995. – 188 с.

10. Головачев, А.С. Конкурентоспособность страны, предприятия и товара / А.С. Головачев, С.Л. Гарбацевич: научн.- метод. пособ. – Минск: Академия управления при Президенте РБ, 2001. – 133 с.

11. Воронец, Н.И. Теория и практика исследования ассортимента и конкурентоспособности продовольственных товаров: учеб. пособ. / Н.И. Воронец. – Ярославль: МУБ и НТ, 2003. – 60 с.

12. Ильина, З.М. Рынки сельскохозяйственного сырья и продовольствия: учеб. пособ. / З.М. Ильина, И.В. Мирочичская. – Минск: БГЭУ, 2001. – 226 с.

13. Рыночная экономика: учебн.: в 3 т. / редкол.: А.Д. Смирнов (гл. ред.) [и др.]. – М.: Соминтэк, 1992. –Т.2, ч.1. –160 с.

14. Герчикова, И.Н. Менеджмент: учебн. / И.Н. Герчикова. – 2-е изд. – Банки и биржи. – М.: ЮНИТИ, 1995. – 480 с.

15. Завьялов, П.С. Конкурентоспособность в экономической политике зарубежных стран /П.С. Завьялов // Российский экономический журнал. – 1995. – №12. – С. 50-55.

Малогабаритная система очистки рабочих жидкостей гидравлических систем

Предназначена для профилактической очистки рабочих жидкостей гидравлических приводов мобильной сельскохозяйственной техники.



Основные технические данные

Производительность	Не менее 24 л/мин
Давление на входе в блок центрифугирования	0,8 МПа
Давление на входе в блок фильтрования	0,2-0,3 МПа
Давление на выходе из блока фильтрования	0,15 МПа
Тонкость очистки	15-40 мкм

Применение системы позволяет при обкатке двигателей расходовать масло без остатка, не снижать качество повторно используемого моторного масла, постоянно добавляя а него свежее товарное масло (гомогенизировать), полностью устранить расход электроэнергии, необходимой для подогрева масла, отказаться от необходимости хранения и утилизации масла. Она может применяться на ремонтно-обслуживающих предприятиях, а также непосредственно в хозяйствах для технического обслуживания машинно-тракторного парка.