РАЗДЕЛ 1. УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ

DOI 10.54220/v.rsue.1991-0533.2023.2.28.001

С. А. Альбекова

ОПРЕДЕЛЕНИЕ КОНКУРЕНЦИИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРАНЫ КАК ПРЕДМЕТА ИССЛЕДОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ

Аннотация

В статье рассматриваются основные черты таких понятий, как конкуренция и конкурентоспособность, даны определения данных понятий отечественными и зарубежными учеными, конкурентоспособность рассмотрена с точки зрения трехуровневой системы хозяйствования с подробной характеристикой каждого из уровней, а также введена авторская трактовка понятия «конкурентоспособность».

Ключевые слова

Конкуренция, конкурентоспособность, макроуровень, мезоуровень, микроуровень.

S. A. Albekova

DEFINITION OF COMPETITION AND COMPETITIVENESS OF COUNTRY AS A SUBJECT OF RESEARCH IN ECONOMIC SCIENCE

Annotation

Article examines the main features of such concepts as competition and competitiveness, gives definitions of these concepts by domestic and foreign scientists, considers competitiveness from the point of view of three-level economic system with detailed description of each level, and also introduces the author’s interpretation of concept of «competitiveness».

Keywords

Competition, competitiveness, macrolevel, mesolevel, microlevel.

Введение

Современные тенденции мировой экономики, к которым относятся глобализация, либерализация внешнеэкономических связей, увеличение показателей импорта и экспорта, развитие международного разделения труда, увеличение производства товаров и услуг, выводят на передний план проблемы обеспечения конкурентоспособности предприятий, отраслей хозяйства и национальных экономик в целом. Само понятие «конкурентоспособность» достаточно многогранно. По сей день ему нет единого и всеобъемлющего определения. Причиной этого является его многозначность.

Обсуждение

Способность рыночных субъектов успешно и эффективно соревноваться со своими конкурентами можно считать конкурентоспособностью в ее самом общем виде. Для завоевания и сохранения лидирующих позиций на рынке его участники вынуждены подстраиваться под изменяющиеся требования современной конкурентной борьбы, которая с каждым годом становится все жестче и жестче.

Сам термин «конкуренция» берет свое начало от латинского слова concurrere, которое означает «сталкиваться». В самом общем виде оно выражает соперничество, попытку превзойти своих со-

перников. Для определения экономического содержания понятия «конкуренция» необходимо обратиться к трем общенаучным подходам, к которым относят поведенческий, структурный и функциональный. Поведенческий подход выражает конкуренцию через призму соперничества между продавцами рынка за выгодные условия продажи своих товаров и услуг. Структурный подход акцентирует внимание на типах рынка, на которых конкуренция возникает. Что касается функционального подхода, то он сосредоточивает внимание на роли конкуренции в экономическом развитии.

Рассмотрим каждый из данных подходов поподробнее.

А. Смит в своей работе «Исследование о богатствах народов» раскрыл понятие конкурентоспособности, проанализировав экономические факторы, лежащие в основе народного богатства [10]. Конкуренция, согласно автору, возникает тогда, когда продавцы пытаются установить контроль над рынком на долгосрочный период, извлекая максимальную выгоду из данной ситуации. Иными словами, конкуренция в определенной степени является реакцией рынка на столкновение конкурентных сил в борьбе за доминирование и приобретение относительных преимуществ при достижении нового равновесия. В данном случае главнейшим методом конкурентной борьбы выступает изменение и регулирование цен. Это основа поведенческого подхода.

Как известно, цена и предложение связаны друг с другом: при снижении предложения повышается цена. Данная ситуация находит мгновенный отклик в возникновении конкуренции среди покупателей. Но если предложение увеличивается, цена неизменно начнет снижаться, что отразится на ужесточении конкуренции среди продавцов. Следовательно, рыночные цены – так называемая «невидимая рука» рынка, согласно А. Смиту, – с которой соперничали продавцы, добиваясь более выгодных условий продажи своих товаров, формировала конкуренцию.

Помимо классической трактовки поведенческого подхода к определению конкуренции существует и ее неоклассический вариант, сформированный известным английским экономистом А. Маршаллом. Данный вариант связывает конкурентную борьбу за экономические блага с деньгами потребителей, за которые эти блага приобретаются. Товары и услуги, как и ресурсы, всегда ограничены, их недостаточно для удовлетворения всех, даже потенциальных, потребностей общества. Это приводит к тому, что те, кто владеют благами, имеют возможность заниматься распределением ресурсов на выгодных для себя условиях, устанавливая собственные критерии уровня цен, качества товаров и прочего [6].

Помимо поведенческой трактовки большое распространение получил и структурный подход. Исследованиями данного подхода занимались Дж. Робинсон, Э. Чемберлин и другие ученые. Их работы послужили основой для формирования современной западной теории четырех типов рынков: совершенной конкуренции, монополистической конкуренции, олигополии и монополии.

Если подробнее рассмотреть структурный подход, можно заметить, что он не акцентирует внимание на борьбе конкурентов друг против друга за выгодные условия функционирования на рынке, а анализирует непосредственно саму структуру рынка. Иными словами, структурный подход уделяет внимание условиям, господствующим на рынке. Важнейшим условием при этом выступает степень влияния того или иного участника рынка на формирование уровня цен. Как можно заметить, фактор доминирования и превосходства одного участника рынка над другим не является существенным.

Структурный подход трактует конкуренцию не с позиции соперничества продавцов/фирм/предприятий, а с точки зрения сложившегося положения на рынке. Речь идет о совершенной или несовершенной конкуренции. Если участник рынка не имеет возможности влиять

на общий уровень цен, то на рынке господствует совершенная конкуренция. Если же участником рынка оказывается влияние на цены, то можно говорить о несовершенной конкуренции [15].

В начале прошлого века понимание понятия конкуренции и ее роли в экономике претерпело значительные изменения. Это обусловлено формированием функционального подхода, исследованием которого одним из первых занялся известный австрийский экономист Й. Шумпетер. В своей работе «Теория экономического развития» он впервые использовал понятие «инновация» («нововведение»), рассматриваемое как любое изменение, целью которого является внедрение и использование новых товаров, услуг, рынков и форм организации компании [16].

Согласно Й. Шумпетеру, одним из важнейших показателей конкурентного рынка является возможность инициировать новые достижения научно-технического прогресса. В контексте функционального подхода концепция конкуренции приобретает новый смысл: противостояние старого и нового, осуществляемое предпринимателями, которые организуют и управляют производством, внедряют новые комбинации ресурсов, создают инновации [17].

Понятие конкуренции получило новой виток развития в конце XX века. Этому способствовало распространение работ таких широко известных в России ученых, как М. Портер, А. Стрикленд, А. Томпсон, И. Ансофф. В настоящее время существуют многочисленные исследования в этой области, выполненные в том числе и отечественными учеными, такими как Г. А. Азорев, А. П. Челенков, Н. К. Моисеева, Р. А. Фатхутдинов, В. Е. Хруцкий, А. Ю. Юданов и другими (табл. 1).

Таблица 1 – **Многозначность понятия «конкуренция»**

Автор	Определение
Т. Г. Философова	Конкуренция – это ситуация, в которой любой, кто хочет что-либо купить или продать, имеет право выбора между различными поставщиками и покупателями [13]
Р. А. Фатхутдинов	Конкуренция – это процесс управления субъектом своими конкурентными преимуществами для одержания победы или достижения других целей в борьбе с конкурентами за удовлетворение объективных и субъективных потребностей в рамках законодательства либо в естественных условиях [11]
Г. Л. Азоев, П. С. Завьялов, Л. Ш. Лозовский, А. Г. Поршев, Б. А. Райзберг	Конкуренция – это экономический процесс взаимодействия, взаимосвязи и борьбы между выступающими на рынке предприятиями в целях обеспечения лучших возможностей сбыта своей продукции, удовлетворения разнообразных потребностей покупателей

Объединяя данные определения и анализируя рассмотренные ранее подходы, можно сделать вывод, что конкуренция представляет собой процесс взаимодействия, в котором каждая из сторон использует свои конкурентные преимущества для успешной реализации своих возможностей и удовлетворения потребностей.

Что касается конкурентоспособности, то в современной экономической науке нет ее единого определения. Конкурентоспособностью могут обладать и товары, и предприятия, и регионы, и страны, так как данное понятие может быть применимо на совершенно разных уровнях. Такое разнообразие применения данного понятия привело к тому, что в экономической литературе существует множество разнообразных трактовок конкурентоспособности (табл. 2).

Таблица 2 – **Определение конкурентоспособности различными учеными**

Автор	Определение
М. Портер	Свойство товара, услуги, субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присутствующими там аналогичными товарами, услугами или конкурирующими субъектами рыночных отношений [9]
М. Гельвановский	Обладание свойствами, создающими преимущества для субъекта экономического соревнования [2]
П. Завьялов	Концентрированное выражение экономических, научно-технических, производственных, организационно-управленческих, маркетинговых и иных возможностей страны, которые реализуются в товарах и услугах, успешно противостоящих конкурирующим аналогам как на внутреннем, так и на внешнем рынке [4]
В. Е. Хруцкий, И. В. Корнеева	Способность успешно оперировать на конкретном рынке (регионе сбыта) в данный период времени путем выпуска и реализации конкурентоспособных изделий и услуг [14]
Н. С. Яшин	Включает совокупность, с одной стороны, характеристик самой организации, определяющуюся уровнем использования научно-технического, производственного, кадрового потенциала, а также потенциала маркетинговых служб, а с другой стороны – внешних социально-экономических и организационных факторов, позволяющих организации создавать более привлекательную по ценовым и неценовым характеристикам продукцию по сравнению с конкурентами. Главный критерий эффективности деятельности организации [18]
Р. А. Фатхутдинов	Свойство объектов, характеризующее степень удовлетворения конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке. Определяет способность объекта выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на данном рынке [12]
Н. С. Мироненко	Совокупное выражение экономических, научно-технических, производственных, организационно-управленческих, маркетинговых и других возможностей, которые реализуются благодаря товарам, успешно противостоящим зарубежным товарам как на внутреннем, так и на внешних рынках [5]
Б. Скотт	Способность государства производить, распределять товары и услуги в международной экономике на условиях конкуренции с товарами и услугами других стран, что в свою очередь позволило бы повысить уровень жизни населения в стране [8]
М. Данн	Гибкость, посредством которой национальная экономика может предугадывать структурные изменения и успешно адаптироваться к ним [19]

Результаты

Рассмотрев различные точки зрения выдающихся экономистов и ученых, нельзя не отметить, что основными характеристиками конкурентоспособности являются как высокий уровень жизни населения, так и высокая эффективность использования располагаемых факторов производства. Размером территории, наличием природных богатств или принадлежностью к определенной группе стран по уровню социально-экономического развития не всегда определяются лидирующие позиции страны, так как конкурентоспособность страны больше подвержена влиянию не экономического потенциала страны, а способности удовлетворять конкретную рыночную потребность, а также в подходящий момент реагировать на изменение данной потребности [7]. Для того чтобы в полной мере разобраться с понятием «конкурентоспособность», его нужно разбить по нескольким направлениям. Начиная с самого верхнего уровня, конкурентоспособности страны, макроуровня, необходимо перейти на мезоуровень (конкурентоспособность отрасли) и микроуровень (конкурентоспособность предприятия).

Необходимо разграничить три группы понятий, которые требуют уточнения:

1) конкурентоспособность национальной экономики страны;

2) конкурентоспособность отрасли;

3) конкурентоспособность товара, фирмы, предприятия.

Различия представлены в таблице 3.

Таблица 3 – **Многозначность понятия «конкурентоспособность»**

Конкурентоспособность фирмы, товара	**Конкурентоспособность страны, региона, отрасли**
Различия в содержании (вызваны действиями, приводящими к созданию и поддержанию конкурентоспособности)	
Конкурентоспособность является результатом действий, связанных с производством конкретного продукта	Конкурентоспособность возникает в результате действий, направленных на формирование благоприятной внешней среды
Различия, основанные на факторах, определяющих конкурентоспособность	
Определяется факторами внутрифирменного развития, которые входят в «цепочку ценности» товара. Они призваны создавать реальные преимущества по реальному товару, которые различает потребитель	Определяется факторами, составляющими внешнюю среду деятельности фирмы. Они призваны создавать внешние условия, благоприятствующие использованию факторов внутрифирменного развития

Данные таблицы 3 отражают то, насколько многозначным может быть понятие конкурентоспособности. Так как оно не относится только к одному уровню хозяйствования, а может быть применимо к таким разнообразным единицам, как, например, товар, экономика, страна, то и факторы, которые определяют ее, на каждом уровне хозяйствования различны. Это обусловлено тем, что каждый уровень формирует свои показатели эффективности функционирования в соответствии с необходимыми результатами. Так, например, на уровне товара конкурентоспособность формируется вокруг производства конкретного продукта, а на уровне страны – на основе условий внешней среды.

Современная теория выделяет два подхода к определению уровня конкурентоспособности: территориальный и отраслевой. В соответствии с территориальным подходом конкурентоспособность выделяется на трех уровнях [1]:

макроуровень – конкурентоспособность страны;

мезоуровень – конкурентоспособность региона;

микроуровень – конкурентоспособность предприятия.

Что касается отраслевого подхода, то он также выделяет три уровня конкурентоспособности, однако подразумевает несколько иные показатели, а именно [2]:

макроуровень – национальная конкурентоспособность;

мезоуровень – конкурентоспособность отрасли;

микроуровень – конкурентоспособность товара.

На каждом из этих уровней необходимо выделить специфические и характерные признаки и факторы. Это делается для того, чтобы разработать эффективные методы повышения конкурентоспособности на каждом конкретном уровне.

Микроуровень подразумевает управление факторами, способными обеспечивать преимущества национальным товарам, которые, в свою очередь, могут обмениваться на деньги как на внутреннем рынке, так и на внешнем. Данный уровень оперирует такими понятиями, как цена, качество, взаимодействие с потребителями товаров и услуг.

М. И. Гельвановский в своей трехуровневой структуре конкурентоспособности объединяет на микроуровне конкурентоспособность товара и предпри-

ятия [3]. С одной стороны, подобное объединение объясняется тем, что товары и производящие их предприятия рассматриваются в контексте конкретной экономической деятельности и степень их влияния на следующие ступени хозяйствования равнозначна. Но, с другой стороны, каждый уровень характеризуется специфическими процессами и факторами, что, в свою очередь, требует индивидуального рассмотрения для повышения уровня конкурентоспособности.

Мезоуровень подразумевает обеспечение эффективного производства и сбыта товаров на национальных рынках и на мировой арене. Данный уровень охватывает предприятия и отрасли, что также имеет влияние как на национальную конкурентоспособность, так и на международную. Непосредственное влияние на повышение конкурентоспособности на мезоуровне оказывают региональная и отраслевая политика.

Что касается макроуровня, то он не только объединяет все вышеперечисленные факторы, но и включает в себя геополитические показатели. Необходимость управления данными факторами обусловлена тем, что от них зависит усиление и развитие воспроизводственной базы страны. В долгосрочной перспективе данное развитие создает возможности укрепления позиции страны на мировой арене. Нельзя не отметить чрезвычайную важность национальной экономической безопасности на данном уровне, так как речь идет об экономике государства в целом.

Выводы

Исходя из рассмотренных характеристик сущности конкурентоспособности, а также точек зрения выдающихся экономистов, автором вводится собственная трактовка понятия конкурентоспособности – это совокупность преимущественных параметров предприятия, отрасли или страны, позволяющая занимать лидирующие позиции на рынке по сравнению с конкурентами, эффективно используя собственный потенциал.

Библиографический список

1. *Анучин, А. А.* Экономико-статистический анализ региональной конкурентоспособности (на примере областей Центрально-Черноземного региона) // Вестник ВГУ. Экономика и управление. – 2007. – № 1. – С. 41-46.

2. *Гельвановский, М., Жуковская, В., Трофимова, И.* Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерениях // Российский экономический журнал. – 1998. – № 3. – С. 34, 68.

3. *Гельвановский, М. И.* Конкурентоспособность, открытость и безопасность российской экономики // Экономическая безопасность. Общий курс : учебник / под общ. ред. В. К. Сенчагова. – М. : Дело и Сервис, 2005. – 896 с.

4. *Завьялов, П.* Конкурентоспособность и маркетинг // Российский экономический журнал. – 1995. – № 12. – С. 25.

5. Конкурентоспособность в системе мирового хозяйства: пространственный анализ / под ред. Н. С. Мироненко. – М. : Пресс-Соло, 2002. – 472 с.

6. *Маршалл, А.* Принципы экономической науки : в 3-х т. – М. : Прогресс, 1993. – Т. 1. – 415 с.

7. *Мищенко, Л. Я., Хомутова, А. И.* Оценка конкурентоспособности национальной экономики: теоретические и методические аспекты [Электронный ресурс]. – URL: http://www.ej.kubagro.ru.

8. *Пилипенко, И. В.* Конкурентоспособность стран и регионов в мировом хозяйстве: теория, опыт малых стран Западной и Северной Европы. – Смоленск : Ойкумена, 2005. – 496 с.

9. *Портер, М.* Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран. – М. : Международные отношения, 1993. – 896 с.

10. *Смит, А.* Исследование о богатствах народов. – М. : Ось-89, 1997. – С. 58.

11. *Фатхутдинов, Р. А.* Стратегический менеджмент : учебник. – 6-е изд. – М. : Дело, 2004. – С. 100-101.

12. *Фатхутдинов, Р. А.* Управление конкурентоспособностью организа-

ции : учеб. пособие. – М. : Эксмо, 2005. – 544 с.

13. *Философова, Т. Г., Быков, В. А.* Конкуренция и конкурентоспособность : учеб. пособие / под. ред. Т. Г. Философовой. – М. : Юнити-Дана, 2007. – С. 5-6.

14. *Хруцкий, В. Е., Корнеева, И. В.* Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 560 с.

15. *Чемберлин, Э.* Теория монополистической конкуренции. – М. : Экономика, 1996. – С. 29.

16. *Шумпетер, Й. А.* Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. – М. : Эксмо, 2008. – 864 с.

17. *Шумпетер, Й.* Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры). – М. : Прогресс, 1982. – 455 с.

18. *Яшин, Н. С.* Конкурентоспособность промышленного предприятия: методология, оценка, регулирование. – Саратов, 2004. – 248 с.

19. *Dunn, M.* Economic of modern manufacturing: Technology, Strategy and Organization // American Economic Review. – 1990. – № 80. – P. 511-528.

Bibliographic list

1. *Anuchin, A. A.* Economic and statistical analysis of regional competitiveness (on example of regions of the Central Black Earth region) // Vestnik VSU. Economics and Management. – 2007. – № 1. – P. 41-46.

2. *Gelvanovsky, M., Zhukovskaya, V., Trofimova, I.* Competitiveness in micro-, meso- and macro-level dimensions // Russian economic magazine. – 1998. – № 3. – P. 34, 68.

3. *Gelvanovsky, M. I.* Competitiveness, openness and security of Russian economy // Economic security. General course : textbook / ed. by V. C. Senchagova. – M. : Business and Service, 2005. – 896 p.

4. *Zavyalov, P.* Competitiveness and marketing // Russian economic magazine. – 1995. – № 12. – P. 25.

5. Competitiveness in world economic system: spatial analysis / ed. by N. S. Mironenko. – M. : Press-Solo, 2002. – 472 p.

6. *Marshall, A.* Principles of economic science : in 3 vol. – M. : Progress, 1993. – Vol. 1. – 415 p.

7. *Mishchenko, L. Ya., Khomutova, A. I.* Assessing the competitiveness of national economy: theoretical and methodological aspects [Electronic resource]. – URL: http://www.ej.kubagro.ru.

8. *Pilipenko, I. V.* Competitiveness of countries and regions in the world economy: theory, experience of small countries of Western and Northern Europe. – Smolensk : Oycumena, 2005. – 496 p.

9. *Porter, M.* International competition: competitive advantages of countries. – M. : International relations, 1993. – 896 p.

10. *Smith, A.* Research on the Wealth of Nations. – M. : Os-89, 1997. – P. 58.

11. *Fatkhutdinov, R. A.* Strategic management : textbook. – 6th ed. – M. : Delo, 2004. – P. 100-101.

12. *Fatkhutdinov, R. A.* Managing the competitiveness of organization : textbook. – M. : Eksmo, 2005. – 544 p.

13. *Filosofova, T. G., Bykov, V. A.* Competition and competitiveness : textbook / ed. by T. G. Philosophical. – M. : Unity-Dana, 2007. – P. 5-6.

14. *Khrutsky, V. E., Korneeva, I. V.* Modern marketing: handbook on market research. – M. : Finance and Statistics, 2005. – 560 p.

15. *Chamberlin, E.* Theory of monopolistic competition. – M. : Economics, 1996. – P. 29.

16. *Schumpeter, J. A.* Theory of economic development. Capitalism, socialism and democracy. – M. : Eksmo, 2008. – 864 p.

17. *Schumpeter, J.* Theory of economic development (Study of entrepreneurial profit, capital, credit, interest and business cycle). – M. : Progress, 1982. – 455 p.

18. *Yashin, N. S.* Competitiveness of industrial enterprise: methodology, assessment, regulation. – Saratov, 2004. – 248 p.

19. *Dunn, M.* Economic of modern manufacturing: Technology, Strategy and Organization // American Economic Review. – 1990. – № 80. – P. 511-528.