

Гребенюк А.Б.

УДК 65.01.009.12

**ЭВОЛЮЦИЯ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К ТРАКТОВКЕ  
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

Конкурентные отношения являются предметом многолетних исследований зарубежных и отечественных ученых-экономистов, однако вопрос обеспечения конкурентоспособности предприятий остается открытым для научных дискуссий. В этой связи возникает необходимость в уточнении сущности данного понятия, что предполагает рассмотрение основных теорий конкурентоспособности в исторической ретроспективе, что является целью данного исследования.

Этимологически слово «конкуренция» восходит к латинскому «concurrentia» (означающему «столкновение», «соствязание») и английскому «rivalry» (переводимому как «соперничество»). В словаре русского языка С.И. Ожегова конкурентоспособность трактуется как «...способность выдерживать конкуренцию, противостоять конкуренции» [1, с.215]. Именно поведенческая концепция конкуренции была исторически и логически первой. В общих чертах её сущность сводится к честному, без сговора соперничеству, ведущемуся между продавцами (производителями) за наиболее выгодные условия продажи товаров. При этом основным методом конкурентной борьбы являются цены. Положения поведенческой концепции конкуренции изложены в работах представителя позднего меркантилизма англичанина Т. Мана, основоположников классической буржуазной политической экономии П. Буагильбера, А. Смита и Д. Рикардо, американских экономистов М. Портера, П. Хейне и др.

Так, Т. Ман в работе «Богатство Англии во внешней торговле или Баланс нашей внешней торговли как регулятор нашего богатства», изданной после смерти автора в 1664 г., изложил основы протекционизма - политики ограничения высокими таможенными пошлинами ввоза в Англию иностранных промышленных товаров, что ослабляло конкуренцию и содействовало росту отечественных мануфактур и, как следствие, способствовало повышению благосостояния нации [2, с. 40]. П. Буагильбер, в отличие от меркантилистов, видел источник богатства не во внешней торговле, а в развитии промышленности и внутренней торговли. Он считал необходимым ввести пропорциональную систему налогообложения, что значительно уменьшило бы налоговое давление на предпринимателей; выступал за снятие ограничений с внутренней торговли; требовал ввести свободный рынок зерна и не сдерживать естественное повышение цен на него. Эти мероприятия П. Буагильбер считал исходными условиями подъема экономики Франции, повышения благосостояния страны и народа [3, с. 84-85].

В наиболее обобщенном виде поведенческая концепция конкуренции изложена А. Смитом в работе «Исследование о природе и причине богатства народов», опубликованной в 1776 г. Именно А. Смит впервые сформулировал понятие конкуренции как соперничества продавцов (производителей) за деньги покупателей путем удовлетворения их потребностей; обосновал главный принцип конкуренции - принцип «невидимой руки», основанный на стихийном действии объективных экономических законов, образующих естественный порядок в обществе; описал механизм межотраслевой конкуренции как основы оптимального распределения ресурсов в обществе; определил основные условия свободной конкуренции: большое число продавцов и покупателей, свободу передвижения товаров и денег, капитала и труда, исчерпывающую информацию, свободное ценообразование [2, с. 172-179].

Д. Рикардо в работе «Начала политической экономии и налогового обложения», вышедшей в свет в 1817 г., впервые в экономической науке попытался применить принцип «невидимой руки» на наднациональном уровне - в рамках единого «универсального общества», образуемого благодаря развитию международной торговли. Изучив выгоды международного разделения труда и обмена на примере двух стран (Англии и Португалии) и двух товаров (вина и сукна) он обосновал принцип «сравнительных затрат» [2, с. 215] и ввел понятие «сравнительное (относительное) преимущество», которое рассматривал как основу обеспечения конкурентоспособности на международном рынке [4, с. 107-112].

В дальнейшем поведенческая концепция конкуренции совершенствовалась представителями марксистского направления политической экономии по пути конкретизации её цели и способов (методов) ведения. Так, рассматривая капиталистическое производство, К. Маркс писал, что его развитие «...делает постоянное возрастание вложенного капитала необходимостью, а конкуренция навязывает каждому индивидуальному капиталисту имманентные законы капиталистического способа производства как внешние принудительные законы. Она заставляет его постоянно расширять свой капитал для того, чтобы его сохранить, а расширять свой капитал он может лишь посредством прогрессирующего накопления ...» [4, с. 606]. Ф. Энгельс, исследуя природу конкуренции, также подчеркивал её принудительный характер для всех субъектов прямо или косвенно вовлеченных в рыночные отношения [5, с. 283].

В экономической литературе советского периода конкурентоспособность определялась как «...свойственная товарному производству, основанному на частной собственности на средства производства, антагонистическая борьба между частными товаропроизводителями за наиболее выгодные условия производства и сбыта товаров и одновременно механизм стихийного регулирования пропорций общественного производства; при капитализме - борьба между капиталистами за получение наивысшей прибыли» [6, с. 214]. Тем самым подчеркивалась несовместимость конкуренции с плановой экономикой, общегосударственной формой собственности, идеями бесклассового развития советского общества.

В конце XIX в. США и большинство европейских государств столкнулись с проблемой ограниченности ресурсов в силу их редкости, невозпроизводимости и незаменимости (полной или частичной). В связи с этим представители неоклассической школы стали трактовать конкуренцию как борьбу

товаропроизводителей за редкие экономические блага (товары, услуги, ресурсы) и, разумеется, за деньги потребителей, на которые их можно купить. Логика данного подхода состоит в том, что большинство экономических благ являются редкими в том смысле, что их количество меньше потенциальных потребностей общества. Именно поэтому владельцы благ могут их распределять, руководствуясь своей выгодой. При этом они предъявляют свои критерии отбора (уровень качества, технологии, профессионализм персонала, цены и др.), на основе которых принимают решение, кому предоставить блага, а кому - нет. Американский экономист П. Хейне по этому поводу пишет следующее: «Конкуренция есть следствие редкости, и от неё можно избавиться, только устранив редкость. Там, где есть редкость должно происходить распределение. Распределение - это размещение в соответствии с некоторыми критериями отбора. Конкуренция - это просто-напросто то, что происходит, когда люди стараются лучше соответствовать применяемому критерию» [7, с. 108].

Значительным вкладом в развитие поведенческой концепции конкуренции являются исследования американского экономиста М. Портера, цель которых - «не предложение рекомендаций для каждой страны, а иллюстрация того направления анализа, который может быть этим странам полезным» [8, с. 16]. Далее, он пишет: «В центре внимания данного исследования был процесс получения и сохранения конкурентных преимуществ в относительно сложных отраслях экономики и индустриальных сегментах» [8, с. 40]. Тем самым им подчеркивается процессуальный аспект конкурентоспособности. Кроме этого, в своих работах он подчёркивает, что конкурентоспособность необходимо рассматривать не как изолированное и автономное явление, а как неотъемлемую составляющую процесса экономического развития [8, 9]. Системный характер взаимосвязей экономического развития и конкурентоспособности определил позицию М. Портера по отношению к методу исследования - им должен был стать целостноориентированный подход. Однако именно в его применении последователями М. Портера был выявлен главный недостаток: конкурентоспособность рассматривается им как относительная категория, которая может быть оценена только в сравнении определённых показателей деятельности реального и эталонного предприятия (предприятия, выпускающего товары-субституты; предприятия, являющегося лидером на рынке или в отрасли) [9, с. 94]. Помимо вышеназванного, у данного методологического подхода имеются и другие недостатки: сложность оценки конкурентоспособности при диверсификации деятельности предприятий; невозможность учета динамического характера объекта исследования; невозможность объективно оценить отраслевую конъюнктуру, так как в качестве объектов сравнения выбираются один или несколько конкурентов; невозможность учета возможности адаптации предприятий к изменениям внешней и внутренней среды и др.

Однако, не смотря на отсутствие универсальности, теория конкурентоспособности М. Портера продолжает пользоваться популярностью. Так, анализируя западные теории конкурентоспособности, Пилипенко И.В. [10] выделил три ведущие научные школы: американскую, в рамках которой М. Эпрайт развил теорию кластеров М. Портера, рассмотрев её на региональном уровне; британскую, представитель которой Дж. Даннинг внёс изменения в ромбе конкурентных преимуществ М. Портера, а Р. Каплински, Дж. Хамфри и Х. Шмитц - исследовали взаимодействия цепочек ценностей в региональных и локальных кластерах; скандинавскую, сторонник которой Э. Рейнерт разработал концепцию «индекса качества» экономической деятельности, а Ч. Кетелс, П. Маселл - усовершенствовали концепцию конкурентных преимуществ М. Портера и региональных кластеров М. Энрайта.

В конце XIX в. - первой половине XX в. получила распространение структурная концепция конкуренции. Согласно данной концепции акцент исследования смещается с борьбы (соперничества) продавцов (производителей) друг с другом за ограниченные ресурсы на анализ форм и условий функционирования рынка. При этом основными являются неценовые методы конкурентной борьбы. Основоположниками структурной концепции конкуренции считаются французский ученый Л. Курно, представитель английской школы предельной полезности Ф. Эджуорт, английский экономист Дж. М. Кейнс, американские экономисты Дж. Робинсон, Э. Чемберлен и др. Именно ими был заложен фундамент понимания форм рынка: совершенной конкуренции, монополистической конкуренции, олигополии и монополии.

Так, А. Курно в своей работе «Исследования математических принципов теории богатства», опубликованной в 1838 г., исследуя функцию спроса, ввёл в экономическую науку понятие «эластичность спроса», содержание которого различал в зависимости от свойств товара (товары первой необходимости, предметы роскоши). При этом свой анализ А. Курно проводил в последовательности, обратной историческому ходу развития общества: начинал с простейшего, по его мнению, случая - естественной монополии, далее рассматривал дуополию, рынок монополистической конкуренции и, наконец, рынок свободной конкуренции [2, с. 295-296].

В отличие от своего предшественника, Ф. Эджуорт рассматривал рынок несколько в ином ракурсе. Для него предметом исследования являлись условия согласования индивидуальных оценок товаропроизводителей и потребителей на рынке свободной конкуренции, как преобладающей в XVIII веке рыночной структуре (форме рынка). Он утверждал, что проблема равновесия в условиях ограниченности ресурсов может быть решена только путём сопоставления предельных издержек, предельного дохода и предельной полезности [11, с. 64; 13, с. 392-393].

Значительный вклад в развитие структурной концепции конкуренции внесли представители кейнсианства. Так, Дж. М. Кейнс в работе «Общая теория занятости, процента и денег», опубликованной в 1936 г., обосновал необходимость государственного вмешательства в экономику в условиях усиления господства монополий. По его мнению, именно государство является единственной силой, способной противостоять монопольному

давлению и обеспечить здоровую конкуренцию, а значит и устойчивое развитие, для всех участников рынка [12, с. 470-471]. Последователи Дж. М. Кейнса - Дж. Робинсон и Э. Чемберлин - в своих работах больше внимания уделяли исследованию экономической природы монополии, негативным последствиям её влияния на конкуренцию и способам их преодоления [11, с. 48].

Среди современных приверженцев структурной концепции конкурентоспособности можно назвать американских экономистов К. Макконелла и С. Брю, по мнению которых конкуренция - это наличие на рынке большою числа независимых покупателей и продавцов, возможность для покупателей и продавцов свободно выходить на рынок и оставлять его. В наиболее общем виде современная интерпретация структурной концепции конкурентоспособности представлена в работе Гибсона Дж. Л., Иванцевича Д.М. и Донелли Д. Х.-мл., утверждающих, что «конкурентоспособность - это умение организации сохранять свои позиции на выбранных ею рынках» [13, с. 39].

Функциональная концепция конкуренции появилась в 50-60-х гг. XX в. Центральная проблема данной концепции - вопрос о роли конкуренции в экономике. Так, австрийский экономист И. Шумпетер в рамках своей теории экономического развития, утверждал, что «идеальная конкуренция (рассматриваемая как «благодетельная»)... не может быть представлена «как идеальная модель эффективности». Надо сказать, что она вообще «неосуществима», в то время как несовершенная, или монополистическая, конкуренция является «естественной» тенденцией» [3, с. 377]. Базируясь на теории «длинных волн» Н.Д. Кондратьева он выделил так называемые «базовые инновации» [14, с. 19-35]. Так, подъем в рамках первого экономического цикла (1790-1850 гг.) он связывал с переворотом в средствах производства, вызванным промышленной революцией; второго цикла (1842-1907 гг.) - с изобретением паровых двигателей и разработкой технологии выплавки стали; третьего цикла (1898-1920 гг.) - с достижениями в области электрификации и химизации производства. Таким образом, по И. Шумпетеру, конкуренция представляет собой непрерывный, естественный процесс борьбы (соперничества) старого с новым, то есть борьбу за инновации и преимущества, получаемые от их практического использования. Разделяя мнение И. Шумпетера, Г. Хамел и К. Прахалад подчеркивают, что конкурентоспособность - это механизм развития [15].

Также, сторонником функционального подхода к трактовке сущности конкуренции считается американский экономист Ф. Хайек [16]. Однако, в отличие от И. Шумпетера, он рассматривал конкуренцию как процесс, называя её «процедурой открытия». По его мнению, на рынке только благодаря конкуренции всё скрытое (в данном случае конкурентные преимущества) становится явным. Именно конкуренция способствует лучшему использованию потенциальных возможностей субъекта, стимулирует рациональное их использование. В качестве современной интерпретации данной идеи можно привести высказывание Р.А. Фатхутдинова: «Конкуренция не может функционировать среди людей, лишенных предпринимательского духа. Конкуренция - особый метод воспитания умов, великих изобретателей и предпринимателей. Сторонники традиций не должны навязывать другим свою неприязнь к новшествам. Ущерб терпят консерваторы, оказывающие сопротивление новому» [17, с.14].

Обобщив современные исследования конкурентных отношений, можно выделить следующие признаки изменения природы конкуренции, её форм и последствий проявления:

1. Произошла трансформация роли потребителей, проявляющаяся в активизации поиска ими предприятий с необходимыми стратегическими возможностями для создания желаемой ценности.
2. Процессы глобализации и фрагментации рынков обусловили появление принципиально новых подходов к сегментированию рынка, необходимость создания для каждого потребителя уникальной ценности.
3. Расширение границ конкуренции определило появление нетрадиционных конкурентов или возможности альтернативного использования реальными и потенциальными потребителями своих ресурсов.
4. Распространение процесса конвергенции создало предпосылки для построения конкурентных преимуществ на границах традиционных отраслей и формирования нетрадиционных конкурентных групп, состоящих из разноотраслевых игроков.
5. Рост спроса на инновации (как процессные, так и продуктовые) и активизация процессов их внедрения и повторного использования.

В результате проведенного исследования можно сделать вывод, что конкурентная борьба является неотъемлемой характеристикой рыночных отношений и условием реализации как продуктовых, так и процессных инноваций. Подходы к трактовке сущности конкурентоспособности развивались и совершенствовались, этот процесс происходит до сих пор. В практике отечественного предпринимательства, научной экономической мысли преобладают трактовки сущности конкуренции и конкурентоспособности объектов, заимствованные из западной литературы. На наш взгляд, наиболее полным является определение конкурентоспособности, учитывающее все аспекты деятельности организации (начиная с процесса разработки продукта до условий его послепродажного обслуживания и утилизации), при этом важно рассматривать конкурентоспособность продукта как одну из составляющих конкурентоспособности организации (значимую, но не единственную), и конкурентоспособности региона, под которой мы предлагаем рассматривать способность региона обеспечивать производство конкурентоспособного продукта при условии повышения уровня и качества жизни населения региона. Такой подход позволяет комплексно подойти к вопросу определения конкурентоспособности объектов и выработать рекомендации относительно ее наращивания как на уровне отдельного предприятия, так и на уровне национального хозяйства.

**Источники и литература:**

1. Ожегов С. И. Словарь русского языка / С. И. Ожегов. – М. : Русский язык, 1989. – 540 с.
2. Аникин А. В. Юность науки : Жизнь и идеи мыслителей-экономистов до Маркса / А. В. Аникин. – 4-е изд. – М. : Политиздат, 1985. – 367 с.
3. Бейтон А. 25 ключевых книг по экономике / А. Бейтон, А. Казорла, К. Долло; [пер. с франц.]. – Курган : Урал LTD, 1999. – 560 с.
4. Маркс К. Капитал : т. 1 / К. Маркс // Сочинения : т. 23 / К. Маркс, Ф. Энгельс. – 2-е изд. – М. : Гос. изд-во полиг. литературы, 1960. – 907 с.
5. Энгельс Ф. Анти - Дюринг. Переворот в науке, произведенный господином Евгением Дюрингом / Ф. Энгельс. – М. : Политиздат, 1983. – 483 с.
6. Экономическая Энциклопедия. Политическая экономия : в 4-х т. / гл. ред. А. М. Румянцев. – М. : Советская Энциклопедия, 1975. – Т. 2. – 560 с.
7. Хейне П. Экономический образ мышления / П. Хейне; [пер. с англ.]. – 2-е изд., стереотип. – М. : Дело, 1993. – 704 с.
8. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер; под ред. В. Д. Щетинина; [пер. с англ.]. – М. : Международные отношения, 1993. – 896 с.
9. Портер М. Стратегия конкуренции. Методика анализа отраслей и деятельности конкурентов / М. Портер. – К. : Основы, 1997. – 498 с.
10. Пилипенко И. В. Конкурентоспособность стран и регионов в мировом пространстве : теория, опыт малых стран Западной и Северной Европы / И. В. Пилипенко. – Смоленск : Ойкумена, 2005. – 496 с.
11. Брагинский С. В. Политическая экономия : дискуссионные проблемы, пути обновления / С. В. Брагинский, Я. А. Певзнер. – М. : Мысль, 1991. – 299 с.
12. Майбурд Е. М. Введение в историю экономической мысли. От пророков до профессоров / Е. М. Майбурд. – М. : Дело, Вита-Пресс, 1996. – 544 с.
13. Гибсон Дж. Л. Организации : поведение, структура, процессы / Дж. Л. Гибсон, Д. М. Иванцевич, Д. Х.-мл. Донелли; [пер. с англ.]. – М. : Инфра-М, 2000.
14. Из истории экономической мысли : сб. – М. : Знание, 1990. – 64 с.
15. Хамел Г. Конкурируя за будущее / Г. Хамел, К. Прахалад. – М. : Олимп-Бизнес, 2002. – 216 с.
16. Хайек Ф. Конкуренция как процедура открытия / Ф. Хайек // Мировая экономика и международные экономические отношения. – 1989. – № 12. – С. 24-29.
17. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность : экономика, стратегия, управление / Р. А. Фатхутдинов. – М. : Инфра-М, 2000. – 312 с.

**Голубкова И.А.****УДК 656.614.2.072.44(477)+379.857****ПОЛИТИКА УПРАВЛЕНИЯ УСТОЙЧИВОСТЬЮ РАЗВИТИЯ  
НАЦИОНАЛЬНОГО КРУИЗНОГО СУДОХОДСТВА**

*Постановка проблемы.* Повышение значимости круизного судоходства как в системе оптимизации структуры национальной экономики, так и удовлетворении требований морского отдыха в системе рынка торгового судоходства предопределяет необходимость разработки и формирования соответствующей национальной политики [1]. Именно последнее является важнейшим условием масштабного повышения роли традиционных круизных судоходных компаний. В Украине эту проблему решают в основном морские порты и иностранные туроператоры.

В этом аспекте следует отметить формирование новых тенденций в круизном судоходстве с начала XXI века. Во-первых, с массовостью морских круизов возрастает роль крупнотоннажных лайнеров. Во-вторых, круизное судостроение концентрируется в Европе с одновременным созданием новых верфей (хельсинская Kvaerner Masa-Yards). В-третьих, расширение регионов круизного мореплавания. В этом плане обращает на себя внимание заказ итальянской судоходной компаний Costa Crociere, входящую в группу Carnival, строительства лайнера на верфи, фактически начинающей свою деятельность. Теплоход пассажироместимостью 2100 человек и дедвейтом 82000 брутто регистровых тонн позволяет судовладельцу на основе высокой производительности снизить риск циклических колебаний.

Продолжается специализация лайнеров [2] в этом плане проектируются и спускаются на воду лайнеры, ориентированные на обслуживание молодежи и молодых семей, несмотря на устойчивое представление о предпочтениях отдыха на море для граждан более зрелого возраста.

В принципе развитие современного круизного судоходства основано на учете двух факторов: платежеспособности основной группы морских туристов и их относительной возрастной стабильности. В течение 40 летнего периода при любом совершенствовании круизных лайнеров основной контингент массовых круизных маршрутов – это граждане стран развитого мира возрастом более 50 лет. Кроме этого сегмента целевого рынка развиваются морские путешествия с более высокой стоимостью и понижением возраста круизеров – это сегмент мегаяхт и экспедиционных маршрутов [3]. Эти сегменты характеризуются индивидуальностью и ориентацией на особые потребности.