

© 2009 г. Е.В. Кетова

МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ – КАК ПРИОРИТЕТНЫЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Возможность страны занять достойное место в глобальной экономике зависит от возможностей ее фирм удерживать достойные места на мировых рынках. Поэтому в современном мире достижение и поддержание конкурентоспособности предприятий на внешних рынках является необходимым условием повышения национальной конкурентоспособности. При этом необходимо учитывать тенденции мирового развития и в соответствии с ними проводить политику, направленную не только на снижение затрат на производство и реализацию продукции, но также необходимо комплексно повышать эффективность и внутренних и внешних факторов, обеспечивающих конкурентоспособность фирмы.

Ключевые слова: конкурентоспособность, международная конкурентоспособность, конкурентное преимущество.

Конкурентоспособность предприятия является одной из важнейших категорий рыночной экономики, характеризующей возможность и эффективность адаптации предприятия к условиям рыночной конкурентной среды. Повышение конкурентоспособности фирмы - залог повышения конкурентоспособности страны. В понятие конкурентоспособности организации вкладывается ее способность выпускать конкурентоспособную на конкретном рынке продукцию, ее преимущество по отношению к другим фирмам данной отрасли внутри страны или за ее пределами [1, с.9].

Понятие международной конкурентоспособности является для мировой и российской экономики новым, поэтому общепринятого определения ее содержания и понимания нет. Устойчивое обеспечение конкурентоспособности хозяйствующих субъектов и производимых ими товаров остается одной из наиболее сложных задач в мировой экономике. Ее решение в России затруд-

няется тем, что отечественный опыт в этой сфере невелик. Задача обеспечения конкурентоспособности российских предприятий до начала 90-х гг. XX века стояла лишь перед отдельными организациями, ориентированными на экспорт и лишь после кардинальных экономических реформ, исследование конкурентоспособности в российской науке приобрело теоретическую и практическую значимость. В настоящее время, отечественные и зарубежные варианты решения проблемы обеспечения конкурентоспособности слабо отражают изменения в мировой экономике, связанные с процессом глобализации, а также с обострением международного соперничества, ведущегося в разных формах, разными методами и на различных уровнях экономики. Международная конкурентоспособность является важнейшей комплексной характеристикой качественного состояния товаров, хозяйствующих субъектов, их структурных изменений, сравнительно с сопоставимыми аналогами других стран. Новые условия расширения конкуренции и ограниченности материально-финансовых ресурсов вызывают необходимость качественных прорывов в конкурентоспособности и опережении конкурентов. В современном обеспечении конкурентоспособности фирмы на международном рынке важны преимущества ее ресурсосберегающих технологий, развитие возможностей трудовых ресурсов и комплексное изучение информации на рынке, касающейся возможности повышения конкурентоспособности предприятия. Конкурентоспособность фирм на международном рынке зависит от многих факторов: экономических, институциональных, политических, культурных, человеческих и образовательных. Эти факторы можно подразделить на внутренние и внешние.

Согласно теории конкуренции М. Портера, успех в международной конкуренции определяют не столько сами факторы производства, сколько то, где и насколько продуктивно они применяются. Поэтому среди внутренних факторов важнейшую роль играет уровень качества управления компанией, то есть уровень подготовки менеджеров, умение правильно вести деловые операции в условиях постоянных изменений на рынке. К внутренним факторам относятся также: уровень производительности труда, технологический фактор, то есть технический уровень продукции и параметры технологии производства. Данные факторы определяют уровень издержек производства и сбыта. Однако для целей определения конкурентоспособности компании

необходимо принимать во внимание только относительный показатель, то есть отношение издержек производства и сбыта у данной компании к уровню издержек производства и сбыта у компании-конкурента. Группу внешних факторов составляют: макроэкономическая стабильность и предсказуемость экономической политики; уровень интернационализации экономики, то есть участие страны в международной торговле и инвестировании; степень соответствия государственной политики требованиям конкуренции; эффективность функционирования рынков капитала и качество финансовых услуг; уровень развития новейшей инфраструктуры в стране; развитие научно-технологического потенциала и прочее. Все эти показатели используются только как относительные. Таким образом, конкурентоспособность фирм на мировых рынках определяется не только их конкурентным преимуществом, но и всем комплексом факторов на всех уровнях, определяющих преимущества товаров страны на мировом рынке. Однако, определение конкурентоспособности на принципах только «позиций и преимуществ» недопустимо. В теории конкурентных преимуществ М.Портера уделяется недостаточно внимания микроэкономике предприятий, где создаются и конкурентные преимущества, и возможности влияния на экономику отраслей и стран [2].

Под конкурентоспособностью понимается многоуровневое, многоаспектное понятие, характеризующее динамическое, управляемое свойство объекта оценки, определяемое совокупностью конкурентных преимуществ и слабостей и выраженное в способности выдержать конкуренцию в системе рыночных отношений в рассматриваемый период времени [3, с.29]. Необходимо выделить две основные стороны конкуренции – конкуренцию продуктов и конкуренцию предприятий. Однако именно предприятие является субъектом конкуренции, осуществляет конкурентную деятельность и участвует и в конкуренции продуктов и в конкуренции предприятий. Конкурентоспособность предприятия на международном рынке составляют его способности и возможность включения тех активов, которые могут стать конкурентными преимуществами. Конкурентное преимущество создается по всей цепочке производственных ценностей – начиная от разработки изделий до послепродажного сервиса. Международную конкурентоспособность необходимо определить как сравнительно (с изменениями ведущих конкурентов и рынков) и системно выявляемую, формируемую и развиваемую изнутри устойчивую

способность товаропроизводителя к методичному комплексному наращиванию собственных конкурентных преимуществ для ускоренного и экономического обеспечения международного превосходства и планомерного опережения лидеров мирового рынка в интересах более полного удовлетворения (в рамках правовых, этических и экологических норм) материальных и социальных потребностей (работников, потребителей, инвесторов, собственников) [4, с.193].

Мировой уровень конкурентоспособности здесь означает лучшее системное обеспечение международных конкурентных преимуществ и устойчивых способностей к успешному конкурированию в любой стране мира с опорой на международные стандарты как исходные рубежи непрерывного повышения качества и конкурентности продукции, менеджмента и организации труда. Вклад производственных ресурсов в усиление конкурентных преимуществ товаропроизводителей и страны определяется не столько их запасами, объемами, стоимостью, доступностью, сколько их структурой, качеством и эффективностью использования, скоростью их создания, совершенствования и приспособления к нуждам национальной и мировой экономики.

Роль ресурсосберегающих технологий в обеспечении международной конкурентоспособности повышается, т.к. наблюдается тенденция уменьшения энерго-, капитало-, материалоемкости продукции в мировой экономике в условиях сокращения запасов невозполнимых природных ресурсов. Большинство промышленно развитых стран активно использует ресурсосберегающие технологии, что контрастирует с преимущественно ресурсоемкими технологиями в России и сокращает конкурентоспособность российских предприятий на мировых рынках. По оценкам Экспертного института, для реструктуризации экономики на современной технологической основе в течение ближайших 20 лет потребуется более 2-х трлн. дол. США инвестиций, которых Россия не имеет [5]. При этом масштабный вывоз финансовых средств из России, даже в форме прямых инвестиций, препятствует скорейшей модернизации национальной промышленности. По словам В. В. Путина, «...в целом, накопленный объем российских инвестиций за рубежом составляет как минимум 240 млрд. дол.» [6, с.55]. С недостатками процесса вывоза национального капитала за рубеж, необходимо бороться экономическими методами - запреты и ограничения в этой области малоэффективны и

могут ухудшить международную конкурентоспособность российских фирм, так как помешают им использовать преимущества процесса глобализации. Для повышения конкурентоспособности на международном рынке необходимо выявлять и осваивать лучшее в мировой теории и практике, что позволит расширить возможности уменьшения затрат времени и ресурсов. Так, например, производство некоторых российских компаний переносится в страны с низкой стоимостью трудовых ресурсов, сырья и пр. (например, в Азербайджане среднемесячная заработная плата наемных работников в 2005 г. к уровню заработной платы в России составила 45,2%, в Армении 39%, в Киргизии 214,2%, в Молдове 34,5%, в Таджикистане 8,8%) [6, с.51], а маркетинг и сбыт сосредотачиваются вблизи потребителей продукции. В результате российские компании используют конкурентные преимущества сразу нескольких стран, что повышает их конкурентоспособность на глобальном рынке. Однако, только эффективности использования ресурсов уже недостаточно для обеспечения конкурентоспособности на международном рынке. Решающим фактором в настоящее время является уровень квалификации управленческого персонала. Именно это конкурентное преимущество фирмы, определяет поддержку инноваций, поощрение инициативы, умение правильно оценить сложившуюся на рынке конъюнктуру, готовность привлекать талантливых людей и комплексно оценивать информацию, способствующую повышению конкурентоспособности фирмы.

В XXI в. слова австрийского экономиста Ф. Хаека особенно актуальны: «практически каждый индивидуум обладает определенным преимуществом перед всеми остальными в том смысле, что он владеет уникальной информацией, которой можно найти выгодное применение...» [7, с.26]. По его мнению, именно рынок способствует концентрации знаний, умений, навыков, которые рассеяны в обществе, и могут быть использованы для производства товаров. Таким образом, рынок является координатором в поиске информации, поэтому лидеры международного бизнеса выгодно и непрерывно внедряют новые средства повышения конкурентоспособности. При этом на рынке важно изучать не только особенности успехов прямых конкурентов, но также и решения похожих проблем в других отраслях на внутреннем и международном рынках.

Достижение и экономичное поддержание именно мирового уровня конкурентоспособности характеризует не только социально-экономическую зрелость компании, но и максимизацию ее прибыльности и влияния в международном бизнесе. Например, способность к выживанию (низший уровень конкурентоспособности) характеризуется пассивной адаптацией к рынку без значительных внутренних изменений; активная реакция на конкуренцию (средний уровень) сопровождается повышением качества и эффективности мер; обеспечение превосходства (высший уровень) является намного более прибыльным и эффективным. Следовательно, долгосрочные, стабильные, большие экономические преимущества в международном бизнесе могут создаваться только постоянным и системным превосходством над конкурентами. Обеспечение конкурентоспособности предприятия на международном рынке в XXI в. приобрело особую значимость, так как глобализация является определяющей чертой развития мировой экономики, и все больше усиливается зависимость экономик стран от внешнего рынка, так доля экспорта достигла 25% ВВП всех стран мира [8, с. 357]. Таким образом, развитие глобальной конкуренции вызывает необходимость выработки экономической стратегии, направленной на повышение конкурентоспособности фирм на международном рынке.

В настоящее время для достижения конкурентоспособности необходимо не только минимизировать издержки, но и обладать полной информацией о деятельности конкурентов, инновациях, нововведениях. Кроме того повышается роль квалифицированного управленческого персонала, так как гибкие организационно- управленческие отношения начинают доминировать в глобальной экономике. Еще М. Портер указывал на то, что правительства для оказания адекватного позитивного воздействия на конкурентоспособность страны должны поощрять изменения, способствовать внутренней конкуренции, стимулировать инновации.

Литература

1. *Фатхутдинов Р.А.* Управление конкурентоспособностью организации. М., 2005.
2. *Портер М.* Конкуренция. М., 2000.

3. *Савельева Н.А.* Формирование конкурентоспособности на мезоуровне, Ростов-н/Д., 2004.
4. *Мировая экономика и международный бизнес.* М., 2005.
5. *Акопова Е.С.* Инновационная глобализация и российская конкурентоспособность через призму «Алмаза» М. Портера // *Финансы и кредит*, 2004. № 23.
6. *Цветков В.А.* Международная экспансия российских компаний: благо или вред? // *ЭКО. Всероссийский экономический журнал*, 2008. № 11.
7. *Овчинников В.В.* Глобальная конкуренция. – М., 2007.
8. *Перский Ю.К., Калюжная Н.Я.* Конкурентоспособность регионов: теоретико-прикладные аспекты. М., 2003.

***Южный федеральный
университет (РГУ)***

27 февраля 2009 г.
