

УДК 316.3.009.12

Н.Б.Куттыбаева

Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букетова (E-mail: nurg_78@mail.ru)

Конкуренция как образ жизни и движущая сила развития общества

В статье подчеркнуто, что впервые теория конкуренции была обобщена Адамом Смитом. Приведены определения «конкуренция», сформулированные видными учеными-экономистами. Делается вывод, что в развитие теории и практики конкуренции особый вклад сделан Майклом Портером. Отмечено, что конкурентное преимущество у отрасли в рамках государства предопределяется детерминантами конкурентного преимущества страны. Описаны наиболее важные термины и понятия конкуренции как образа жизни и движущей силы развития общества.

Ключевые слова: конкуренция, теория, обобщение, вклад, сущность, развитие, система, отраслевой кластер, методы, варианты.

Обобщение теории конкуренции Адамом Смитом

Теория конкуренции была обобщена Адамом Смитом в работе «Исследование о природе: к причине богатства народов» (1776 г.) [1; 79–396].

Новизна теории конкуренции А.Смита заключается в том, что он впервые:

- 1) сформулировал понятие конкуренции как соперничества, повышающего цены (при сокращении предложения) и уменьшающего цены (при избытке предложения);
- 2) сформулировал главный принцип конкуренции — принцип «невидимой руки», согласно которому, «держая» за ниточки марионеток-предпринимателей, «рука» заставляет их действовать в соответствии с неким «идеальным» планом развития экономики, безжалостно вытесняет фирмы, занятые производством не нужной рынку продукции;
- 3) разработал теоретически очень тонкий и гибкий механизм конкуренции, который объективно уравнивает отраслевую норму прибыли, приводит к оптимальному распределению ресурсов между отраслями. Тонкость механизма конкуренции заключается в том, что при сокращении спроса на товар наибольшие трудности испытывают фирмы, выпускающие некачественную или излишне дорогую продукцию. Гибкость механизма конкуренции проявляется в его мгновенной реакции на любые изменения обстановки во внешней среде. Быстро адаптируются к среде мобильные фирмы;
- 4) определил основные условия эффективной конкуренции, включающие наличие большого количества продавцов и покупателей, исчерпывающую информацию, мобильность используемых ресурсов, невозможность каждого продавца оказывать существенное влияние на изменение рыночной цены товара (при сохранении его качества или качества сервиса);
- 5) разработал модель усиления и развития конкуренции, доказал, что в условиях рыночных отношений возможно максимальное удовлетворение потребностей потребителей и наилучшее использование ресурсов в масштабе общества в целом.

Вклад в развитие теории конкуренции видных ученых-экономистов

Определенный вклад в развитие теории конкуренции Адама Смита внесли Д.Рикардо, Д.С.Милль, Дж. Робинсон, Дж. Кейнс, Й.Шумпетер, П.Хейне, Ф.А.Хайек, Ф.Найт, К.Р.Макконнелл, С.Л.Брю, М.Портер, Г.Л.Азоев, Ю.И.Коропов, Л.Г.Раменский, А.Ю.Юданов и другие.

Чтобы глубже понять сущность конкуренции, приведем ее определения, сформулированные некоторыми авторами:

1. «Разрыв между ценой блага и предельными затратами на его производство является источником потенциального преимущества. Конкуренция происходит в экономике по мере того, как люди определяют, где существуют такие различия, и стараются использовать их, заполняя этот разрыв дополнительными благами.

У конкуренции больше форм, чем мы можем перечислить, и обычно больше форм, чем могут предусмотреть и предотвратить конкуренты», — считает современный американский экономист Пол Хейне [2; 298].

2. По мнению Й.Шумпетера, «практически любое нововведение, в особенности если оно состоит во внедрении нового товара, вначале порождает ситуацию такого рода, которая характеризуется понятием «монопольная конкуренция». Поведение предпринимателя, как и реакция системы на него, очень хорошо может быть описано в понятиях этой теории» [3; 55].

3. Как считают К.Р.Макконнелл и С.Л.Брю, «... хотя фирм, производящих данный продукт, может быть лишь несколько, эти фирмы могут столкнуться с сильной межотраслевой конкуренцией. То есть они могут испытывать конкуренцию со стороны производителей товаров, отличных от продукции данных фирм, но способных ее заменить. То обстоятельство, что за выпуск алюминия в стране отвечает горстка фирм, дает неверное представление о конкуренции со стороны стали, меди, дерева, пластмасс и множества других продуктов, с которой сталкивается алюминий на специальных рынках. Иностранная конкуренция также должна быть принята во внимание. В то время как «Дженерал моторс» господствует в отечественном производстве автомобилей, растущая конкуренция со стороны импорта ограничивает ее решения в области ценообразования и определения объема производства. Более того, большие прибыли, которые извлекает монополист в результате полного использования своей рыночной власти, являются стимулом для потенциальных конкурентов, побуждающим их к вступлению в отрасль. Иначе говоря, потенциальная конкуренция действует на фирмы, обладающие рыночной властью в настоящее время, как сдерживающий фактор в принятии ими решений о ценах и объеме производства» [4; 223].

4. Нобелевский лауреат по экономике 1974 г. австрийский ученый Фридрих А. фон Хайек отмечает, что конкуренция — процесс, посредством которого люди получают и передают знания. По его мнению, на рынке только благодаря конкуренции скрытое становится явным [5].

Конкуренция ведет к лучшему использованию способностей и знаний. Большая часть достигнутых человеческих благ получена именно путем состязания, конкуренции. Конкуренция требует рационального поведения как условия пребывания на рынке. Конкуренция стимулирует рациональность.

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.

Конкуренция — процесс доказывания правоты меньшинства — новаторов.

Конкуренция усиливает эффективность, меняет привычки, призывает к большей внимательности, что совершенно бесполезно в бесконкурентных условиях.

Конкурентов мы воспринимаем с раздражением, ибо они мешают нам спокойно жить.

5. А.Ю.Юданов утверждает, что рыночная конкуренция — борьба фирм за ограниченный объем платежеспособного спроса потребителей, ведущаяся ими на доступных сегментах рынка [6]. Вместе с тем А.Ю.Юданов считает, что до сих пор в мире отсутствует единое понятие «конкуренция». Ученые придерживаются одной из трех трактовок конкуренции: поведенческой, структурной, функциональной.

Поведенческая трактовка конкуренции — борьба за деньги покупателя путем удовлетворения его потребностей.

Структурная трактовка конкуренции — анализ структуры рынка для определения степени свободы продавца и покупателя на рынке (формы рынка) и способа выхода из него.

Функциональная трактовка конкуренции — соперничество старого с новым, с инновациями, когда скрытое становится явным.

Развитие теории и практики конкуренции Портером

В своих книгах «Международная конкуренция» [7] и «Конкуренция» [8] Майкл Портер отмечает, что конкуренция — динамичный и развивающийся процесс, непрерывно меняющийся ландшафт, на котором появляются новые товары, новые пути маркетинга, новые производственные процессы и новые рыночные сегменты.

В предложенной модели М.Портер вводит четыре основополагающих понятия, на основе анализа которых он предлагает оценивать конкурентные преимущества отраслей, закономерности их возникновения, развития и упадка (рис. 1).

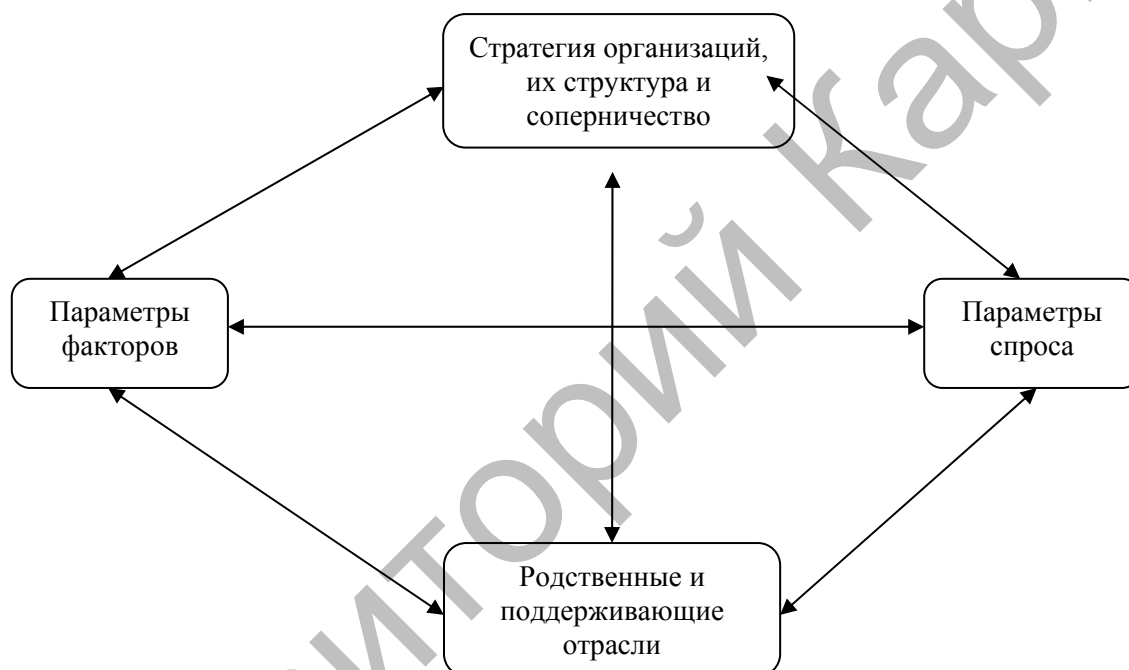


Рисунок 1. Детерминанты конкурентного преимущества страны по Портеру

Первое понятие «Параметры факторов», под которыми подразумеваются материальные и нематериальные условия, необходимые для формирования конкурентного преимущества в самом производственном процессе фирмы в стране ее базирования. Факторами могут выступать: рабочая сила, сельскохозяйственные угодья, природные ресурсы, телекоммуникации, дороги, здравоохранение и т.д. В зависимости от параметров этих факторов они могут выступать либо как возможности, либо как угрозы для организации.

Второе — «стратегия фирм, их структура и соперничество».

Третье — «параметры спроса» — показатели, характеризующие: требовательность потребителей к качеству товара, например, эластичность спроса по цене и уровню дохода; степень осознания социальными группами актуальности какой-либо потребности; национальные традиции; фазы жизненного цикла; структура спроса; его динамические показатели.

Четвертое понятие «родственные и поддерживающие отрасли» — отрасли, которые являются потребителями и/или поставщиками данной отрасли.

Основная идея концепции — конкурентное преимущество у отрасли в рамках государства определяется детерминантами конкурентного преимущества страны, которые значительно влияют друг на друга.

В данную модель Портер вводит еще два фактора — случайные события и действия правительства (рис. 2).

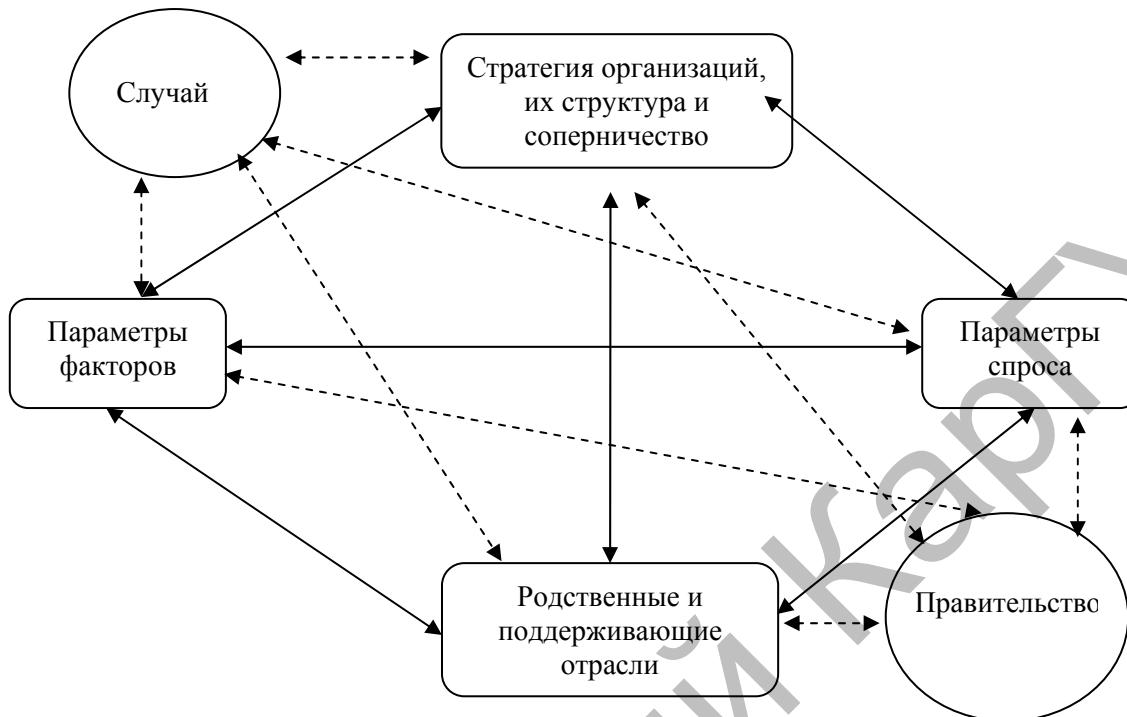


Рисунок 2. Общая система детерминантов конкурентного преимущества

Под случайными событиями Майкл Портер подразумевает:

- изобретения;
- прорывные технологии;
- резкие изменения цен на ресурсы;
- резкие изменения на мировых финансовых рынках или в обменных курсах;
- резкие изменения локального и международного спроса;
- политические решения местных и зарубежных правительств;
- войны и другие форс-мажорные обстоятельства.

Под действиями правительства Портер понимает влияние исполнительной власти на кредитно-денежную, налоговую, таможенную политику в стране. Правительство также определяет нормы, стандарты, которые могут влиять как на производителей, так и на потребителей. Помимо этого правительство является крупнейшим в экономике заказчиком. Влияние правительства может быть как положительным, так и отрицательным.

Анализ особо эффективных отраслей в различных странах, проведенный Портером и его коллегами, показал, что процесс их формирования и развития подчиняется определенным закономерностям. Для того чтобы его охарактеризовать, был введен термин «отраслевой кластер», под которым подразумевается неформальное сообщество отраслевых и смежных компаний, характеризующихся способностью взаимного усиления конкурентных преимуществ. Предположим, возникают одна или несколько организаций с высокими значениями конкурентных преимуществ. При определенных внешних условиях они способствуют росту конкурентных преимуществ своих компаний-поставщиков и компаний-потребителей. От поставщиков они требуют особенно качественных комплектующих, потребителей обеспечивают особенно качественной продукцией. В данном процессе возникает положительная обратная связь, и процесс укрепления конкурентных преимуществ усиливается.

Портер делает важнейший вывод о том, что устойчивые конкурентные преимущества нации могут базироваться только на прочных конкурентных преимуществах ее отдельных отраслевых кластеров. Порождение в отрасли хотя бы одной организации-прародительницы кластера способствует

укреплению конкурентоспособности и конкурентного потенциала остальных отраслевых организаций, которые, ведя борьбу за выживание, укрепляют свои конкурентные преимущества.

При изменении детерминантов конкурентного преимущества страны, в частности, при их ухудшении, происходит утрата конкурентных преимуществ, которая может сопровождаться распадом отраслевых кластеров.

*Важнейшие термины и понятия конкуренции как образа жизни
и движущей силы развития общества*

На сегодняшний день многими экономистами доказано, что конкуренция является движущей силой развития общества, главным инструментом экономии ресурсов, повышения качества товаров и уровня жизни населения. Поэтому конкуренция — очень сложное понятие. Особенно важно изучить механизм конкуренции в условиях казахстанской экономики, только начинающей осваивать этот механизм.

В развитых странах эффективность механизма конкуренции определяется не полнотой, глубиной или точностью термина «конкуренция», а действием «невидимой руки» А.Смита. Республика Казахстан в силу известных причин в этом плане остается еще пока не управляемой. Поэтому важно на начальном этапе построения механизма конкуренции и обеспечения конкурентоспособности определиться с терминами и понятиями, Мы стремились соблюсти принципы системности и комплексности формирования термина «конкуренция».

Составляющие термина «конкуренция»

◆ Процессы могут быть общественными и личными; экономическими, правовыми, социальными и природными; управленческими и производственными; обеспечивающими, преобразующими и завершающими; материальными и виртуальными; объективными и субъективными; поддерживающими паритет (баланс) и воспроизводственными; логическими и эмоциональными и т.д.

◆ Составляющими слова «управление» в понятии «конкуренция» являются: нахождение, разработка, поддержание, использование, развитие, отрицание конкурентного преимущества.

◆ В качестве «субъектов» в понятии «конкуренция» могут выступать любые социальные, производственные или биологические системы.

◆ Конкурентные преимущества субъектов могут быть наследственными, конструктивными, технологическими, информационными, квалификационными, управленческими, природно-климатическими и др.

◆ В качестве целей системы могут выступать: выполнение миссии организации; победа в спортивных соревнованиях или творческих конкурсах, на конкретном рынке с конкретным товаром; достижение за счет внешнего или внутреннего развития либо поглощения конкурента какого-либо определенного состояния или уровня; поддержание достигнутого уровня; выживание и т.д.

◆ Потребности могут быть: объективными (заданными природой или обществом) или субъективными (заданными субъектом управления или животным); первичными или высшими; прошлыми, настоящими или будущими; сопряженными или несопряженными; глобальными или личными; отрицательными или положительными; индивидуальными или общественными и т.д.

По степени интенсивности конкуренция может быть:

– привлекательной, когда в данном сегменте субъект качественнее удовлетворяет свои потребности или получает прибыли больше, чем в предыдущем сегменте;

– умеренной, когда действия субъекта конкуренции поддерживают конкурентную среду в данном сегменте рынка;

– ожесточенной для объекта конкуренции, когда субъект поглощает, уничтожает либо вытесняет объект из данного сегмента;

– ожесточенной для субъекта конкуренции, когда объект (конкурент) поглощает, уничтожает либо изгоняет субъект из данного сегмента.

Формы конкуренции:

– предметная — конкуренция между товарами одной ассортиментной группы, между аналогичными объектами, удовлетворяющими одну и ту же потребность;

– функциональная — конкуренция между товарами (объектами)-заменителями.

Методы конкуренции могут быть на основе:

– критерия повышения качества товара (неценовая);

- критерия повышения качества сервиса потребителей товара;
- снижения цены (ценовая);
- снижения эксплуатационных затрат у потребителя товара;
- использования динамичных факторов, в большей мере характеризующих качество процессов управления, — факторов времени (продолжительность, сроки, скорость, ускорение), синергичности, адаптивности, организованности и др.;
- использования нескольких или всех пяти предыдущих методов конкуренции (интегральный метод конкуренции).

Конкуренция может происходить на следующих уровнях:

- местном (в группе, отделе, организации и т.п.);
- региональном (районе, городе, области и т.п.);
- национальном (в стране);
- межнациональном (в нескольких странах);
- глобальном (в мировом масштабе, без конкретно определенных стран).

Варианты изменения силы конкуренции между фирмами:

- конкуренция усиливается с увеличением количества соперничающих фирм;
- конкуренция усиливается, когда крупные фирмы присоединяют другую фирму и принимают решительные меры по выводу ее в лидеры;
- конкуренция сильна, когда спрос на товар растет медленно;
- конкуренция усиливается, когда условия хозяйствования в отрасли толкают фирму на снижение цены или на применение других средств увеличения объема продаж;
- конкуренция усиливается, когда затраты покупателей при переходе с потребления одной марки на другие невелики;
- конкуренция усиливается, когда одна или несколько фирм не удовлетворены своей долей рынка;
- конкуренция усиливается пропорционально росту прибыли от успешных стратегических решений;
- конкуренция усиливается, когда затраты на выходе из рынка велики, высоки барьеры;
- ход конкуренции предсказуем, когда стратегии, ресурсы, организационные особенности, миссии фирм различаются в значительной мере и открыты большинству.

Факторы, влияющие на конкурентную борьбу:

- размер рынка — чем больше, тем сильнее конкуренты;
- темпы роста рынка — быстрый рост облегчает проникновение на рынок;
- мощности — излишние мощности приводят к падению цен;
- препятствия для входа или выхода из рынка защищают позицию фирмы, их отсутствие делает рынки уязвимыми для проникновения туда неконкурентоспособных новичков;
- цена;
- уровень стандартизации товаров — покупатели имеют преимущество, так как им легко переключиться с одного товара на другой;
- мобильные технологические модули;
- требования к размерам необходимых капитальных вложений — жесткие требования повышают риск, создают дополнительные барьеры входа-выхода;
- вертикальная интеграция повышает требования к размерам капитала, приводит к сильным различиям в конкурентоспособности и затратах на производство интегрированных, частично интегрированных и неинтегрированных фирм;
- экономия на масштабе — увеличивает долю рынка, необходимую для достижения конкурентоспособности товара;
- быстрое обновление ассортимента выпускаемой продукции.

Список литературы

1 Антология экономической классики / В.Петти, А.Смит, Д.Риккардо / Предисл. И.А.Столярова. — М.: ИП «ЭКОНОВ», «КЛЮЧ», 1993. — 475 с.

- 2 *Хейне Пол.* Экономический образ мышления: Пер. с англ. — М.: Изд-во «Дело» при участии Изд-ва «Catallaxy», 1992. — 704 с.
- 3 *Шумпетер Й.* Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры): Пер. с нем. — М.: Прогресс, 1982. — 456 с.
- 4 *Макконнелл К.Р., Брю С.Л.* Экономикс: Принципы, проблемы и политика: В 2-т. Т. 2: Пер. с англ. — М.: Республика, 1992. — 400 с.
- 5 *Хайек Ф.А.* Познание, конкуренция и свобода: Пер. с англ. — СПб.: Пневма, 1999. — 487 с.
- 6 *Юданов А.Ю.* Конкуренция: теория и практика. — М.: Тандем, 1996. — 272 с.
- 7 *Портер М.* Международная конкуренция: Пер. с англ. — М.: Междунар. отношения, 1993. — 896 с.
- 8 *Портер М.Э.* Конкуренция: Пер. с англ.: Учеб. пособие. — М.: Изд. дом «Вильямс», 2000. — 495 с.

Н.Б.Қуттыбаева

Бәсеке тұрмыс салты және қоғам дамуының күші ретінде

Бәсеке ілімін тұңғыш рет Адам Смиттің жалпылап пайымдағаны айтылған. Көрнекті ғалым-экономистер тұжырымдаған бәсекенің анықтамалары келтірілген. Майкл Портердің бәсеке ілімі мен практикасына айрықша үлес қосқандығы туралы қорытынды жасалған. Мемлекет ішінде саланың бәсекелік артықшылықтары елдің бәсекелік артықшылықтары детерминанттарымен анықталатындығы көрсетілген. Тұрмыс салты және қоғам дамуының қозғаушы күші ретіндегі бәсекенің аса маңызды терминдері мен ұғымдары суреттелген.

N.B.Kuttybayeva

Competition as way of life and driving force development of society

It is emphasized that for the first time the theory of the competition was generalized by Adam Smith. The definitions the competition formulated by prominent scientists-economists are given. The conclusion is drawn that in development of the theory and practice of the competition the special contribution is made by Michael Porter. It is noted that competitive advantage at branch within the state is predetermined by determinants of competitive advantage of the country. The most important terms and concepts of the competition as way of life and a driving force of development of society are described.

References

- 1 *Anthology of economic classics / V.Petit, A.Smith, D.Ricardo / Preface I.A.Carpenter, Moscow: UE «ECONOV», «KLUCH», 1993, 475 p.*
- 2 *Heine Paul. Economic way of thinking: Transl. from English, Moscow: «Delo» Publishing House with the participation of «Catallaxy» Publ., 1992, 704 p.*
- 3 *Schumpeter J. The Theory of Economic Development (Study of business profits, capital, credit, interest and cycle conditions): Transl. from Germ., Moscow: «Progress» Publishing House, 1982, 456 p.*
- 4 *McConnell K.R., Brue S.L. Economics: Principles, Problems and Policies. In 2 vols. Vol. 2: Transl. from Engl., Moscow: The Republic, 1992, 400 p.*
- 5 *Hayek F.A. Cognition, competition and freedom: Transl. from Engl., St. Petersburg: Pnevma, 1999, 487 p.*
- 6 *Yudanov A.Yu. Competition: Theory and Practice, Moscow: Tandem, 1996, 272 p.*
- 7 *Porter M. International competition: Transl. from Engl., Moscow: International Relations, 1993, 487 p.*
- 8 *Porter M.E. Competition: Transl. with Engl.: The textbook, Moscow: «Williams» Publ. House, 2000, 495 p.*