

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ АПК

Н.И.Гришакина, Н.Н.Юрина

## THE THEORETICAL FRAMEWORK FOR THE STUDY OF COMPETITIVENESS OF AIC PRODUCTS

N.I.Grishakina, N.N.Iurina

*Институт экономики и управления НовГУ, gnisemm@mail.ru, Nataliya.Yurina@novsu.ru*

Рассмотрены различные подходы к понятиям «конкурентоспособность» и «конкуренция», выделены показатели конкурентоспособности продукции АПК, расширены представления о видах конкуренции в АПК.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, конкуренция, виды конкуренции, АПК

Various approaches to the concepts «competitiveness» and «competition» are considered, the indicators of competitiveness of agro-industrial complex production are given and the vision of types of competition in agro-industrial complex is expanded.

**Keywords:** competitiveness, competition, types of competition, agro-industrial complex (AIC)

Исследование вопросов формирования конкурентоспособности продукции не представляется возможным без обращения к сущности понятия как экономической категории. Современная экономическая наука не дает единой общепринятой трактовки. В общем случае под конкурентоспособностью принято понимать способность определённого объекта или субъекта превзойти конкурентов в заданных условиях. Анализируя работы зарубежных авторов (А.Смита [1], Э.Чемберлина [2], Й.Шумпетера [3], М.Портера [4] и др.) и российских (С.Светунькова [5], Р.Фатхутдинова [6], Т.Философовой [7] и др.), находим разные толкования понятия конкурентоспособности. Многообразие определений, на наш взгляд, объясняется плюрализмом подходов и наличием особенностей данной эко-

номической категории. Так, в предложенных дефинициях акцентируют внимание на:

— релятивистской природе конкурентоспособности (рассматривают относительно конкретного рынка и аналога);

— динамическом характере и относительности (изучают в конкретный момент времени и с учетом изменений рыночной конъюнктуры);

— уровнях (объектах), применительно к которым характеризуют конкурентоспособность.

Большинство авторов исследуют конкурентоспособность как комплексную экономическую категорию, которую можно определять на нескольких уровнях (рис. 1):



Рис.1. Уровни конкурентоспособности

Ряд исследователей выделяют и другие уровни, например, конкурентоспособность региона, под которой понимают наличие ресурсного потенциала, а также совокупность условий территориального развития, реализация которых обеспечивает лидирующие позиции региона.

Системную модель конкурентоспособности описывает Т.Философова [7], представляя «пирамиду

конкурентоспособности». В основе «пирамиды» находится конкурентоспособность товара, дальше (по возрастающей) — фирмы, отрасли, экономики, страны.

Таким образом, исследование конкурентоспособности на отдельном уровне невозможно без исследования других, так как они тесно взаимосвязаны, влияют друг на друга. Соответственно, осмысление

конкурентоспособности как экономической категории требует детальной проработки ее сущности на каждом уровне.

Одной из первых отечественных работ, где весьма полно охарактеризованы различные аспекты конкурентоспособности продукции, на взгляд авторов, является монография М.Долинской и И.Соловьева «Маркетинг и конкурентоспособность промышленной продукции» (М., 1991). В своем исследовании ученые ее анализируют, сопоставляя с другой важнейшей технико-экономической категорией — качеством продукции, тем самым выделяя следующие особенности понятия:

- свойства продукции соответствуют потребностям потребителей;

- конкурентоспособность как синтетическая категория состоит из трех смыслообразующих элементов: потребителя, продукта и продукта-конкурента;

- разнородные продукты в плане конкурентоспособности — тождественны.

Существуют похожие трактовки, в которых ученые, определяя конкурентоспособность, по существу, определяют качество. Согласно их мнению, исследуя конкурентоспособность как обобщенную экономическую проблему, необходимо:

- применять количественную оценку экономических объектов, которые являются носителями свойств конкурентоспособности;

- учитывать, что основными параметрами считаются многослойность, относительность и конкретность;

- использовать результаты сравнительного анализа как предприятий, так и их продуктов;

- следовать требованиям полноты и корректности.

Рассматривают конкурентоспособность и как совокупность потребительских свойств продукции — благодаря ей существует отличие между товарами-аналогами по степени удовлетворения потребностей покупателей и расходами на его приобретение. Следовательно, здесь учитывается не только качество товара, но и потребительский спрос.

Профессор Р. Фатхутдинов дает следующее определение конкурентоспособности: «это свойство объектов, характеризующее степень удовлетворения конкретной потребности по сравнению с лучшими аналогичными объектами, представленными на данном рынке на уровне организации, региона, отрасли, любой сферы макросреды, страны в целом». Ко множеству объектов, которые обладают свойствами конкурентоспособности, автор причисляет, помимо продукции, еще и нормативные акты, научно-методические документы, проектно-конструкторскую документацию, технологию, производство, персонал («рабочий», «специалист», «менеджер» по выражению автора), ценные бумаги, инфраструктуру (окружающую среду), информацию [6].

Таким образом, обобщая взгляды различных авторов, мы придерживаемся точки зрения, что конкурентоспособность — это свойство хозяйствующих субъектов эффективно функционировать, предоставляя конкурентоспособные товары и услуги потреби-

лю. Конкурентоспособная продукция — это продукция, обладающая более высокими свойствами по сравнению с аналогами, имеющимися на рынке, и пользующаяся в результате этого повышенным спросом.

Научный интерес для авторов составило исследование категории конкурентоспособности продукции в сфере агропромышленного комплекса. Исходя из обзорного анализа содержания данного понятия, выделяем следующие показатели конкурентоспособности продукции АПК:

- качество, соответствие нормам и стандартам. Стандарты, используемые в сельском хозяйстве, условно разделяют на группы: стандарты на сельскохозяйственную продукцию; стандарты на продукцию, используемую в производстве (удобрения, техника, материалы и т.д.); технические стандарты.

- цена. Политика цен зависит от задач, которые она призвана решать: обеспечение выживаемости предприятия, максимизация прибыли, завоевание лидерства по контролируемой доле рынка, завоевание лидерства по качеству товара и т.д.

- упаковка. Кроме прямого функционального назначения (средство для размещения товара, предотвращения воздействия на него неблагоприятных условий внешней среды), она придает товару определенный имидж и служит носителем информации и средством маркировки.

- реклама. Важным фактором повышения конкурентоспособности товара и увеличения продаж является активная маркетинговая деятельность предприятия. Реклама — эффективное информирование потребителя о товаре, коммерческая пропаганда его свойств и достоинств. В АПК основными рекламодателями являются предприятия переработки и торговли. Они акцентируют внимание на качестве продукции, цене, товарном знаке, марке, стремятся создать и поддерживать благоприятный имидж продукции.

Центральным, смыслообразующим понятием по отношению к термину «конкурентоспособность» выступает «конкуренция». Она имеет большое количество определений, ее этимологической основой является латинское слово «*conspicentia*», что в переводе означает «сталкиваться».

Американский экономист М.Портер [4] рассматривает данное понятие через призму глобализации. Согласно его мнению на рынке существуют пять движущих сил, которые определяют возможный уровень прибыли. Каждая сила в модели ученого представляет собой отдельный уровень конкурентоспособности товара: рыночная власть покупателей, власть поставщиков, угроза вторжения новых участников, опасность появления товаров-заменителей, уровень конкурентной борьбы или внутриотраслевая конкуренция.

С целью определения экономического содержания понятия «конкуренция» выделяют следующие подходы к его пониманию: поведенческий, структурный, функциональный и институциональный.

С исторической точки зрения, поведенческий подход был самым ранним. А.Смит отождествлял конкуренцию «с честным соперничеством между продавцами за более выгодные условия продажи своих това-

ров». Неоклассическая теория, где привилегированное положение занимал поведенческий подход, определяет содержание конкуренции как борьбу за редкие экономические блага.

В XIX и особенно в XX в. стал популярным структурный подход (А.Курно, Дж.Робинсон и др.). Согласно ему содержание конкуренции определяется типом рынка и условий, доминирующих в нем. К.Макконел, С.Брю отмечали: «Конкуренция — это наличие на рынке большого числа независимых покупателей и продавцов, возможность для покупателей и продавцов свободно выходить на рынок и покидать его» [8].

Третий подход к определению конкуренции — функциональный. Он смещает рассмотрение экономической сущности конкуренции в сторону изучения ее роли в экономическом развитии. Й.Шумпетер, выдвигая свою теорию, рассматривал конкуренцию как соперничество между старым и новым. По его мнению, рынок скептически принимает нововведения, но если новатор все-таки их внедряет, тогда механизм конкуренции вытесняет с рынка предприятия, которые используют устаревшие технологии [3].

В соответствии с институциональным подходом, конкуренция представляет собой условия успешного функционирования института частной собственности и реагирования субъекта конкуренции на рыночные сигналы. Специфика конкуренции как института состоит в том, что ей присущи неспособность к самоорганизации и нестабильность, которые обуславливают необходимость ее регулирования со стороны государства и сетевых корпоративных структур. Подобного подхода придерживаются В.Ойкен, Ф.Хайек и др.

Современное осмысление категории конкуренции также строится на изучении трудов представителей различных школ. Позиции отечественных ученых в определении сущности конкуренции сводятся к пониманию конкуренции как состязательности на рынке. Значительный вклад в раскрытие экономического содержания конкуренции внесли Т.Гоголева, Е.Голубков, В.Гордеев, Л.Жигун, В.Щегорцов, А.Юданов.

В классической экономической теории конкуренция рассматривается как неотъемлемый элемент рыночного механизма. Представители классической

экономической школы (А.Смит, Д.Рикардо и др.) определили роль конкурентной борьбы в формировании рыночных цен и обосновали рыночные методы конкуренции. Они считали, что конкуренция по своей природе не требует вмешательства государства и способна привести экономическую систему в состояние равновесия.

Маржиналисты (К.Менгер, Е.Бем-Баверк, Ф.Визер) и представители неоклассической школы (А.Маршалл, Л.Вальрас, А.Курно), изучая сущность конкуренции, отмечали, что основной причиной ее возникновения является ограниченность ресурсов, а в процессе конкурентной борьбы хозяйствующие субъекты стремятся наиболее полно удовлетворить потребности общества.

Теория монополистической конкуренции была предложена в первой половине XX в. американским исследователем Э.Чемберлином. В этот же период Дж.Робинсон предложил теорию несовершенной конкуренции.

Среди современных трактовок понятия конкуренции наиболее полное определение, по нашему мнению, с точки зрения экономической теории, дает Р.Жариков: «конкуренция — это сложное социально-экономическое явление: с одной стороны, — это борьба за потребителя, с другой стороны, — это процесс удовлетворения возрастающих потребностей общества и отдельных индивидов на более высоком технико-технологическом и эколого-экономическом уровнях, а, в третьих, — это борьба за выживание и сохранение своего сегмента на рынке» [9].

Конкуренция является характерным признаком развития агропродовольственного рынка. Несмотря на то, что теоретически выделяют достаточно много видов конкуренции (например, по масштабам развития: индивидуальная, местная, отраслевая, межотраслевая, национальная, глобальная; по характеру развития: ценовая, неценовая; в зависимости от выполнения предпосылок конкурентного равновесия рынка: совершенная конкуренция, несовершенная конкуренция; в зависимости от соотношения спроса и предложения: чистая, олигополистическая, монополистическая и т.д.), применительно к отрасли сельского хозяйства не все авторы приводят ее классификацию.

Так, А.Митин, В.Рождественский [10] указыва-



Рис. 2 — Классификация конкуренции в сфере АПК по Л. Степанову [11]: а — по характеристикам участников; б — по характеристикам товаров

ют на существование ожесточенной конкуренции и международной рыночной конкуренции в секторе АПК. Согласно мнению ученых, при первой субъект поглощает, уничтожает либо вытесняет объект из определенного сегмента отечественного рынка; ее суть — в создании условий, при которых владельцы сельскохозяйственных организаций, предприятий вынуждены отказаться от своей собственности. Международная рыночная конкуренция представляет производственные отношения, которые возникают между товаропроизводителями в процессе обмена продуктами труда на мировом рынке, а также политико-экономические отношения между государствами, когда необходимо получить лучшие условия на рынках сбыта.

На конкуренцию в сфере АПК обращает внимание и Л. Степанов [11], выделяя конкуренцию по характеру участников (рис. 2 а) и характеристикам товаров (рис. 2 б).

Другие исследователи выделяют четыре типа конкуренции, которые можно наблюдать в различных областях сельского хозяйства: конкуренция, не ограничивающая возможности; конкуренция, ограничивающая возможности; доминирующая конкуренция и подавляющая конкуренция. Первый тип характерен для начальной стадии развития агропродовольственного рынка и характеризуется осуществлением различных видов сравнения с ближайшими конкурентами по месту нахождения и лидирующей группе предприятий в отрасли. Такой тип малозначительно оказывает влияние на объемы продаж продукции. Второй тип, ограничивающий возможности агропредприятий, означает достаточно сильное воздействие конкуренции. Данная степень влияния конкуренции ограничивает динамику роста фирм, что приводит к созданию защитных механизмов и новых технологий по развитию бизнеса, когда в таких условиях договариваются с отечественными или зарубежными конкурентами и получают взаимную выгоду. Доминирующая конкуренция на агропродовольственных рынках складывается в тех случаях, когда конкуренты настолько сильны, что мешают в развитии сельскохозяйственной организации. При этом теряется возможность привлекать новых клиентов и увеличивать объемы продаж. Подавляющая конкуренция близка к влиянию монополии и запрещена в большинстве стран, поскольку препятствует развитию свободного предпринимательства. В таких рамках действия сельскохозяйственной организации рас-

сматриваются только как поиск новых сегментов рынка, и как результат — полная замена номенклатуры и ассортимента.

На основе анализа сущностного содержания категорий «конкурентоспособность», подходов к выделению различных видов конкуренции предложено авторское видение к классификации конкуренции в АПК (рис. 3), позволяющее сделать следующие обобщения:

— по принадлежности участников рынков конкуренция в АПК: *внутриотраслевая* (характеризуется наличием на рынке хозяйствующих субъектов агропромышленного комплекса, которые реализуют определенный вид продукции), *межотраслевая* (возникает между субъектами, производящими разные виды продукции), *межрегиональная* (характеризуется участием на рынке предприятий из различных регионов) и *международная* (связана с присутствием импортного производителя);

— по характеру рыночных отношений: *добросовестная* (возникает между субъектами, которые соблюдают правовые и этические нормы и порядочные взаимоотношения), и *недобросовестная* (при использовании шпионажа, подкупа, чужого товарного знака и т.д.);

— по периодам производства продукции: *сезонная* (проявляется при продаже сезонных видов продукции), *межсезонная* (возникает между производителями, реализующими межсезонную, например тепличную, продукцию);

— по результатам от реализации нового вида продукции — возникает в случае выхода с новым видом продовольственного товара на уже освоенный или новый рынок продовольствия: *ожидаемая*, *фактическая*;

— по характеру развития: *свободная* (характеризуется наличием множества продавцов и покупателей, не влияющих на уровень текущих цен, однородностью и взаимозаменяемостью конкурентных товаров, отсутствием ценовых ограничений), *регулируемая* (характеризуется всеми возможными способами управления — от государственного до самостоятельного регулирования конкурентами друг друга), *ценовая* (ведущим способом соперничества является снижение цен производителя на свои товары по сравнению с ценами на аналогичную продукцию других производителей), *неценовая* (основными факторами в конкурентной борьбе становятся не цена продукта, а его качество, репутация производителя и т.д.).



Рис. 3. Классификация конкуренции в АПК

Таким образом, рассмотрев представления о конкурентоспособности продукции (АПК в частности), делаем вывод, что — это экономическая категория, процесс становления которой начинается с XVIII в. и продолжается до нынешнего времени; она позволяет оценить объект относительно сходных объек-

тов-конкурентов на рынке, формируется между товаропроизводителями в борьбе за наиболее выгодные условия деятельности для достижения оптимальных финансовых результатов и зависит от стадии жизненного цикла, на которой пребывает анализируемый товар.

1. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М., 2003. 145 с.
2. Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции. М.: Центр, 1997. 302 с.
3. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982. 455 с.
4. Портер М. Конкуренция / Пер. с англ. О.Л.Пелявского и др. М.: Вильямс, 2005. 608 с.
5. Светульников С.Г., Киндеева В.Н., Салихова Я.Ю. Сегментный подход и переориентация теории конкуренции / Под ред. С.Г.Светулькова. СПб: Изд-во СПбГУЭФ, 2006. 147 с.
6. Фатхутдинов Р.А. Стратегическая конкурентоспособность. М.: Экономика, 2005. С.
7. Филозофова Т.Г., Быков В.А. Конкуренция и конкурентоспособность: Учеб. пособие / Под ред. Т.Г.Филозофовой. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. 271 с.
8. Макконел К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. М.: ИНФРА-М, 2003. 972 с.
9. Жариков Р.В. Формирование продовольственной безопасности страны: конкурентоспособность продовольственных товаров и качество жизни населения. Тамбов: Изд-во ИП Чеснокова А.В., 2009. 282 с.
10. Митин А.Н., Рождественский В.С. Анализ состояния отечественного сельского хозяйства в условиях ожесточенной и международной конкуренции [Электр. ресурс] // Бизнес, менеджмент и право. 2009. № 1. URL: [http://bmpravo.ru/show\\_stat.php?&stat=323](http://bmpravo.ru/show_stat.php?&stat=323) (дата обращения: 06.06.2014).
11. Степанов Л.В. Конкуренция предприятий в сфере АПК и модель рынка [Электр.ресурс] // Экономика АПК. 2009. №2. URL: [http://agroecoinfo.narod.ru/journal/TEXT/RUSSIAN/2009/st\\_10\\_annot.html](http://agroecoinfo.narod.ru/journal/TEXT/RUSSIAN/2009/st_10_annot.html) (дата обращения: 06.06.2014).

#### References

1. Smith A. An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations. London, Methuen and Co., Ltd., ed. Edwin Cannan, 1904. (Russ. ed.: Smit A. Issledovanie o prirode i prichinakh bogatstva narodov. Moscow, 2003. 145 p.).
2. Chamberlin E.H. The Theory of Monopolistic Competition: A Re-orientation of the Theory of Value. Harvard University Press, 1933, 1965, 8th ed. (Russ. ed.: Chemberlin E. Teoriia monopolisticheskoi konkurentsii. Moscow, "Tsentr" Publ., 1997. 302 p.).

3. Schumpeter J.A. Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. Leipzig, Verlag von Duncker & Humblot, 1911. (Russ. ed.: Shumpeter I.A. Teoriia ekonomicheskogo razvitiia. Moscow, "Progress" Publ., 1982. 455 p.).
4. Porter M.E. On Competition. Boston, Harvard Business School, 1998. (Russ. ed.: Porter M. Konkurentsia. Moscow, Williams Publishing, 2005. 608 p.).
5. Svetun'kov S.G., Kindeeva V.N., Salikhova Ia.Iu. Segmentnyi podkhod i pereorientatsiia teorii konkurentsii [Segment approach and refocusing the competitive theory]. Saint-Petersburg, UNECON Publ., 2006. 147 p.
6. Fatkhutdinov R.A. Strategicheskaya konkurentosposobnost' [Strategic competitiveness]. Moscow, "Ekonomika" Publ., 2005, p. 31.
7. Filozofova T.G., Bykov V.A. Konkurentsia i konkurentosposobnost': ucheb. posobie dlia studentov vuzov, obuchaiushchikhsia po napravleniiam «Menedzhment» (080500), «Ekonomika» (080100) [Competition and competitiveness: college textbook for disciplines "Management" and "Economics"]. Moscow, UNITY-DANA Publ., 2007. 271 p.
8. McConnell C.R., Brue S.L. Economics: principles, problems and policies. Boston, Irwin McGraw-Hill, 1998. 849 p. (Russ. ed.: Makkonel K.R., Briu S.L. Ekonomiks: printsipy, problemy i politika. Moscow, INFRA-M Publ., 2003. 972 p.).
9. Zharikov R.V. Formirovanie prodovol'stvennoi bezopasnosti strany: konkurentosposobnost' prodovol'stvennykh tovarov i kachestvo zhizni naseleniia [Forming the food security of the country: competitiveness of food products and quality of life]. Tambov, IB (Individual Businessman) Chesnokov A.V. Publ., 2009. 282 p.
10. Mitin A.N., Rozhdestvenskii V.S. Analiz sostoiianiia otechestvennogo sel'skogo khoziaistva v usloviakh ozhestochennoi i mezhdunarodnoi konkurentsii [The analysis of state of domestic agriculture in conditions of fierce and international competition]. Biznes, menedzhment i pravo — Business, management and Law, 2009, no. 1, pp. 72-77. Available at: [http://bmpravo.ru/show\\_stat.php?&stat=323](http://bmpravo.ru/show_stat.php?&stat=323) (accessed 06.06.2014)
11. Stepanov L.V. Konkurentsia predpriiati v sfere APK i model' rynka [Agro-industrial complex competition and the market model]. Ekonomika APK — The economy of agro-industrial complex, 2009, no. 2. Available at: [http://agroecoinfo.narod.ru/journal/TEXT/RUSSIAN/2009/st\\_10\\_annot.html](http://agroecoinfo.narod.ru/journal/TEXT/RUSSIAN/2009/st_10_annot.html) (accessed 06.06.2014)