

## **СУЩНОСТЬ КАТЕГОРИИ «КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДУКЦИИ»**

THE ESSENCE OF THE CATEGORY “PRODUCT COMPETITIVENESS”

Плясунков А. В.  
Plyasunkov A. V.

Белорусский национальный технический университет  
Belarusian National Technical University

Аннотация. Рассмотрены различные подходы к определению сущности категории «конкурентоспособность продукции». Показано взаимодействие категорий «качество» и «конкурентоспособность». Предложено рассматривать конкурентоспособность как динамическую характеристику.

Annotation. Various approaches to determining the essence of the category “product competitiveness” are considered. The interaction of the categories “quality” and “competitiveness” is shown. It is proposed to consider competitiveness as a dynamic characteristic.

Ключевые слова: конкурентоспособность продукции, качество, цена, потребители.

Keywords: product competitiveness, quality, price, consumers.

В связи с переходом экономики Республики Беларусь на рыночные отношения появилась необходимость в разработке проблем рынка, исследовании экономических категорий, характеризующих рыночную экономику. Одной из таких категорий является «конкурентоспособность продукции». Изучению этого понятия в последнее время было уделено большое внимание в трудах ученых-экономистов. Несмотря на это, в теории и на практике понимание того, что скрывается за категорией «конкурентоспособность продукции» еще не устоялось. Критическая оценка экономической, справочной, нормативно-технической и методической литературы показывает, что в ней данное понятие рассматривается с самых общих позиций.

Большинство публикаций объединяет подход к конкурентоспособности товара как характеристике возможности его сбыта в условиях конкуренции.

Одним из сторонников данного подхода является Р.М. Тихонов, который в своей работе «Конкурентоспособность промышленной продукции» пишет, что «... конкурентоспособность по отношению к товару или к услуге означает их способность выдерживать конкуренцию, т.е. быть выгодно реализованным наряду или вместо других конкурирующих аналогичных товаров и услуг. Конкурентоспособность товара есть не что иное, как возможность его успешной продажи на данном рынке в определенный момент времени» [1, с. 11]. Подобный подход к определению конкурентоспособности товара мы встречаем и в ряде других работ. Так, согласно СТБ 1218-2000 «конкурентоспособность продукции – способность продукции соответствовать сложившимся требованиям данного рынка на рассматриваемый период» [2, с. 2]. Похожее определение встречается и в методике [3], согласно которой «конкурентоспособность продукции – способность продукции отвечать требованиям данного рынка в рассматриваемый период» [3, с. 10]. Приведенные выше определения, к сожалению, не раскрывают сущность рассматриваемой категории, констатируя и без того очевидную зависимость сбыта от конкурентоспособности. При этом за «всеохватностью» трактовки теряется содержание конкурентоспособности конкретного товара, которая обуславливает распределение спроса между ним и другими обращающимися на рынке изделиями аналогичного назначения. Кроме того, в этих определениях учитывается только рыночная ситуация, а оценка индивидуальных свойств изделий (в том числе индивидуальных затрат на эксплуатацию) остается в стороне.

Другая группа авторов рассматривают конкурентоспособность продукции как некоторую совокупность ее свойств, важнейшими характеристиками которой являются технический уровень, качество, цена. Далее эти свойства дополняются рядом организационно-экономических условий, характеризующих затраты потребителя и возможность реализации продукции на конкретном рынке. Например, А.Н. Литвиненко и А.М. Татьянченко предложили понимать под конкурентоспособностью «... характеристику товара, которая отражает его отличие от товара – конкурента как по степени соответствия конкретной общественной потребности, так и по затратам на ее удовлетворение. Показатель, выражающий такое отличие, определяет конкурентоспособность анализируемого изделия по отношению к товару-конкуренту. Уровнем конкурентоспособности называется численное значение этого показателя» [4, с. 39]. Такой же подход к определению конкурентоспособности встречается в ряде последующих работ в области конкурентоспособности продукции [5, 6, 7, 8], в которых было отмечено, что, во-первых, конкурентоспособность любой продукции может быть определена только

в результате ее сравнения с другим товаром и, следовательно, является относительным показателем; во-вторых, конкурентоспособность по своей сути отражает отличие продукции от товара-конкурента по степени удовлетворения конкретной общественной потребности; в-третьих, при определении конкурентоспособности продукции необходимо учитывать затраты потребителя на покупку и использование товара для удовлетворения своей потребности.

Приведенные выше два подхода к определению сущности категории «конкурентоспособность продукции» в дальнейшем были обобщены А.П. Дуровичем, который предложил понимать под конкурентоспособностью «... комплексную многоаспектную характеристику товара, определяющую его предпочтение на рынке по сравнению с аналогичными изделиями-конкурентами как по степени соответствия конкретной общественной потребности, так и по затратам на ее удовлетворение, которое обеспечивает возможность реализации этого товара в определенный момент времени на конкретном рынке» [9, с. 38]. Далее он поясняет, что «... конкурентоспособность обуславливается качественными и стоимостными особенностями товара, которые учитываются покупателем согласно их непосредственной значимости для удовлетворения потребностей. При этом среди товаров аналогичного назначения большей конкурентоспособностью на рынке обладает тот, который благодаря своим свойствам обеспечивает наибольший полезный эффект по отношению к цене потребления» [9, с. 38]. Подобные подходы к определению конкурентоспособности нашли отражение и в ряде других работ [10, 11, 12].

Встречаются и другие определения конкурентоспособности продукции. Приведем некоторые из них. Конкурентоспособность – комплексная характеристика продукции, отражающая возможность реализации продукции по мировым ценам» [13, с. 44]. «Конкурентоспособность – свойство объекта, характеризующее степень удовлетворения конкретной потребности по сравнению с лучшими аналогичными объектами, представленными на данном рынке». Можно привести и другое определение. Конкурентоспособность – это способность объекта выдержать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами конкретного рынка» [14, с. 9]. «Конкурентоспособность товара – степень его притягательности для совершающего реальную покупку потребителя» [15, с. 47]. «Под конкурентоспособностью понимается ее способность удовлетворять требования конкретного потребителя в условиях определенного рынка и периода времени по показателям качества и затратам потребителя на приобретение и эксплуатацию (или потребление) данной продукции» [16, с. 63].

Приведем мнение еще одной группы авторов, подходы которых к определению конкурентоспособности весьма схожи. Так, Б.И. Гусаков пишет, что конкурентоспособность товаров на рынке «... определяется их потребительскими свойствами и ценой» [17, с. 7], а группа авторов в своей статье [18, с.10] под конкурентоспособностью продукции понимают комплексную характеристику ее качества и цены, определяющую возможность устойчивой продажи. Подобной точки зрения придерживается и И.Н. Рыбаков, который считает, что конкурентоспособность - это характеристика продукции, которая определяется в зависимости от двух основных рыночных показателей – качества продукции и ее цены. При этом под качеством он понимает совокупную характеристику всех свойств продукции, определяющих ее ценность с точки зрения удовлетворения запросов потребителей при ее использовании в соответствии с назначением [19, с. 43].

Для того, чтобы более полно уяснить сущность конкурентоспособности остановимся на взаимодействии категорий «качество» и «конкурентоспособность».

В соответствии с ГОСТ 15467-79 «качество» – это совокупность свойств продукции, обуславливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением [20, с. 2], а согласно СТБ 1218 – 2000 под качеством продукции понимается совокупность характеристик, относящихся к ее способности удовлетворить установленные и предполагаемые потребности [2, с. 2]. Из данных определений можно заключить, что качество продукции является результатом конкретного труда, выраженном в свойствах продукции, и представляет собой фактор, который характеризует потребительную стоимость.

Однако тот факт, что товар имеет потребительную стоимость и обладает определенным качеством означает лишь то, что его можно использовать для удовлетворения какой-либо общественной потребности. Это связано с тем, что каждый предмет потребления, кроме способности удовлетворять конкретную потребность, характеризуется еще и тем, насколько полно он это делает, то есть степенью полезности.

В отличие от качества конкурентоспособность любого товара определяется совокупностью только тех свойств, которые представляют интерес для покупателя и обеспечивают удовлетворение данной потребности, а прочие параметры, выходящие за указанные рамки, при оценке учитываться не должны. Так, под интегральным показателем качества принято понимать отношение суммарного полезного эффекта от эксплуатации или потребления продукции к суммарным затратам на ее создание и эксплуатацию (потребление). Однако следует заметить, что параметры продукции, которые отражают ее эффект для изготовителя,

часто не представляют интерес для потребителя. Например, если при тех же эксплуатационных характеристиках и затратах на потребление изготовитель смог снизить энергоемкость и трудоемкость производства изделия, то его качество с точки зрения общего эффекта для экономики возрастет, но привлекательность с точки зрения потребителя не повысится, поскольку полезные для него параметры не изменились (если, конечно, за счет экономии производственных затрат не будет снижена продажная цена) [6, с. 11-12].

Не совсем правильно отождествлять «конкурентоспособность» с «уровнем качества» и «техническим уровнем продукции».

Так, в соответствии с ГОСТ 15467-79, уровень качества продукции – это относительная характеристика, основанная на сравнении значений показателей качества оцениваемой продукции с базовыми значениями соответствующих показателей, а технический уровень продукции – относительная характеристика качества, основанная на сопоставлении значений показателей, характеризующих техническое совершенство оцениваемой продукции с соответствующими базовыми значениями [20, с.4].

Иными словами, как уровень качества продукции, так и технический уровень отражают близость ее свойств к заданному уровню. В то же время для оценки конкурентоспособности необходимо вначале сопоставить анализируемое изделие и товар – конкурент с уровнем, заданным потребностью покупателя, а затем сравнить полученные показатели.

Еще одно различие в оценке качества и конкурентоспособности связано с тем, что с точки зрения качества сравнению подлежат лишь однородные товары. При этом изделия классифицируются по показателям, характеризующие не только основные области их применения, но и ряд конструктивных и технологических особенностей, что еще более сужает рамки классификации. С позиций же оценки конкурентоспособности, где за базу сравнения берется конкретная потребность, возможно сопоставление и неоднородных товаров, поскольку они представляют собой только различные способы удовлетворения одной и той же потребности.

В то же время следует заметить, что между понятиями «конкурентоспособность», «качество» и «технический уровень» существует тесная взаимосвязь. Во-первых, они служат для оценки результатов конкретного труда. Во-вторых, они определяются через совокупность свойств товара. В-третьих, они представляют собой динамические характеристики, которые изменяются с развитием общественных потребностей и технического прогресса. Наконец, существует много общего и в методах оценки отдельных показателей, используемых при их анализе.

Таким образом, главное отличие между понятиями качество и конкурентоспособность заключается в следующем: качество изделия – это просто совокупность его свойств. Конкурентоспособность изделия – отношение людей, потребителей изделия к его свойствам, их совокупности, к изделию как таковому. В основе формирования этого отношения лежит оценка изделия и его свойств потребителем, которая зависит от нескольких моментов. Во-первых, от уровня свойств, которыми обладает изделие; во-вторых, от цен; в-третьих, от наличия изделий – конкурентов; в-четвертых, от конкретных обстоятельств, связанных с использованием данного изделия.

Следует заметить, что различные оценки конкурентоспособности изделия – от самых низких до самых высоких – могут быть даны одному и тому же изделию с его неизменными свойствами.

Обобщая результаты анализа понятий «качество» и «конкурентоспособность» можно заключить:

- для потребителя качество товара является обязательной характеристикой, но еще не достаточной для принятия решения о приобретении именно данного товара;

- конкурентоспособным оказывается тот товар, который удовлетворяет потребности покупателя оптимальным образом, то есть оказывается наилучшим с учетом качества и цен товаров конкурентов, условий послепродажного обслуживания и других факторов, важных для потребителя.

Проведенный анализ свидетельствует о том, что понятие «конкурентоспособность» рассматривается в статике. В то же время производитель должен обеспечить конкурентоспособность продукции в течение всего периода ее выпуска. Для этого необходимо организовать процесс управления и рассматривать конкурентоспособность как динамическую характеристику. Поэтому было предложено следующее определение: конкурентоспособность продукции – это комплексная многоаспектная характеристика, отражающая способность продукции в течение периода ее производства соответствовать по качеству требованиям конкретного рынка (рынков), адаптироваться по соотношению качества и цены к предпочтениям потребителей, обеспечивать выгоду производителю при ее реализации. Уточненное определение в отличие от существующих создает методологическую основу управления конкурентоспособностью продукции на всех стадиях ее жизненного цикла.

## Литература

1. Тихонов, Р.М. Конкурентоспособность промышленной продукции / Р.М. Тихонов. – М.: Изд-во стандартов, 1985. – 176 с.
2. СТБ 1218 – 2000. Разработка и постановка продукции на производство. Термины и определения. – Введ. 01.07.2000. – Минск: Госстандарт, 2000. – 36 с.
3. Методика оценки уровня конкурентоспособности промышленной продукции. – М.: Изд-во стандартов, 1984. – 19 с.
4. Литвиненко, А.Н. Методологические вопросы оценки экономических аспектов конкурентоспособности машинотехнической продукции / А.Н. Литвиненко, М.А. Татьянченко // БИКИ. – Приложение 1. – 1981. – С. 36- 69.
5. Литвиненко, В.С. Методы обеспечения конкурентоспособности продукции // Стандарты и качество. – 1993. – № 8. – С. 23-28.
6. Долинская, М.Г. Маркетинг и конкурентоспособность промышленной продукции / М.Г. Долинская, И.А. Соловьев. – М.: Изд-во стандартов, 1991. – 128 с.
7. Завьялов, П.С. Формула успеха: маркетинг (сто вопросов сто ответов о том, как эффективно действовать на внешнем рынке) / П.С. Завьялов, В.Е. Демидов. – М.: Международные отношения, 1988. – 416 с.
8. Дурович, А.П. Конкурентоспособность товаров в системе маркетинга: Учеб. пособие / А.П. Дурович. – Минск: БГЭУ, 1993 – 58 с.
9. Дурович, А.П. Маркетинг и конкурентоспособность товаров // Финансы, учет, аудит. – 1995. – № 4. – С. 34-40.
10. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф.Котлер, Г.Армстронг, Д.Солдерс, В.Вонг: Пер. с англ. – 2-е европ. изд. – М.: Издат. дом «Вильямс», 1998. – 1056 с.
11. Горбашко, Е.А. Конкурентоспособность промышленной продукции / Е.А. Горбашко. – СПб.: Изд-во СПб УЭФ, 1991. – 64 с.
12. Садовская Т.Г., Степнова И.В. Автоматизированное управление комплексом «Предпринимательское дело» // Машиностроитель. – 1994. – № 5-6. – С. 24 - 26.
13. Ферাপонтов, А.П. Один из вариантов математической модели показателя конкурентоспособности технической продукции // Стандарты и качество. – 1994. – № 4. – С. 44-45.
14. Фатхутдинов, Р.А. Менеджмент конкурентоспособности товара / Р.А. Фатхутдинов. – М.: АО «Бизнес-школа «Интел – Синтез», 1995. – 53 с.

15. Юданов, А.Ю. Конкуренция: теория и практика / А.Ю. Юданов. Учеб.-практ. пособие. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: ГНОМ-ПРЕСС, 1998. – 384 с.
16. Горбашко, Е.А. Обеспечение конкурентоспособности продукции / Е.А. Горбашко. – СПб.: Изд-во СПб УЭФ, 1994. – 178 с.
17. Гусаков, Б.И. Конкурентоспособность и эффективность новых средств труда / Б.И. Гусаков // Техника машиностроения. – 1996. – № 2. – С. 7-11.
18. Демидов, В. Экономические методы оценки уровня качества и конкурентоспособности средств труда / В. Демидов, А. Сак., С. Бамбалов., Т. Дудяк // Управление капиталом. – 1997. – № 5. – С. 8–10.
19. Рыбаков, И.Н. Качество и конкурентоспособность продукции при рыночных отношениях / И.Н. Рыбаков // Стандарты и качество. – 1995. – № 12. – С. 43-47.
20. ГОСТ 15467-79. Управление качеством продукции. Основные понятия. Термины и определения. – Взамен ГОСТ 15467-70, ГОСТ 16431-70, ГОСТ 17341-71, ГОСТ 17102-71; Введ 01.07.79. – М.: Изд-во стандартов, 1987. – 28 с.