

УДК 681.3.07

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ОПРЕДЕЛЕНИЙ КОНКУРЕНЦИИ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ И КАЧЕСТВА

Швец Ю.Ю.

Сравнительный анализ определений конкуренции, конкурентоспособности и качества. В статье проведен сравнительный анализ определений конкуренции, конкурентоспособности и качества, и уточнено их содержание.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, качество.

Постановка проблемы. Современная рыночная экономика представляет собой механизм, состоящий из большого количества разнообразных производственных, коммерческих, финансовых и информационных структур, взаимодействующих на фоне разветвленной системы правовых норм бизнеса, и объединяемых единым понятием – рынок. Основным понятием, выражающим сущность рыночных отношений, является понятие конкуренции.

Изученность проблемы. В трудах отечественных и зарубежных ученых большое внимание уделяется вопросам конкуренции [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11], конкурентоспособности [1, 2, 9, 11, 16, 18, 19] и качества продукции [15, 17, 20], но, к сожалению, в меньшей степени уделяется внимание их взаимовлиянию, что приводит к отождествлению этих понятий.

Цель исследования. Целью исследования является проведение сравнительного анализа определений конкуренции, конкурентоспособности и качества, для уточнения их содержания.

Результаты исследования. Конкуренция – это соперничество между участниками рынка за лучшие условия производства и реализации продукции [1, с. 26].

Существует три подхода к определению конкуренции. Первый определяет конкуренцию как состязательность на рынке за достижение лучших результатов. Такой подход характерен для отечественной литературы [2, 3, 4]. Второй подход характерен для классической экономической теории. Он рассматривает конкуренцию как элемент рыночного механизма, который позволяет уравновесить спрос и предложение [5, 6, 7, 8]. Третий подход определяет конкуренцию как критерий, по которому определяется тип отраслевого рынка [1, 8, 9, 10, 11]. Этот подход основывается на современной теории морфологии рынка. Конкуренция хотя и в различной интерпретации, но все же определяется как соперничество экономических субъектов. Обобщая можно выделить ряд наиболее типичных определений конкуренции [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11]:

- состязательность хозяйствующих субъектов, предпринимателей, когда их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможности каждого из них

воздействовать на общие условия обращения товаров на данном рынке и стимулируют производство тех товаров, которые требуются потребителю;

- состязательность на рынке в условиях отсутствия монополии;

- состязательные, сопернические отношения между двумя или несколькими экономическими субъектами хозяйственной деятельности, проявляющиеся в виде стремления каждого из них обойти других в достижении единой цели, получить более высокий результат, оттеснить соперника. Конкуренция – есть особый вид экономической борьбы, в которой при наличии равных шансов у каждой из претендующих сторон верх одерживает более предприимчивая сторона; соперничество между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия производства, купли и продажи товаров; соперничество между участниками рынка за лучшие условия производства и реализации продукции; соперничество на рынке между производителями товаров и услуг за долю рынка, получение максимальной прибыли или достижение иных конкретных целей.

Конкурентоспособность – это свойство практически любых экономических объектов. Независимо от физической природы и выполняемых функций все изделия, а также производственные системы их, изготовляющие и использующие, могут рассматриваться в контексте проблемы конкурентоспособности, причем такой аспект анализа диктуется не абстрактными соображениями, а сугубо практическими интересами конкретной экономической деятельности.

Конкурентоспособность – это сложная экономическая категория, которая может рассматриваться на нескольких уровнях: конкурентоспособность продукта; конкурентоспособность товаропроизводителя; отраслевая конкурентоспособность; конкурентоспособность регионов, стран [1, 2, 9, 11, 16, 18, 19]. Между всеми этими уровнями конкурентоспособности существует тесная внутренняя и внешняя зависимость. Страновая и отраслевая конкурентоспособность в конечном итоге зависит от способности конкретного товаропроизводителя выпускать конкурентоспособный товар или услугу.

Конкуренция между производителями – это тип взаимоотношений между производителями по вопросам установления цен и объемов предложения товаров, услуг на рынке [12]. Аналогично определяется конкуренция между потребителями как взаимоотношения по поводу формирования цен и объема спроса на рынке. Стимулом, побуждающим человека к конкурентной борьбе, является стремление превзойти других.

Можно выделить внутриотраслевую, межотраслевую и международную конкуренцию. Все эти направления получают все более масштабное развитие, отражая закономерности углубления общественного разделения труда, специализации и дифференциации производства, сопровождающихся ростом числа отраслей, подотраслей, производств, усилением их взаимозависимости, а также возрастающие размеры перелива капитала между отраслями и внутри них.

Конкурентоспособность может в определенных условиях оказаться тождественной такой экономической категории, как качество. В практической деятельности и в теоретических изысканиях нередко ставится знак равенства между качеством и конкурентоспособностью либо вообще не делается различий между

**СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ОПРЕДЕЛЕНИЙ КОНКУРЕНЦИИ,
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ И КАЧЕСТВА**

ними [13]. Имеют место также споры относительно того, какое из двух понятий шире [4, 14, 15, 16, 17, 18].

Конкурентоспособность продукта определяется, в отличие от качества, совокупностью только тех конкретных свойств, которые представляют несомненный интерес для данного покупателя и обеспечивают удовлетворение данной потребности, а прочие характеристики во внимание не принимаются. Более того, в силу указанного, продукт с более высоким уровнем качества может быть менее конкурентоспособен, если значительно повысилась его стоимость за счет придания продукту новых свойств, не представляющих существенного интереса для основной группы его покупателей.

Отождествление понятий конкурентоспособность, уровень качества и технический уровень продукции некорректно. Уровень качества продукции – это относительная характеристика качества, основанная на сравнении значений показателей качества оцениваемой продукции с базовыми значениями соответствующих показателей. Технический уровень продукции, согласно тому же стандарту, также относительная характеристика качества, основан на сопоставлении значений показателей, характеризующих техническое совершенство продукции с соответствующими базовыми значениями. Сравнение с базой – необходимый элемент оценки, как уровня качества, так и технического уровня. Выбор продукции, принимаемой за базу сравнения, зависит от цели, для которой проводится сравнение. Что касается конкурентоспособности, то для ее оценки необходимо сравнить параметры анализируемого изделия и конкурирующего продукта с уровнем, заданным потребностями покупателя, а затем сопоставить полученные результаты.

Следующее замечание относительно не тождественности оценки качества и конкурентоспособности: с позиций качества сравнимы лишь однородные продукты. Группы продуктов классифицируются по показателям, характеризующим не только основные области их применения, но и существенные конструктивные и технологические особенности. Это значительно сужает рамки классификации. С позиций оценки конкурентоспособности, где за базу сравнения берется конкретная потребность, возможно сопоставление и неоднородных продуктов, т.к. они представляют иные возможности и способы удовлетворения одной и той же потребности.

Конкурентоспособность продукта – важная рыночная категория, отражающая одну из существенных характеристик рынка – его конкурентность. Качество – категория, присущая не только рыночной экономике. Конкурентоспособность продукта носит более динамичный и изменчивый характер. При неизменности качественных характеристик продукта его конкурентоспособность может меняться в довольно широких пределах, реагируя на изменение конъюнктуры, действия конкурентов-производителей и конкурирующих товаров, колебания цен, на воздействия рекламы и на проявления других внешних по отношению к данному продукту факторов.

Конкурентоспособность предприятия – характеристика, определяющая устойчивость предприятия, способность его сохранять свое положение на рынке

или расширять занимаемый сектор рынка [19]. На конкурентоспособность влияет ряд условий, факторов, как объективно воздействующих на предприятие, так и субъективных, зависящих от команды управления предприятия, целенаправленности работы, связанных с обеспечением конкурентоспособности.

Понятие «конкурентоспособность продукта» шире понятий «качество продукта» и «технический уровень продукта». И, главная составляющая конкурентоспособности продукта, предопределяющая его уровень, но не единственная. Уровень конкурентоспособности наряду с параметрами, раскрывающими непосредственную потребительскую ценность продукта в сопоставлении с аналогами-конкурентами, определяется также внешними по отношению к собственно товару факторами и характеристиками, не обусловленными его свойствами: сроки поставки, качество сервиса, реклама, изменение уровня конкурентоспособности конкурирующих продуктов, изменение соотношения спроса и предложения, др.

Центральное место, занимаемое качеством и конкурентоспособностью в рыночной политике, определяет их место в стратегии маркетинга. В силу этого проблемы качества и конкурентоспособности носят долговременный, стратегический характер. Отсюда и долгосрочное прогнозирование объема и характера потребностей, перспективного технического уровня и качества продукции нацелено на выявление возможных требований к ассортименту и качеству продуктов на перспективный период их производства и потребления; определение научно-технических и экономических возможностей удовлетворения требований потребителя; установление ассортимента и показателей качества при разработке перспективных видов продукции.

Выводы. Конкурентоспособность – категория, отражающая одну из существенных характеристик рынка – его конкурентность. Качество не является только рыночной категорией. Качество выступает одним из важных факторов конкурентоспособности продукта. В принципе низкокачественный товар, услуга обладают и низкой конкурентоспособностью, равно как товар и услуга высокого качества – высокой конкурентоспособностью. Имеющиеся на практике исключения в этом отношении лишь подтверждают общие положения. Но понятие конкурентоспособность шире понятия качество, т.к. качество это только составляющая уровня конкурентоспособности, на который влияют также другие внутренние и внешние факторы.

Список литературы

1. Портер М. Конкуренция. – М.: Издательский дом "Вильямс", 2001. – 495 с.
2. Маслаков В.В., Зубков К.И., Пленки В.Ю. Модель региональной квазикорпорации // Регион: экономика и социология. – 2000. – № 2. – С. 17-36.
3. Дилинская М., Соловьева И. Промышленный маркетинг. – К.: Вища школа, 1992. – 288 с.
4. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. – М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2002. – 892 с.

**СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ОПРЕДЕЛЕНИЙ КОНКУРЕНЦИИ,
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ И КАЧЕСТВА**

5. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. - М.: Соцэкгиз, 1962. - 186 с.
6. Маршалл А. Принципы политической экономии. - М.: Универе, 1993. - 350 с.
7. Джевонс У.С. Об общей математической теории политической экономии. Краткое сообщение об общей математической теории политической экономии // Теория потребительского поведения и спроса. Серия «Веки экономической мысли». - СПб.: Экономическая школа, 1993. - С. 67-77.
8. Шумпетер Й.А. Капитализм, социализм и демократия. - М.: Экономика, 1995. - 540 с.
9. Хамел Г., Прахалад К.К. Конкурируя за будущее. Создание рынков завтрашнего дня. - М.: Олимп - Бизнес, 2002. - 194 с.
10. Keating M. The of Regions. Political Restructuring and Territorial Government in Western Europe. Unpublished paper for European Consortium for Political Research. - Oslo, 29 March - 3 April, 1996.
11. Травнев В.А. Стратегия и тактика предпринимательской деятельности в отечественной и зарубежной практике. - М.: Межд. акад. информ. процессов и технологий, 1995. - С.36.
12. Хайек Ф. Пагубная самоуверенность. - М.: Экономика, 1992. - 168 с.
13. Богуслав В. А., Жеменок П. Д., Захаров Г. А. Система качества промышленного предприятия. - Запорожье: АО "Моторсич", 1996. - 156 с.
14. Filtzer D., Soviet workers and Industrialization, London 1996, p. 107.
15. Галеев В.И., Варгина М.К. Управление качеством: проблемы, перспективы // Сертификация. - 1994. - №4. - С.38-43.
16. Вебер М. Конкурентоспроможність і світовий догляд. Пер. з нім. - К.: Основи, 1994. - 294 с.
17. Белобрагин В. Я. Современные проблемы теории управления эффективностью производства и качеством продукции в условиях становления рынка. - М.: Изд-во стандартов, 1994. - 262 с.
18. Шпилькова П.А. Конкурентоспособность. Пути ее повышения. - К.: Либидь, 2000. - 284 с.
19. Литвиненко В. С. Методы обеспечения конкурентоспособности продукции: Обзор зарубежной литературы // Стандарты и качество. - 1993. - № 8. - С. 10-12.
20. Джордж С., Ваймерских А. Всеобщее управление качеством. - М.: Изд-во РЛД, 2002. - 188 с.

Поступила в редакцию 29.05.2007 г.

Швець Ю.Ю. Порівняльний аналіз визначення конкуренції, конкурентоспроможності і якості // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка, 2007. - Т. 20 (59). - № 1. - С. 247-251.

В статті проведено порівняльний аналіз визначення конкуренції, конкурентоспроможності і якості, і уточнено їх зміст.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, якість.

Shvets Y.Y. Comparative analysis determinations competition, competitiveness, quality // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy, 2007. - Vol. 20 (59). # 1. - P. 247-251.

In article submitted comparative analysis determinations competition, competitiveness, quality.

Key words: competition, competitiveness, quality.