

Давильбекова Ж.Х.  
**Конкурентоспособность  
продукции: экономическая  
категория и факторы  
ее повышения**

Повышение конкурентоспособности возможно на основе внедрения инноваций для увеличения доли продукции с более высокой добавленной стоимостью. В статье рассматриваются теоретические и практические вопросы повышения конкурентоспособности промышленной продукции в условиях рыночной экономики. Основной задачей исследования являются выработка направлений повышения конкурентоспособности отечественной продукции. В ходе исследования выявлено, что повышение конкурентоспособности отечественной продукции возможно только на основе внедрения высокотехнологических наукоемких технологий и проведения государством целенаправленной и скоординированной политики на всех уровнях. В статье выяснены факторы обеспечения конкурентоспособности продукции. Слагаемыми конкурентоспособности могут быть базовые условия, факторы эффективности, факторы инноваций. Повышение конкурентоспособности и внедрение инновации являются жизненной необходимостью, так как производители вынуждены постоянно приспосабливать структуру производства к меняющимся запросам потребителей. В статье предложены конкретные направлениями повышения конкурентоспособности отечественной продукции.

**Ключевые слова:** международная конкуренция, качество, глобализация, эффективность, инновация, технология, энергоёмкость.

Davilbekova Zh.  
**Product competitiveness:  
economic category and  
increasing factors**

Increase of competitiveness is possible based on introduction of innovations for increase of a share of the added value product. Theoretical and practical questions of increasing competitiveness of an industrial output in conditions of market economy considered in the article. Primary goal of research are development of directions of increasing competitiveness of a domestic product. The increasing of competitiveness of a domestic product is possible only on the basis of introduction of high technologies with help of the purposeful and coordinated policy of the state at all levels is revealed during research. The factors of maintenance of competitiveness of product found out in the article. Base conditions, factors of efficiency, factors of innovations can be composed competitiveness. Increase of competitiveness and introduction of an innovation are vital necessity as manufacturers are compelled to adapt structure of manufacture for constantly varying demand of consumers. Therefore the success is achievable only at orientation to carefully designed scientific and technical opportunities of industrial complexes and the enterprises using high technologies and services to produce competitive product, especially those from them can find their place in the world market. In clause are offered concrete directions of increase of competitiveness of a domestic products.

**Key words:** the international competition, quality, globalization, efficiency, an innovation, technology, power consumption.

Давильбекова Ж.К.,  
**Өнімнің бәсекеге қабілеттілігі:  
экономикалық категория және  
оны көтеру факторлары**

Бәсекеге қабілеттілікті көтеру неғұрлым жоғары құнды өнім бөліктерін арттыру үшін инновация енгізу негізінде мүмкін болады. Мақалада нарықтық экономика жағдайында өнеркәсіптік өнімнің бәсекеге қабілеттілігін көтерудің теориялық және тәжірибелік сұрақтары қарастырылады. Отандық өнімнің бәсекеге қабілеттілігін көтерудің бағыттарын белгілеу зерттеудің негізгі міндеті болып табылады. Отандық өнімнің бәсекеге қабілеттілігін көтеру тек ғылымды қажетсінетін жоғары технологияларды енгізу және мемлекеттің барлық деңгейде мақсатты да үйлестірілген саясатты жүргізу негізінде мүмкін екені зерттеу барысында айқындалды. Мақалада өнімнің бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ету факторлары анықталды. Базалық жағдайлар, тиімділік факторлары, инновация факторлары бәсекеге қабілеттіліктің құраушылары болуы ықтимал. Бәсекеге қабілеттілікті көтеру және инновация енгізу өмірлік қажеттілік болып табылады, себебі өндірушілер үнемі өндіріс құрылымын тұтынушының өзгермелі сұрауларына ыңғайлауға мәжбүр. Сондықтан мұнда кәсіпорындар мен салалық кешендердің мүқият есептелген ғылыми-техникалық мүмкіндіктеріне, бәсекеге қабілетті ғана өнім түрлеріне, әсіресе әлемдік нарықта өз орнын алатын жоғары технологиялар мен қызметтерге бейімделу жағдайында ғана табысқа жетеді. Осыған орай мақалада отандық өнімнің бәсекеге қабілеттілігін көтерудің нақты бағыттары ұсынылып отыр.

**Түйін сөздер:** халықаралық бәсеке, сапа, жаһандану, тиімділік, инновация, технология, энергосыйымдылық.

**КОНКУРЕНТОСПОСОБ-  
НОСТЬ ПРОДУКЦИИ:  
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ  
КАТЕГОРИЯ  
И ФАКТОРЫ  
ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ**

**Конкурентоспособность как экономическая категория**

В условиях жесткой международной конкуренции оценка конкурентоспособности становится базой для успешной деятельности промышленных предприятий. Поэтому требуется осмысление самой категории конкурентоспособности. Тем более, что для стран СНГ проблема международной конкурентоспособности является не разработанной экономической наукой.

Проблема кажущейся очевидности содержания категории конкурентоспособности и ее близость к категории эффективности включает в себе более сложные взаимосвязи хозяйствующих субъектов.

Прежде чем эксплицировать «конкурентоспособность» как экономическую категорию, следует разобрать вопросы: каким компонентам экономической системы присуще свойство конкурентоспособности, каким образом это свойство связано с другими и т.д. Многие авторы считают, что конкурентоспособность в определенных условиях может оказаться тождественной таким экономическим категориям, как качество или эффективность, [1-4].

В широком смысле конкурентоспособность означает возможность выигрыша в соревновании. Применительно к экономической сфере конкурентоспособность в общем виде – обладание свойствами, создающими преимущества для субъекта экономического соревнования. На микроуровне эти свойства могут относиться к «различным по природе объектам – в том числе и к различным видам промышленной продукции, предприятиям, организациям, отраслям, выступающим в качестве субъектов конкурентной борьбы.

Область, в которой ведется соревнование, можно назвать конкурентным полем, их разнообразие и связь между ними формируют общий конкурентный фон, который отражает конкретный исторический, политический, социальный и, разумеется, экономический контекст. Последний может серьезно влиять на выводы при анализе конкурентоспособности того или иного субъекта соревнования. Поэтому очень важно точно структурировать задачу такого анализа.

Конкурентоспособность товара (продукции) определяется несколькими элементами: свойств данного товара, свойствами конкурирующих товаров и особенностями потреби-

телей. М. Портер расширяет список, добавив такие составляющие конкурентоспособности, как: угроза появления новых конкурентов, угроза появления новых товаров и услуг-заменителей, способность потребителей торговаться и др. [5].

Правильность результатов оценки конкурентоспособности зависит также от выбора базы сравнения, к которым можно отнести: потребность покупателей; величину полезного эффекта; конкурирующий товар и т. д.

Оценка конкурентоспособности товара проводится путем сопоставления параметров анализируемой продукции и базы сравнения. При оценке используются дифференциальный и комплексный методы. Дифференциальный метод основан на использовании единичных параметров анализируемой продукции, который не учитывает предпочтения потребителей. Комплексный метод оценки конкурентоспособности основан на комплексных показателях. Сочетание дифференциального и комплексного методов оценки конкурентоспособности представляет собой смешанный метод, при котором используется часть параметров, рассчитанных первым методом, и часть параметров вторым методом [1]. Другие методы к оценке конкурентоспособности товара основаны на поведении потребителя, реакции их на товар, которые необходимо постоянно изучать [5].

Конкурентоспособность представляет собой сложное многоуровневое понятие, анализ и оценку которого необходимо сравнивать с конкуренцией и, особенно с его уровнем.

Эффективная конкуренция, как считает Й. Шумпетер, возможна лишь в условиях динамичной экономики, где непрерывный поток нововведений трансформирует статическую ситуацию. Таким образом, с точки зрения экономического роста конкуренция представляет собой соперничество старого с новым: новые товары, новые технологии, новые источники обеспечения потребностей, новые типы организаций [6].

Одной из основных функций конкуренции, которая обеспечивает нормальное функционирование рынка, является инновационная функция. Благодаря конкуренции производственные факторы ориентированы на повышение производительности труда. Всемирный экономический форум также определяет *конкурентоспособность как набор институтов, политических мер и факторов, обуславливающих уровень производительности страны* [7].

Известный специалист в области «анатомии конкуренции» М. Портер создал теорию международной конкурентоспособности, ко-

торая является всеобъемлющим исследованием в этой области. Конкурентоспособность – это свойство практически любых экономических объектов. Независимо от физической природы, все изделия, а также производственные системы, их изготавливающие и использующие, могут рассматриваться в контексте конкурентоспособности. В соответствии с теорией М. Портера первая стадия экономического роста обусловлена факторами производства и страны конкурируют исходя из базовых условий, т. е. некавалифицированной рабочей силы и природных ресурсов. Компании конкурируют на базе ценообразования и продают основные продукты и сырье, а их невысокая производительность выражается в низких уровнях заработной платы [5]. Это касается и Казахстана. Так по уровню производительности труда Казахстан отстает от развитых стран во много раз. По ресурсоемкости, энергоемкости продукции и технологий в основных отраслях промышленности в несколько раз превышает данный показатель США и других индустриально развитых стран. Сложившаяся результативность экономики не может способствовать выходу Казахстана на новый уровень развития. Поэтому основной задачей, стоящей перед Казахстаном, является повышение эффективности экономики на основе внедрения инноваций и высоких технологий. Для повышения уровня конкурентоспособности производимой продукции потребность в переходе к политике высокотехнологичного накопления и воспроизводства стала для Казахстана безотлагательной и жизненно важной. Неотложные задачи неиндустриального развития требуют включения механизма плано-централизованной концентрации реальных ресурсов на приоритетных направлениях структурно-инновационного маневра и прорыва.

Проблемой конкурентоспособности своих национальных экономик заняты не только руководители стран, но и компании. В конкурентной среде действенным проводником в жизнь тенденций научно-инновационного развития могут быть только заинтересованные в этом хозяйствующие субъекты, предприятия. Именно крупные корпорации несут в высокоразвитых странах основную нагрузку по финансированию и поддержке науки и высоких технологий. В составе затрат на НИОКР на их долю приходится в США примерно 68%, в Японии – 72-73, в ЕС – 56%. В Казахстане эта доля меньше 10%.

Разумеется, Й. Шумпетер рассматривал фактор новаторского предпринимательства как двигатель и основное преимущество нормальной конкурентной

экономики [6]. На субъектах инноваций в любой динамичной стране лежит ответственность за обеспечение вывода экономики на новые уровни производительности и эффективности. В Казахстане уровень экономической результативности предприятий, фирм, иных хозяйственных структур еще значительно ниже того, что достигается в практике развитых стран. Но, несмотря на мировой кризис, в последние годы казахстанская экономика только незначительно снизила темпы роста ВВП. В итоге небывало глубокого для мирного времени и затяжного кризиса Казахстан сохранил темпы роста объемов производства, конкурентоспособности продукции, уровень и качество жизни, эффективность управления.

### **Факторы обеспечения конкурентоспособности продукции**

Слагаемые конкурентоспособности: *базовые условия, факторы эффективности, факторы инноваций*. Ключевыми для экономики являются при первом условии *движение факторов производства*, при втором – *движение эффективности*, при третьем – *движение инноваций*. Инновации являются жизненной необходимостью, так как производители вынуждены постоянно приспосабливать структуру производства к меняющимся запросам потребителей.

Актуализация проблемы конкурентоспособности нашей экономики произошла лишь после того, как общество убедилось в жесткости конкурентной борьбы на современных рынках и в критической ограниченности стратегий, ориентированных лишь на потенциал сырьевого сектора. Выход на мировые рынки готовых изделий и услуг потребует серьезных структурных сдвигов и освоения глубинно-инновационных факторов конкурентоспособности.

В этом аспекте значительную роль играют подходы к оценке конкурентоспособности. При этом для оценки конкурентоспособности продукции необходимо определить внутреннюю структуру двух основных ее факторов: цену (ценовые параметры) и качество (неценовые параметры). Определив параметры этих факторов и выбрав стратегию, можно влиять на повышение показателя конкурентоспособности [8].

### **Направления повышения конкурентоспособности отечественной продукции**

В первые годы XXI века инновационная активность была важнейшим фактором уско-

ренного развития мировой экономики. Об этом писали многие профессиональные эксперты и утверждали, что это взаимодействие трех потоков: технических новинок, высокой бизнес-активности и растущего числа стран, активных игроков мировой экономики [5]. Таким образом, технические новинки или наукоемкие технологии способствуют повышению конкурентоспособности любой экономики, любой отрасли, любой продукции. Поэтому перед казахстанской экономикой как никогда остро стоит проблема необходимости перехода на наукоемкие технологии и развитие инновационной политики с целью повышения конкурентоспособности отечественной продукции для полного удовлетворения растущих потребностей покупателя. Конкурентоспособность экономики в решающей степени закладывается научно-инновационным заделом в соответствующих сферах. Но сложившееся в Казахстане предпринимательское сословие не имеет научно-инновационной культуры и не считает задачу вкладывания денег в НИОКР своей важной функцией. Из общей суммы внутренних затрат на НИОКР в 2015 г. в стране 75% финансировалось из средств государственного бюджета. По масштабу годовых вложений в науку Казахстан не идет в сравнение с основными высокоразвитыми странами.

Успех здесь достигим лишь при ориентации на тщательно рассчитанные научно-технические возможности отраслевых комплексов и предприятий на те виды конкурентоспособной продукции, особенно высоких технологий и услуг, которые могут найти свою нишу на мировом рынке. Исходя из этого, основными направлениями повышения конкурентоспособности отечественной продукции должны быть:

- инициирование и содействие проведению реструктуризации действующих предприятий с целью снятия с производства устаревшей и налаживания производства принципиально новой или модифицированной продукции;
- внедрение передовой техники и высоких технологий, перевод предприятий на быстро обновляемые технологические процессы;
- повышение производительности труда;
- проведение политики эффективного взаимодействия промышленности Казахстана со стремительно развивающейся глобальной инновационной индустрией, активно вовлекая в этот процесс, имеющийся в стране квалифицированный кадровый потенциал.

Циклические колебания технологических инноваций связаны с динамикой научных и изоб-

ретательских циклов, отражают (с некоторым запаздыванием во времени) их траекторию и, в свою очередь, определяют – с известным лагом – траекторию циклов экономических, экологических и государственно-политических, и социокультурных. Все эти сферы, в свою очередь, в основе своей динамики имеют собственные инновационные циклы. Поэтому можно говорить о закономерности взаимосвязи инновационного обновления различных сфер общества, имеющих общий (хотя и распределенный во времени и пространстве) ритм колебаний. Этот ритм в какой-то мере синхронизированных инновационных циклов определяет поступь истории человечества, измеряемую в десятилетнем, полувековом и вековом масштабах, который чет-

ко прослеживается во всех публикациях Президента Казахстана Н.А. Назарбаева. В направлении инновационной стратегии развития как основы цивилизационного общества ведутся все его реальные программы [10-11].

Успехи в этом направлении у Казахстана налицо. В соответствии с результатами рейтинга Индекса глобальной конкурентоспособности, Казахстан в 2012 году занял 51 место со средним баллом 4,4, улучшив свои позиции по сравнению с прошлым на 21 позицию (в 2011 году – 72 место). Необходимо отметить, что Казахстан впервые участвовал в рейтинге в качестве страны с экономикой переходной от 2-го этапа (этап эффективности развития) на 3-й этап развития (этап инновационного развития) [12].

### Литература

- 1 Долинский М.Г., Соловьев И.А. Маркетинг и конкурентоспособность промышленной продукции. – М., – 1991. – 128 с.
- 2 Завьялов П.С. Конкурентоспособность и маркетинг //Российский экономический журнал. – 1995. – №12. – С. 50-55.
- 3 Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент: учеб. пособие. – М.: ЗАО «Бизнес-шк. Интел-Синтез», 1997. – 304 с.
- 4 Фатхутдинов Р.А. Разработка управленческих решений: учеб. пособие. – М.: ЗАО «Бизнес-шк. Интел-Синтез», 1997. – 208 с.
- 5 Портер М. Международная конкуренция: пер. с англ. /под ред. и с предисловием В.Д. Щетинина. – М.: Международные отношения, 1993. – С. 162.
- 6 Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1982. – С. 241.
- 7 The Global Competitiveness Report 2010–2011, Geneva, World Economic Forum, 2010. www.weforum.org.
- 8 Гельманова З.С. и др. Исследования цены как фактора конкурентоспособности продукции и разработка ценовой стратегии в условиях рыночной экономики: учеб. пособие. – Алматы, 2000. – 140 с.
- 9 Дурович А.П. Маркетинг в предпринимательской деятельности. – Мн.: НПЖ «Финансы, учет, аудит, – 1997. – 464 с.
- 10 Стратегия «Казахстан-2050». Астана, Алтын-Орда. декабрь 2012.
- 11 Программа форсированного индустриально-инновационного развития Казахстана на 2010–2014 гг. Астана. – 2010.
- 12 The Global Competitiveness Report 2011-2012, Geneva, World Economic Forum, 2012. www.weforum.org.

### References

- 1 Dolinskij M.G., Solov'ev I.A. Marketing i konkurentosposobnost' promyshlennoj produkcii. – M., – 1991. – 128 s.
- 2 Zav'jalov P.S. Konkurentosposobnost' i marketing //Rossijskij jekonomicheskij zhurnal. – 1995. – №12. – S. 50-55.
- 3 Fathutdinov R.A. Strategicheskij menedzhment: ucheb. posobie. – M.: ZAO «Biznes-shk. Intel-Sintez», 1997. – 304 s.
- 4 Fathutdinov R.A. Razrabotka uproavlenscheskikh reshenij: ucheb. posobie. – M.: ZAO «Biznes-shk. Intel-Sintez», 1997. – 208 s.
- 5 Porter M. Mezhdunarodnaja konkurencija: per. s angl. /pod red. i s predisloviem V.D. Shhetinina. – M.: Mezhdunarodnye otnoshenija, 1993. – S. 162.
- 6 Shhumpeter J. Teorija jekonomicheskogo razvitija. – M.: Progress, 1982. – S. 241.
- 7 The Global Competitiveness Report 2010–2011, Geneva, World Economic Forum, 2010. www.weforum.org.
- 8 Gel'manova Z.S. i dr. Issledovanija ceny kak faktora konkurentosposobnosti produkcii i razrabotka cenovoj strategii v uslovijah rynochnoj jekonomiki: ucheb. posobie. – Almaty, 2000. – 140 s.
- 9 Durovich A.P. Marketing v predprinimatel'skoj dejatel'nosti. – Mn.: NPZh «Finansy, uchet, audit, – 1997. – 464 s.
- 10 Strategija «Kazahstan-2050». Astana, Altyn-Orda. dekabr' 2012.
- 11 Programma forsirovannogo industrial'no-innovacionnogo razvitija Kazahstana na 2010–2014 gg. Astana. – 2010.
- 12 The Global Competitiveness Report 2011-2012, Geneva, World Economic Forum, 2012. www.weforum.org.