

УДК 333 (470+11)

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ В УСЛОВИЯХ ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

© 2010 г.

А.К. Горячев

Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского

nikzim@yandex.ru

Поступила в редакцию 18.05.2010

Анализируется изменение роли конкурентоспособности товаров и услуг в условиях расширения применения концепции постиндустриального развития общества. Определена роль процессов повышения конкурентоспособности товаров и услуг в укреплении экономической безопасности государства.

Ключевые слова: конкурентоспособность, экономическая безопасность, постиндустриализм.

В конце первого десятилетия XXI столетия, российская экономика и, соответственно, экономика регионов РФ находится в состоянии кризиса. Различные исследователи обосновывают это самыми различными причинами, и прежде всего мировым финансовым кризисом и истощением экономического потенциала, доставшегося от Советского Союза. Соглашаясь с данными утверждениями, нельзя не отметить то, что принципиальную роль в причинах кризиса играет низкая конкурентоспособность отечественной продукции. Меры государственной поддержки, усилия частных инвесторов малоэффективны в связи с тем, что товар, который еще только планируется произвести, уже проигрывает конкурентную борьбу. В таких условиях очевидно, что обеспечить поступательное, устойчивое развитие экономики можно только после решения вопроса повышения конкурентоспособности. Соответственно этот вопрос становится ключевым в обеспечении экономической безопасности как отдельных хозяйствующих субъектов, так и экономики в целом.

При этом возникает закономерный вопрос: в чем причина низкой конкурентоспособности отечественной продукции? Только ли в области повышения качества и обновления технологий лежит его решение?

Однозначный ответ на этот вопрос найти вряд ли удастся, однако множество аналитиков на сегодняшний день сходятся во мнении, что развитие промышленного производства за рубежом подчинено идеологии постиндустриального общества и наибольший вклад в формирование стоимости материальных благ вносит конечная стадия производства – реклама, марке-

тинг и т. п. Соответственно принципиально меняется подход к проблеме повышения конкурентоспособности.

Достаточно новой тенденцией развития рынка товаров и услуг становится изменение традиционной схемы, в которой производитель старался удовлетворить уже существующие потребности потребителя, на более сложную – производитель формирует потребность, после чего создает уникальный продукт, который только и может ее удовлетворить. Данная схема сильно напоминает схему зависимости наркомана. При этом производитель, заинтересован в том, чтобы потребитель был максимально неудовлетворен. Причем неудовлетворенность должна быть постоянной и не стихийной, а заранее запрограммированной. Соответственно меняется основная роль рекламы – теперь её задача не информирование покупателя о свойствах товара с целью выделить преимущества товара или услуги, а формирование у него определенных ассоциаций товара с теми или иными нематериальными ценностями. Данные ассоциации зачастую формируются на основе физиологических потребностей или потребностей в самовыражении. Как следствие, формируется новый тип потребителя, так называемого шизоидного потребителя, потребление которого лишено рациональности.

С учетом вышесказанного вопрос обеспечения конкурентоспособности, казалось бы, переходит из плоскости борьбы за производительность, качество и общую эффективность в плоскость борьбы за ценности потребителя. Однако в отечественной реальности потребности основной массы населения не подпадают

под постиндустриальную экономическую идеологию, а, соответственно, приведенная выше модель низкоэффективна.

Каковы же выводы из всего вышесказанного? Рациональным является вывод о необходимости дифференцированного подхода к вопросу повышения конкурентоспособности. Необходимо принципиально разный подход при решении вопроса повышения конкурентоспособности промышленных товаров, производство которых направлено на конечное потребление в России, и тех, которые предполагается в дальнейшем использовать в производстве либо сбыть на зарубежных рынках. При этом необходимо проводить детальный анализ с точки зрения особенностей конкретного товара и целевых групп его потребителей.

Общие тенденции видны уже при первичной оценке – отечественные товары, использование которых предполагает удовлетворение реально существующих потребностей, приоритетно нуждаются в усилении конкурентоспособности путем повышения их качества, а значит и роста производительности труда при их производстве. При этом для группы товаров удовлетворяющих «фантомные» потребности критерии качества и производительности отходят на второй план.

Достаточно очевидно, что разрешение вопроса о повышении конкурентоспособности не является однозначным и реализация мер, направленных на рост качества продукции, производительности труда и технологическое обновление не всегда обеспечивает необходимый результат.

Вопрос поиска эффективных мер повышения конкурентоспособности приобрел особую значимость в связи с созданием таможенного союза в рамках СНГ, а также продолжающимся процессом вступления России в ВТО. Эти тенденции, несмотря на весь позитивный потенциал, являются прямой угрозой экономической безопасности Российской Федерации и усугубляют и без того сложное положение в таких отраслях, как сельское хозяйство, машиностроение, металлообработка. В связи с этим особую озабоченность вызывает факт неготовности массы национальных предприятий к многократному усилению конкуренции, в том числе возможным антиконкурентным, демпинговым действиям новых участников рынка. В зоне предполагаемого поражения в первую очередь оказываются предприятия малого и среднего бизнеса, производящие товары народного потребления, продукцию сельского хозяйства и др.

Усугубляет ситуацию информационно-экономическое давление на российский бизнес со стороны крупных ТНК. С учетом данного обстоятельства, а также объективно существующих неоднозначных последствий мирового финансового кризиса 2009 г. вполне очевидным становится стремление иностранного капитала воспрепятствовать росту конкурентоспособности отечественной продукции. Емкость, прибыльность, а также иные особенности российского рынка создают благоприятные условия для ведения бизнеса в России иностранными компаниями. При этом анализ деятельности данных компаний приводит к выводу, что компании стараются максимально ограничить влияние российских особенностей на конкурентную политику компаний, на их маркетинг, менеджмент, кадровую политику и НИОКР. Иными словами, создавая и реализуя определенный продукт на национальной территории, данные компании преследуют цель получения прибыли в ущерб экономическому и порой социальному развитию России. Маскируя данную деятельность при помощи навязывания такой рыночной идеологии, при которой подобная деятельность подается в качестве социально привлекательной и популяризируется. Указанные задачи реализуются транснациональными компаниями достаточно эффективно при помощи целой системы мер, среди которых основными являются политическое лобби и антиконкурентные методы ведения бизнеса. При этом российский бизнес, не связанный с добычей и переработкой природных ресурсов, из-за отсутствия прямого государственного лобби оказывается неспособным противопоставить что-либо финансовым и политическим возможностям транснационального капитала.

Подобная ситуация свидетельствует о плачевном состоянии экономической безопасности российской экономики. Задачи, поставленные руководством РФ по «модернизации» отечественной экономики, в таких условиях могут быть решены только в рамках, определенных целями ТНК, действующих на территории России. А принимая во внимание активное использование «рычагов» международного рынка финансовых дериватов и ранг чиновников, разделяющих рыночную идеологию ТНК, выполнимость задачи «модернизации» российской экономики вызывает значительный скепсис в самых широких кругах.

Таким образом, решение вопроса повышения конкурентоспособности отечественной продукции требует двуединого подхода. Первым и главным направлением становится формирова-

ние единой экономической идеологии, направленной на реализацию национальных интересов. Формирование данной идеологии целесообразно начинать с определения стратегических и тактических целей развития российской экономики с учетом отраслевых особенностей и распределения производственных сил. А также коррекции ряда положений нормативно-правовых актов РФ, регламентирующих вопросы ведения бизнеса иностранными компаниями на территории России.

Однако учитывая ситуацию, сложившуюся в мировой экономике, в рамках второго направления необходимо оперативно сформировать и реализовать комплекс мер по скорейшему повышению конкурентоспособности российской экономики. Наиболее целесообразное решение данной проблемы основано на подходе, при котором государство и бизнес реализуют взаимосвязанные системы мероприятий по повышению конкурентоспособности.

Основными задачами государства, соответственно, являются:

- создание комплексной программы повышения конкурентоспособности с учетом особенностей рынков, товарных групп и возможностей импортозамещения;

- создание сетей дистрибуции региональной продукции, в том числе на базе системы государственных закупок по адекватным закупочным ценам;

- обеспечение адресной финансовой помощи проектам технологического переоснащения, внедрения систем контроля качества и др.;

- обеспечение условий для свободного вывоза отечественной продукции на внешний рынок.

При этом ключевой задачей бизнеса становится не только активное взаимодействие с государством по указанным проектам, но и освоение новых рынков. Новые рынки сбыта решающим образом влияют на конкурентоспособность. Сезонные колебания в спросе могут способствовать успешной реализации одного и того же товара в различных точках планеты. А увеличение объема продаж на новых рынках позволит снизить издержки производства на единицу продукции, прежде всего за счет использования дешевой рабочей силы, достаточно низких уровней налогов и таможенных пошлин и ряда других факторов на новых рынках сбыта.

Иными словами, при реализации тактических целей необходимо избегать негативного влияния транснационального капитала путем заполнения существующих небольших ниш и входа на небольшие рынки сбыта. Оперативная реализация указанных мер в рамках второго направления укрепления конкурентоспособности отечественной продукции позволит обеспечить необходимую эффективность в формировании и реализации российской национальной рыночной идеологии и достижение стратегических целей отечественной экономики. При этом принципиально важным является публичность сформированной идеологии и её широкая поддержка со стороны бизнеса и органов власти. В противном случае действия иностранного капитала способны привести к ситуации, в которой уровень экономической безопасности войдет в критическую зону и произойдет необратимая потеря экономического суверенитета.

Таким образом, в сформировавшихся условиях российского национального рынка и с учетом ситуации на международном рынке вопрос повышения конкурентоспособности отечественной продукции становится вопросом выживания экономики, вопросом её устойчивого развития, а значит, одним из основных вопросов экономической безопасности. Дальнейшее распространение влияния ТНК и насаждение рыночной идеологии постмодерна ведет к невозможности реализации национальных интересов Российской Федерации в сфере экономики. На сегодняшний день ситуация характеризуется как достаточно сложная и существующие перспективы не внушают оптимизма. Поэтому положительное решение вопроса повышения конкурентоспособности возможно лишь при быстром, прагматичном и откровенно жестком подходе к реализации всего комплекса упомянутых мер.

Список литературы

1. Пискунов А.А. О проблемах обеспечения экономической безопасности в условиях глобализации // Вооружение. Политика. Конверсия. 2006. № 6. 36 с.
2. Сенчагов В.К. Как обеспечить экономическую безопасность России // Russia-Today. 2007. № 6 (опубликовано на сайте <http://www.russia-today.ru>).
3. Эпоха Постмодерна и новый цивилизационный контекст: Материалы научного семинара. М.: Научный эксперт, 2008. Вып. № 1(10). 272 с.

**COMPETITIVENESS IN POSTINDUSTRIAL ECONOMIC DEVELOPMENT AS A FACTOR
OF ECONOMIC SECURITY**

A.K. Goryachev

This paper focuses on the analysis of the changing role of the competitiveness of goods and services in the context of the expansion of the concept of post-industrial society's development. The role of the process of improving the competitiveness of goods and services in the strengthening of the state's economic security is determined.

Keywords: competitiveness, economic security, post-industrialism.