

М.И. Гельвановский

*Национальный институт развития
Отделения общественных наук РАН,
Институт экономики РАН,
доктор экономических наук*

НАЦИОНАЛЬНО-ГОСУДАРСТВЕННАЯ СТРАТЕГИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОССИИ: МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

1. СТРАННЫЙ ПАРАДОКС

Центральная роль категории конкурентоспособности в рыночных отношениях вполне естественна. Однако интерес к исследованию этой экономической категории особенно начал усиливаться в последней четверти минувшего века в связи ростом интrenaционализации хозяйственной жизни и усложнением взаимосвязей и взаимозависимостей фирм и компаний различных стран, входящих в кооперационные связи и развивающих международную специализацию на разных уровнях хозяйственной организации от достаточно простой потоварной до более сложной – поузловой и подетальной.

Именно хозяйственная интернационализация, уходящая вглубь производственных процессов, а нередко и предваряющая их в виде научных исследований и разработок существенно усложнила взаимосвязи конкурирующих между собой компаний и отдельных стран, что потребовало серьезного анализа новой ситуации.

Появились публикации, в том числе и монографии, возник целый ряд международных исследовательских проектов по проблемам конкурентоспособности, таких, например, как проект Европейской Экономической Комиссии или проект Всемирного Экономического Форума.

Однако парадоксальным образом сегодня, хотя написано множество работ, посвященных этой загадочной категории, **в целом целостной теории международной конкуренции и адекватной ее теории конкурентоспособности национальной экономики до сих пор еще не создано.** И это несмотря на то, что эта категория используется в практике стран с развитой рыночной системой хозяйственной организации уже более трехсот лет. И этот парадокс пока не имеет удовлетворительного объяснения.

В СССР отношение к проблеме конкурентоспособности было сдержанным – эта категория связывалась в основном с экспортными товарами. Такое положение полностью соответствовало характеру советской хозяйственной системы. Казалось бы

совершенно по-другому должно было быть в современной России. Однако и здесь, несмотря на ускоренное строительство рыночной экономики, проблеме конкурентоспособности сравнительно долго не уделялось достойного внимания, хотя эта категория является ключевой в контексте обеспечения ее успешной конкурентной борьбы в мировой экономике. И хотя сегодня это слово довольно часто повторяется на самом высоком уровне, имеются серьезные пробелы в концептуальной проработке, как самой категории, так и связанных с ней проблем, от чего возникает довольно много путаницы и в научных, и в деловых кругах, и в государственных управляющих структурах. А это в свою очередь затрудняет проблему **адекватной этому осмыслению постановки задач и тем более их решения**. Известно, что пока вопрос правильно не поставлен, он не может быть решен.

Не в последнюю очередь это отразилось в резком снижении роли России в мировой экономике, утрате ею многих позиций, как на мировых рынках, так и на собственном национальном рынке. В последнее время появились работы, рассматривающие эту крайне актуальную и загадочную категорию, но вопросов пока остается больше, чем ответов.

Это связано со сложностью предмета исследования, с одной стороны, и желанием получить некий *интегрированный эффект* для практического применения – с другой. Однако нетерпеливость в желании получить практический результат для быстрого применения в реальной жизни нередко ведет к неоправданному упрощению сложных категорий, что только еще больше запутывает проблему, затрудняя поиск ее адекватного решения.

Совершенно очевидно, что невозможно одинаково подходить к анализу конкурентоспособности товара, фирмы и страны. Однако дело еще и в том, что **разные уровни формирования конкурентных преимуществ между собой тесно связаны**, однако именно это обстоятельство, сегодня далеко не всегда учитывается.

Сегодня в большинстве научных работ конкурентоспособность рассматривается на микро и макро уровнях. При этом под микроуровнем понимается уровень предприятия, а под макроуровнем – национального хозяйства отдельной страны.

В принципе такой подход имеет право на жизнь, однако в нем практически исчезает конкурентоспособность товаров – тот уровень, на котором каждый покупатель, принимая решение о покупке товара, подтверждает его конкурентоспособность практически каждый день. Товарный мир, хотя он и создается предприятиями, компаниями и фирмами, имеет свою специфику. К тому же при конкуренции товаров, т.е. выявлении предпочтений их со стороны покупателей, последних часто не столько интересует, кто их произвел, сколько их реальное качество и цена. Хотя в отношении целого ряда групп товаров производитель для покупателя имеет очень большое значение, это все же не абсолютная связь и она постоянно меняется по мере изменения роли продавцов на том или ином рынке.

В некоторых работах понятие национальной или макроконкурентоспособности вообще ставится под сомнение, а анализ конкурентоспособности предлагается ограничивать уровнем товаров и фирм. В этом случае проблема

макроконкурентоспособности как предмет исследования как бы исчезает. Это впрочем согласуется с либеральной доктриной, которая не оставляет государству места в управлении или регулировании национальной хозяйственной системой, а сама эта система как бы растворяется в глобальной экономике, где фирмы самостоятельно решают проблемы рационального распределения и оптимально использования ресурсов. Международная конкурентоспособность, не поднимаясь в этих конструкциях до уровня национального хозяйства, практически лишена социальной компоненты, а сама конкурентная борьба при этом фактически превращается крайне жесткий процесс социал-дарвинистского отбора. В реальной жизни не все так страшно, или пока не все так страшно. И это еще раз доказывает, что проблематика конкурентоспособности еще недостаточно разработана и требует дальнейшего серьезного системного исследования.

2. О СВЯЗИ ПОНЯТИЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ И БЕЗОПАСНОСТИ

Связь конкурентоспособности и безопасности на теоретическом уровне практически не рассматривается, хотя это крайне важный методологический аспект, который должен непременно учитываться при разработке конкурентной стратегии страны. Обусловлена эта связь двумя основными чертами конкурентной борьбы.

Первая – **предельная жесткость**, о которой, как правило, стесняются не говорить теоретики, но о которой хорошо знают практики.

Прежде всего, все же не следует забывать о том, что **конкуренция – это такое соревнование, в котором до финиша доходят только победители.**

Поэтому конкурентоспособность – это готовность к очень жесткой борьбе, которая смягчается лишь тем, что поражение в ней, как правило, не влечет за собой физической гибели побежденных. Однако **побежденные конкуренты перестают быть субъектами рыночных отношений, то есть они уже не в состоянии поводить свою собственную конкурентную политику.**

Вторая, которая вытекает из первой – **двойственный характер конкурентной борьбы с позиций общепринятой морали**, которая часто скрывает реальные пути достижения конкурентных позиций. Из этого свойства вытекает **относительный характер показателей** конкурентоспособности. Другими словами, реальная конкурентоспособность, всегда является **не абсолютной характеристикой, ресурсного потенциала, а относительной**, по отношению к *какому-либо другому конкурирующему субъекту-носителю конкурентных преимуществ* (товару, фирме или стране). Это в свою очередь означает, что **конкурентоспособным может быть и малоэффективный рыночный субъект, если ему удастся добиться того, что другие, конкурирующие субъекты окажутся еще менее эффективны, т.е. если конкуренция ведется нечестным образом, с нарушением общепринятых правил юридического или морального свойства.**

Нужно отметить, что в нашей экономической и не только экономической литературе создан образ некоей **идеализированной конкуренции**, а сами предприниматели представляются в образе неких «рыцарей рынка без страха и упрека» и на этой основе строятся серьезные социальные и хозяйственные конструкции. Хотя все без исключения хорошо понимают, что это не так. Хорошо известен афоризм английского мыслителя Томаса Фуллера, жившего еще в XVII-XVIII веках: **«Тот, кто вознамерился вести дела только с честными людьми, должен забыть о коммерции».**

Из этого следует, что конкурентоспособность может достигаться **не только путем улучшения рыночными субъектами своих собственных характеристик, но и путем воздействия на конкурентов по блокированию их развития или использованию в отношении них каких-либо деструктивных мер.** Например, путем подрыва их конкурентного потенциала или срыва планов и программ повышения конкурентоспособности своих рыночных противников. И это, к сожалению не исключение, а как верно заметил Т.Фуллер, скорее норма.

При этом подрыв рыночных позиций конкурентов нередко оказывается **дешевле**, чем разработка и реализация собственных дорогостоящих программ совершенствования технологии, обучения персонала, поиска новых путей удовлетворения покупательского спроса и пр. Кроме того, деструктивные меры нередко могут оказаться и **более эффективными** с позиций «очистки» конкурентного поля и на какой-то срок обеспечить устойчивые лидирующие позиции практикующей такие меры фирме или стране.

Хотя такая деструктивная политика признается как «недобросовестная конкуренция» и иногда чревата наказанием в законодательном порядке, тем не менее, **соблазн использования наряду с конструктивными методами конкурентной борьбы, методы деструктивного характера нередко побеждает.**

Как отдельные компании, так и отдельные страны вынуждены считаться с этим обстоятельством в своей практике ведения конкурентной борьбы. Степень выстраиваемой ими защиты от подобных мер также в значительной мере определяет уровень их конкурентоспособности, которая в такой постановке проблемы становится деятельностью по **обеспечению экономической безопасности** (фирмы или страны).

Особенно важно учитывать этот фактор при оценке конкурентоспособности страны (т.е. на макроуровне), поскольку между странами практически пока еще не создано единого правового поля (оно только формируется и при том весьма своеобразно – на основе правовых систем ведущих промышленно развитых стран). При этом уже в рамках этой новой системы идет выстраивание таких стратегических концептуальных позиций, которые нередко могут блокировать попытки потенциальных стран-конкурентов создать и укрепить свой собственный конкурентный плацдарм.

Таким образом, **конкурентоспособность практически включает в себя понятие экономической безопасности**, без обеспечения которой ни отдельная фирма, ни страна, не могут в условиях современного мирового рынка достаточно длительное время сохранять свои рыночные позиции. Если высокоэффективное

производство, торговля, финансовое или страховое дело не обеспечены необходимым уровнем безопасности от конкурентов, они не могут считаться конкурентоспособными. Если не выстроена система такой безопасности, никакие конкурентные преимущества не спасут, наоборот, они, скорее всего, непременно станут добычей конкурента.

Обеспечение безопасности, как правило, **блокирует потерю конкурентных преимуществ или их переход от одного конкурирующего субъекта к другому.**

Поэтому упрощенно можно сказать, что **конкурентоспособность – это эффективность плюс безопасность.** Последняя может пониматься и достигаться разными путями.

На разных уровнях организации хозяйственной деятельности безопасность достигается различными способами.

3. АНАЛИЗ ВЕРТИКАЛЬНОЙ СТРУКТУРЫ ПОНЯТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Носителями **конкурентных преимуществ** могут быть различные **субъекты**: виды продукции, предприятия и организации или их группы, образующие отраслевые или конгломератные объединения и, наконец, отдельные страны или их объединения (региональные, политические, этнокультурные), ведущие конкурентную борьбу за лидерство в различных сферах международных экономических отношений. Из этого вытекает, тот факт, что характер конкурентной борьбы, ведущийся рыночными субъектами **на разных уровнях хозяйственной организации, сильно различается.** Конкуренция товаров, продаваемых на рынке, будет совершенно иной, по сравнению с конкуренцией фирм, компаний или отраслевых комплексов. Еще значительней отличается конкуренция, ведущаяся между отдельными странами. Поэтому и **понятие конкурентоспособности в приложении к каждому уровню будет различным.**

При этом очень важно учитывать тот факт, что все уровни хозяйственной организации функционируют не изолированно друг от друга, а тесно между собой взаимосвязаны. Поэтому необходим такой структурный анализ, который позволил бы их структурировать и логически связать. Применяя тип структурного анализа, который раскрывает иерархию формирования конкурентных преимуществ от простого – товарного уровня – к наиболее сложному – уровню национальной экономики (его можно назвать **вертикальным структурным анализом**), попытаемся понять, как эти уровни взаимосвязаны и как эти взаимосвязи должны быть учтены на макроуровне.

Основываясь на принципах вертикального структурного анализа, можно выделить следующие основные уровни формирования категории конкурентоспособности:

- 1) микроуровень – товары (конкретные виды продукции и услуг)
- 2) мезоуровень – отдельные предприятия, фирмы, их корпоративные объединения, отрасли, отраслевые комплексы
- 3) макроуровень – национальные хозяйства отдельных стран

При этом **микроуровень** фактически является собой **результат конкурентной борьбы**, выраженный в ее финальной стадии. Это видимый и наиболее простой для

анализа уровень. **Мезоуровень** – это сфера, где собственно **происходит процесс формирования конкурентоспособности конкретных товаров**. Он связан с внедрением новых технологий и наиболее передовых форм и методов организации хозяйственных процессов и использованием прочих факторов. **Макроуровень** — это **основа, на которой формируется конкурентоспособность предприятий и фирм**, их корпоративных объединений, отраслей, отраслевых комплексов их слаженное взаимодействие не только между собой, но и между государственными и общественными институтами, что создает условия для положительной экономической динамики и социальной стабильности и позволяет предприятиям работать с максимальной эффективностью.

К этим трем уровням можно еще добавить **гипер-макроуровень**. Это когда в качестве субъектов конкурентной борьбы выступают не отдельные страны, а **объединения нескольких стран**, которые предварительно договариваются проводить согласованную экономическую политику, т.е. создают **совокупные конкурентные преимущества на макроуровне**. Наиболее яркий пример – Евросоюз. Но есть и другие – НАФТА, АСЕАН. В принципе совокупные конкурентные преимущества более надежны и дело постепенно идет к тому, что конкуренция постепенно будет переходить на этот гипер-макроуровень, хотя процесс этот не простой и не быстрый.

К понятию макроконкурентоспособности можно отнести и **региональные хозяйственные** комплексы на национальном уровне, поскольку принцип формирования их конкурентных преимуществ будет очень близок (своего рода макроуровень второго порядка). Однако здесь есть некоторые особенности относительно связи такой макроконкурентоспособности с экономической безопасностью.

В соответствии с выделенными уровнями формирования и анализа конкурентоспособности целесообразно различать и круг факторов, формирующих **микро-, мезо- и макро-конкурентоспособность**. Каждое из этих направлений использует свои специфические подходы и методы исследования. Каждое из перечисленных понятий конкурентоспособности должно описываться своим набором показателей. Эта тема требует отдельного рассмотрения.

4. КАК ФОРМИРУЕТСЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ?

Для того чтобы ответить на этот вопрос, необходимо понять, как выделенные уровни между собой связаны и как эта связь должна отражаться на формировании конкурентного поведения субъектов-носителей конкурентоспособности на разных уровнях. Принято считать, что конкурентные преимущества и соответственно конкурентоспособность национальной экономики *складываются* из конкурентоспособности отдельных товаров (продукции и услуг), производимых предприятиями и фирмами этой страны. При этом **главным критерием является некий достигнутый уровень цен (затрат) и качества продукции**, который находит свое отражение **в росте покупательной способности национальной денежной единицы и соответственно в росте ее валютного курса**, что в долгосрочной

перспективе является бесспорно главной результирующей интегральной характеристикой конкурентоспособности национальной экономики.

Однако уровень цен и валютного курса является лишь одной из характеристик конкурентоспособности национальной экономики, хотя и очень важной, но неполной для понимания поставленной задачи – выяснить, как взаимодействуют между собой уровни конкурентоспособности в данной стране и как формируется ее макроконкурентоспособность. Недостаточность анализа уровня сравнительных издержек и цен, а также динамики курса валюты страны¹ для понимания процесса формирования ее конкурентоспособности связана, по крайней мере, с двумя обстоятельствами.

Во-первых, достигнутый уровень характеризует уже *свершившийся* факт. Он показывает, чего достигла страна в эффективности использования имеющихся у нее ресурсов *в прошлом* и фиксирует лишь стартовые условия для будущей конкурентной борьбы – мы не знаем какими полными потенциальными возможностями обладает страна для *будущей* конкурентной борьбы и по сравнению с другими странами.

Во-вторых, остается неясным, как взаимодействуют мезо- и макро- уровни в процессе формирования конкурентных преимуществ.

Совершенно очевидным является тот факт, что основная часть конкурентных преимуществ создается на мезоуровне – на предприятиях и фирмах, где используются новейшие технологии, новые материалы, новые, более эффективные формы организации труда, в результате чего и возникают конкурентоспособные товары (продукция и услуги). Поэтому в некоторых работах понятие национальной или макроконкурентоспособности вообще ставится под сомнение, а анализ конкурентоспособности предлагается ограничивать уровнем товаров и фирм. Представляется, что это в корне неверный подход.

Действительно при поверхностном рассмотрении мы видим картину, когда общие конкурентные преимущества на микроуровне (товары – продукция и услуги) *складываются* из соответствующих характеристик – соотношений цены и качества отдельных товаров. Примерно то же мы видим и на мезоуровне: совокупный потенциал предприятий предстает перед нами как сумма их потенциалов. На этом основании часто строится подход к проблемам повышения национальной конкурентоспособности, представляемой как *конкурентоспособность отечественных товаропроизводителей* и, как правило, сводится к программам повышения эффективности производства продукции в рамках отдельных отраслей и производств, предприятий и фирм. Иногда такие программы поднимаются до требований проведения *согласованной промышленной политики* в рамках одной страны с целью повышения эффективности промышленного производства в целом. При всей важности такого подхода он все же является неполноценным. Промышленность представляет только *часть* хозяйственной системы, которая включает в себя огромную сферу услуг (включая социальные услуги),

¹ Валютный курс в силу двойного характера его формирования в условиях свободного плавания перестает быть достаточно надежным интегральным критерием конкурентоспособности национальной экономики.

аграрный сектор, тесно связанный с промышленностью, инфраструктурные отрасли хозяйства также находящиеся в тесной взаимосвязи с промышленным сектором. Товаропроизводители работают на определенной территории, имеющей свой ландшафт и другие природно-географические условия, они подчиняются национальной правовой системе, как правило, существенно отличающейся от других стран, имеющей свою историю, этнокультурные традиции, формировавшиеся на этой территории веками. Наконец, для такой страны, как Россия, важно учесть и то, что огромным источником конкурентных преимуществ является фундаментальная наука с практически полным циклом исследований (крайне редкий случай в мировой экономике). Все это существенным образом влияет на уровень конкурентоспособности национальной экономики. Проблема состоит только в одном – как эти макроусловия используются на мезоуровне.

При более пристальном рассмотрении мы видим, что **конкурентоспособность товаров и фирм формируется на национальной природной, социокультурной и исторической базе**. Именно этот фундамент создает предпосылки для формирования структуры национального хозяйства, образа хозяйственного поведения, специализации страны на производстве тех или иных продуктов и услуг.

Процесс формирования конкурентоспособности национальной экономики можно провести в следующем виде: на макроуровне создаются предпосылки для формирования конкурентоспособности на мезоуровне, на мезоуровне непосредственно создается конкурентоспособность товаров. Таким образом, **макроуровень опосредованно влияет на конкурентоспособность микроуровня – продукции и услуг**.

Фактически происходит не простое складывание конкурентных потенциалов фирм и компаний, а сложный процесс накопления конкурентных преимуществ от макро- к микроуровню. Продукты и услуги, как уже отмечалось выше, лишь *венчают* этот сложный процесс формирования конкурентоспособности.

Еще более значимыми эти проблемы предстают на гипер-макроуровне в контексте объединения нескольких стран, проводящих согласованную экономическую политику, т.е. на уровне, где создаются совокупные конкурентные преимущества на макроуровне нескольких стран. Фактическое игнорирование необходимости формирования макроконкурентной стратегии в течение длительного периода времени привело к тому, что мы (имеется в виду бывший СССР, а сегодня – Россия), в отличие от наших конкурентов, от своих совокупных конкурентных преимуществ фактически добровольно отказались, разрушив общее экономическое пространство СЭВ и СССР. При этом пока практически не прилагаются достаточно серьезные усилия по его восстановлению этого пространства в каком-либо приемлемом виде. Совершенно очевидно, что утрата этих совокупных конкурентных преимуществ на руку нашим конкурентам, так как они от этого только выигрывают, превращая отсутствие нашего конкурентного преимущества в свое.

И, наконец, о важном факторе конкурентной борьбы – **времени**.

На каждом уровне хозяйственной организации конкуренты решают совершенно определенные задачи, поэтому при анализе конкурентоспособности важно понять, какие **основные цели** преследуются в конкурентной борьбе субъектов-носителей конкурентных преимуществ. Ясно, что цели у предприятий и стран будут различные, следовательно, и конкурентоспособность будет *содержательно* различаться. Эти цели в соответствии с уровнями формирования конкурентных преимуществ обычно различаются не только масштабами, но и **временными горизонтами**. Если на микроуровне решаются в основном проблемы краткосрочного характера, то на мезоуровне речь уже идет о среднесрочных и долгосрочных проблемах (инвестиционные проекты различных масштабов). На макроуровне должны решаться крупные стратегические задачи развития страны как геополитического субъекта, если она таковым является, и потому горизонты решения проблем уходят в исторические перспективы, отталкиваясь от исторической ретроспективы.

5. О ГРАНИЦАХ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ И МОНОПОЛИИ

Из вертикального структурного анализа вытекает очень важный и, на первый взгляд, парадоксальный вывод: **в системе, где формируются конкурентные преимущества, к проблеме конкурентной организации производства необходимо подходить крайне осторожно. В ряде случаев в такой системе конкуренция либо вообще не должна иметь место, либо она должна носить ограниченный характер.**

Это связано с тем, что конкуренция имеет не только положительные стороны (создание стимулов к росту эффективности производства), но и *серьезные отрицательные стороны*, отражающие деструктивные действия конкурирующих субъектов и их стремление получить конкурентные преимущества за счет подрыва потенциала конкурентов. Именно по этой причине в развитых рыночных хозяйственных системах наиболее распространенной рыночной структурой является *олигополия* – нечто среднее между атомистической и монополистической рыночными структурами.

Кроме того, есть сферы, где требования создания конкурентной среды носят скорее надуманный, шаблонный характер. Требования везде и всюду иметь конкурентную среду сильно напоминают требования везде и всюду иметь плановую организацию в советской экономике, что, кстати, являлось одной из главных причин ее неэффективности. Фактически попытки повсеместного введения хозяйственной организации на конкурентной основе является искусственной затеей в угоду догматическим либеральным установкам. По своему характеру они являются скорее идеологическими, нежели ориентированными на практику и потому крайне вредны для формирования по-настоящему конкурентной хозяйственной системы. Например, для организации действительно конкурентной среды в газо-, тепло-, водо- и электроснабжении необходимо создание альтернативных конкурирующих систем.

Ясно, что шаблонный подход к конкуренции как универсальному средству повышения эффективности может завести в тупик.

Особенно опасно переносить методологию организации производства и сбыта товаров в национальном хозяйстве на организацию систем жизнеобеспечения. Ведь в этих сферах конкуренция может принести больше вреда, чем пользы, особенно, если учесть суровые климатические условия России, ее огромные пространства, неотработанность юридического и финансового сопровождения таких преобразований. А, разрушение систем жизнеобеспечения не только способно подорвать конкурентные преимущества национальной экономики, но может вообще лишить ее способности к воспроизводству. Непонимание этого важного положения само по себе является угрозой национальной безопасности страны.

Сюда же относятся требования к демополизации естественных монополий. Известно закономерность, при которой рост конкурентоспособности и череда побед в конкурентной борьбе, в конечном итоге, ведут... **к образованию монополии.** А монополия в рыночной экономике, подавляет конкуренцию, ведет к снижению заинтересованности фирмы в развитии конкурентных преимуществ, поскольку исчезает сам побудительный мотив к этому – конкурент.

Это относится как к отдельной фирме, так и к отдельной стране. В свою очередь такое развитие событий ведет к застою и деградации. Поэтому в условиях рыночного хозяйства противоречия между тенденциями демополизации (следствием естественного роста мощи отдельных компаний и стран) и необходимостью сохранения конкурентного климата как основной движущей силы экономического развития хозяйственной системы, основанной на рыночных принципах, обычно преодолевается путем **внешнего (внерыночного) регулирования.** Как правило, эти функции берут на себя государство и/или общественные органы управления. Их задача состоит в нахождении и установлении в каждом конкретном случае оптимального соотношения допустимого уровня демополизации и степени конкурентного напряжения.

Другим аспектом этой проблемы является обеспечение все той же экономической безопасности. Именно внерыночное регулирование позволяет реализовать учет требований экономической безопасности в хозяйственной практике страны. При этом главную роль в реализации этой функции должно брать на себя государство.

Здесь мы сталкиваемся с **проблемой выбора между частной и государственной монополией.** Многие специалисты (экономисты, юристы, не говоря уже о социологах и политологах) вообще такого разделения не проводят и, как правило, любую монополию считают злом. Это категорически неверно. Особенно в отношении государственной монополии.

Любая частная компания стремится создать монопольные условия своего существования *для получения монопольной сверхприбыли.* Иначе такое стремление теряет всякий смысл. Но частная монополистическая компания, работающая под контролем государства или общественности, уже оказывается в условиях ограничения в получении монопольной прибыли. Тем более это относится к государственной монополии.

Государство, беря в руки монопольное право установления цен, одновременно берет на себя и ответственность перед населением страны за справедливое использование этого права, т.е. ту ответственность, которой по определению лишена частная монополистическая фирма.

Таким образом, государственная монополия отличается от частной тем, что, как правило, она сопровождается социальной ответственностью, включающей и решение проблемы обеспечения экономической безопасности страны. У частной же монополии такая ответственность практически отсутствует.

Это обстоятельство крайне важно учитывать при формировании макростратегии конкурентного развития, поскольку социальная стабильность в стране и ее экономическая безопасность являются определяющими условиями конкурентоспособности на всех трех уровнях – микро-, мезо- и макро-.

Задача повышения экономической эффективности в рыночной экономике может войти (и часто входит) в противоречие с социальной эффективностью, создавая проблемы безработицы, излишней экспортной ориентации (в ущерб национальным потребностям или интересам) или импортной зависимости и т.п. Все эти проблемы решаются в рамках реализации экономической политики государства, несущего ответственность перед населением страны за внутреннюю социальную стабильность и внешнюю безопасность.

Поэтому конкурентная стратегия на макроуровне, тесно связанная с решением экономических, социальных и политических проблем, фактически является неким общим итогом, результатом согласования этих стратегических линий.

6. НАЦИОНАЛЬНАЯ КОНКУРЕНТНАЯ СТРАТЕГИЯ: НЕ ТОЛЬКО ЭКОНОМИКА

Из трех типов конкурентных преимуществ – *ресурсных* (обладание ресурсами особого, качества или количества); *операционных* (характеризующих степень или эффективность использования имеющихся ресурсов) и *программно-стратегических* (наличие определенной стратегии развития субъекта-носителя конкурентных преимуществ и качество этой стратегии) – последний тип является главным.

Первые два типа связаны между собой тем, что наличие ресурсов во многом обеспечивает и эффективность их использования. Например, накопленные основные производственные фонды и наличие квалифицированных кадров позволяют стране эффективно использовать имеющиеся природные ресурсы. Но с ростом динамики современных технологий, нередко такие ресурсные характеристики могут оказаться тяжелыми гирями, связывающими применение быстро меняющихся технологий и тем самым препятствующими формированию и укреплению конкурентных преимуществ. Последнее же преимущество, наоборот, становится особенно важным в современный период.

Сегодня конкурентная борьба фактически превращается в борьбу стратегий практически на всех уровнях, а стратегическая компонента, по сути,

является ведущей характеристикой конкурентоспособности. Хотя эта характеристика и создает определенные трудности, так как она практически не поддается количественному определению и сопоставлению.

Если первые два преимущества являются вполне традиционными, то последнее требует некоторого разъяснения, особенно применительно к макроуровню.

Поскольку конкурентоспособность – это понятие, связанное с формированием и использованием *потенциала* рыночного субъекта, то его формирование и реализация эффективно могут быть осуществлены **только по определенной программе, плану, или в соответствии с заранее разработанной стратегией**. Не случайно разработка стратегии в конкурентной борьбе является главной и исходной точкой ведения такой борьбы.

Сегодня достаточно твердо действует формула: **НЕТ СТРАТЕГИИ – НЕТ СЕРЬЕЗНОЙ КОНКУРЕНТНОЙ БОРЬБЫ**. Причем особенно важно это для уровня национальной экономики в целом. Сложность организации конкурентной борьбы требует тщательного продумывания и подготовки всего комплекса мер по достижению намеченных целей.

М.Портер формулирует задачу конкурентной стратегии для фирмы двумя словами: **«быть непохожим»**.

Что касается страны, ее национального хозяйства, то они уже непохоже и **задача состоит в том, чтобы в максимальной мере реализовать эту непохожесть**, уловить «национальную изюминку» и выразить ее в стратегической формуле и программе, которая в результате даст такие конкурентные преимущества, которые не сможет повторить ни одна страна мира и, следовательно, позволит сохранить их на длительный период времени.

Макроконкурентоспособность – это способность к историческому соревнованию стран-конкурентов. Сегодня эта борьба выходит, как отмечалось выше, на гипермакроуровень, охватывая уже не отдельные страны, а большие группы стран, близкие по идеологии, этническим и культурным основаниям. Следует заметить, что сама мировая история – это процесс непрерывной конкурентной борьбы наций. Она выражается не только в соревновании их экономических потенциалов, но также и в соревновании их национальных идеологий, их образа мыслей, их хозяйственных укладов, их культур. Также как помимо многоцветного экономического сотрудничества различных стран, их экономики и культур, мы наблюдаем на протяжении всей истории ожесточенную борьбу за сохранение своего национального, в котором каждая нация чувствует себя наиболее адекватно самой себе, в которой она может добиваться максимальных успехов и быть вполне конкурентоспособной.

Выявленная уникальность должна постоянно реализоваться в стратегических решениях по всей гамме конкурентных позиций – начиная с учета национальных особенностей менталитета и хозяйственной организации, обусловленной культурно-историческими условиями и кончая специфическими формами участия страны в международном разделении труда.

За этим стоит напряженнейшая работа национальных стратегов государственного уровня, хорошо знающих не только мировую экономику и экономику своей страны, но и ее историю, быт, нравы и традиции ее населения, его способность к достижению тех или иных целей.

Наиболее яркий пример – Япония, сумевшая, несмотря на сокрушительное поражение во Второй мировой войне, вернуть себе позиции мирового лидера, мобилизовав свои национальные силы, удивив весь мир своими достижениями уже через 20 лет после своего поражения.

Разработка стратегического плана или программы – это, прежде всего, **творческая задача**, направления и параметры решения которой во многих случаях трудно, а иногда и невозможно заранее определить, а потому трудно и сопоставить. Поэтому, **чем больше в конкурентных преимуществах стратегической компоненты, тем сложнее сопоставить эти преимущества, тем сложнее оценить конкурентоспособность субъектов.**

Стратегическая компонента, при прочих равных условиях, возрастает от микро – к макроуровню, где она получает наивысшее выражение.

Это приводит к тому, что сводимость конкурирующих субъектов – стран – к некоему общему знаменателю, позволяющему достаточно надежно сравнивать их конкурентные преимущества и оценивать их конкурентоспособность на основе интегрированных показателей, становится все более сложной, а иногда и вовсе невозможной.

Это обстоятельство порождает серьезную проблему конкурентного стратегического анализа для фирмы и особенно для страны.

Что касается России, то она сегодня практически опирается на лишь ресурсные факторы конкурентоспособности, причем в основном связанные с природой – полезными ископаемыми, лесами, территорией. Даже в отношении операционных факторов мы серьезно отстаем не только от основных наших конкурентов, но от многих стран, которые еще несколько десятилетий назад вообще не рассматривались как сколько-нибудь серьезные конкуренты (Индия, Китай, страны Юго-Восточной Азии). Что же касается стратегических факторов, то они сегодня практически вообще утрачены: Россия уже в течение более десяти лет не имеет своей стратегической программы общенационального развития.

Задача усложняется тем, что сегодня уже совершенно недостаточно линейно прогнозировать экономический рост национальной экономики или ее отдельных отраслей. Необходимо анализировать будущее развитие во всем комплексе взаимосвязей и взаимозависимостей с действующими и потенциальными конкурентами и на этой основе строить свою конкурентную стратегию. И это общая задача государства, частных компаний и их объединений и общественных и политических организаций, заинтересованных в успешном развитии страны.

Литература

- **Гельвановский М.И. Жуковская В.М. и др.** Конкурентоспособность России в 90-е годы . Межстрановой макроэкономический анализ — М. ИМЭМО РАН.— 2000.
- **Гельвановский М.И.** Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневых измерениях // Российский экономический журнал 1998.
- **Гельвановский М.И., Городецкий А.Е.** О национально-государственной стратегии конкурентоспособности // Проблемы развития. – 1998. – №1-2
- **Конкурентоспособность России в глобальном экономическом пространстве** (материалы Ученого Совета ИМЭМО РАН 22 ноября 2000 г. – М. ИМЭМО РАН, 2001.
- **Портер М.** Международная конкуренция. – М.Издательский дом «Вильямс» – 2000.
- **Фишер Г.** Глобализация мирохозяйственных отношений. Сущность, формы и перспективы.— М.ДА МИД РФ.—1999.
- **Global Competition/The New Reality Report of the President’s Commission on Industrial Competitiveness/** Wash., 1985,
- **The Global Competitiveness Report /** Wash.1996, 1998, 2000 гг.