

Хомутова Светлана Сергеевна, магистрант,
Ростовский филиал Российской таможенной академии
Khomutova Svetlana Sergeevna
Rostov Branch of the Russian Customs Academy

ЭВОЛЮЦИЯ ВЗГЛЯДОВ НА ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ THE EVOLUTION OF VIEWS ON THE FACTORS OF COMPETITIVENESS IN INTERNATIONAL TRADE

Аннотация: В статье прослеживается эволюция теоретических взглядов на факторы конкурентоспособности в международной торговле: от классических ресурсных моделей до современных концепций динамических способностей и цифровой экономики.

Abstract: The article traces the evolution of theoretical views on the factors of competitiveness in international trade: from classical resource models to modern concepts of dynamic capabilities and the digital economy.

Ключевые слова: Международная торговля, факторы конкурентоспособности, классические теории, модель «алмаза» Портера, динамические способности, цифровая экономика.

Keywords: international trade, competitiveness factors, classical theories, Porter's diamond model, dynamic abilities, digital economy.

Понимание того, что определяет успех стран и компаний на мировых рынках, формировалось в экономической науке на протяжении нескольких столетий. За это время исследователи предложили множество теорий и концепций, каждая из которых акцентировала внимание на определенных факторах конкурентоспособности. В данном разделе мы рассмотрим основные этапы эволюции научных взглядов на эту проблему — от классических теорий международной торговли до современных подходов, учитывающих влияние цифровой экономики.

Исторически первые систематические представления о факторах конкурентоспособности были сформулированы в рамках классической школы политической экономии. Основоположник этой школы Адам Смит в своем фундаментальном труде «Исследование о природе и причинах богатства народов» (1776) предложил теорию абсолютных преимуществ [1]. Согласно Смиту, страны должны специализироваться на производстве тех товаров, в которых они имеют абсолютное преимущество по издержкам производства, и обмениваться этими товарами с другими странами. Таким образом, ключевым фактором конкурентоспособности выступала производительность труда.

Развивая идеи Смита, Давид Рикардо в работе «Начала политической экономии и налогового обложения» (1817) сформулировал теорию сравнительных преимуществ [2]. Рикардо показал, что даже если одна страна имеет абсолютное преимущество в производстве всех товаров, ей все равно выгодно торговать с другими странами, специализируясь на производстве тех товаров, где ее преимущество максимально. Эта теория сместила акцент с абсолютных показателей эффективности на относительные, что стало важным шагом в понимании механизмов международной торговли.

В начале XX века шведские экономисты Эли Хекшер и Бертиль Олин разработали теорию, получившую название модели Хекшера-Олина [3]. В отличие от классиков, которые фокусировались на производительности труда, Хекшер и Олин утверждали, что основой международной торговли являются различия в обеспеченности стран факторами производства — капиталом, трудом, землей и природными ресурсами. Согласно этой теории, страны экспортируют те товары, для производства которых интенсивно используются их избыточные факторы, и импортируют товары, требующие использования дефицитных факторов. Сравнительная характеристика классических теорий международной торговли представлена в таблице 1.



Таблица 1

Сравнительная характеристика классических теорий международной торговли

Автор	Теория	Ключевой фактор конкурентоспособности	Ограничения конкурентоспособности
Адам Смит (1776)	Теория абсолютных преимуществ	Производительность труда — страны должны специализироваться на производстве товаров, где они имеют абсолютное преимущество по издержкам	Не объясняет, почему торговля выгодна, если одна страна имеет абсолютное преимущество во всех товарах; не учитывает другие факторы производства, кроме труда
Давид Рикардо (1817)	Теория сравнительных преимуществ	Относительная эффективность производства — страны выигрывают от торговли, даже если у них нет абсолютных преимуществ, за счет специализации на товарах с наименьшими альтернативными издержками	Исходит из допущения о постоянной отдаче от масштаба; не учитывает транспортные издержки, технологии, различия в качестве продукции; игнорирует влияние международной торговли на распределение доходов внутри стран
Эли Хекшер, Бертиль Олин (1919-1933)	Теория соотношения факторов производства (модель Хекшера-Олина)	Обеспеченность страны факторами производства (капиталом, трудом, землей, природными ресурсами) — страны экспортируют товары, требующие интенсивного использования их избыточных факторов	Не объясняет торговлю между странами с похожей обеспеченностью факторами производства; игнорирует эффект масштаба и дифференциацию продукции; не учитывает мобильность капитала и технологий; парадокс Леонтьева показал эмпирические противоречия теории

Классические теории заложили важный фундамент, однако они имели ряд ограничений. Во-первых, они исходили из допущения о совершенной конкуренции и постоянной отдаче от масштаба. Во-вторых, эти теории объясняли торговлю преимуществами, основанными на различиях между странами, но не учитывали внутрифирменные факторы и стратегическое поведение компаний. В-третьих, классические модели рассматривали преимущественно материальные факторы производства, не уделяя внимания таким нематериальным активам, как технологии, знания и инновации.

Новый этап в развитии теории конкурентоспособности начался во второй половине XX века, когда исследователи стали обращать внимание на роль инноваций, технологий и стратегического управления. Особое место в этом ряду занимает работа американского экономиста Майкла Портера «Конкурентные преимущества наций» (1990) [4], которая стала одной из самых цитируемых работ в области международной конкурентоспособности.

Портер предложил концепцию «национального ромба» (или «алмаза»), включающую четыре взаимосвязанных фактора, определяющих конкурентоспособность наций:

Факторные условия — наличие в стране ресурсов, необходимых для конкуренции в отдельных отраслях (квалифицированная рабочая сила, инфраструктура, капитал, природные ресурсы). При этом Портер подчеркивал, что более важными являются не базовые факторы (природные ресурсы, неквалифицированный труд), а продвинутые факторы (инфраструктура, высокообразованный персонал, научные учреждения), которые создаются в самой стране.

Условия спроса — характер внутреннего спроса на продукцию отрасли. Портер утверждал, что требовательные и изощренные внутренние потребители заставляют компании постоянно совершенствовать продукцию и процессы, что в дальнейшем дает им преимущество на международных рынках.



Родственные и поддерживающие отрасли — наличие в стране конкурентоспособных поставщиков и смежных отраслей, которые образуют кластеры. Кластеры способствуют обмену знаниями, технологиями и лучшими практиками.

Стратегия, структура и соперничество фирм — условия, в которых создаются, организуются и управляются компании, а также характер конкуренции внутри страны. Жесткая внутренняя конкуренция, по мнению Портера, стимулирует инновации и повышение эффективности.

Концепция «национального ромба» построена в виде схемы (рисунок 1).

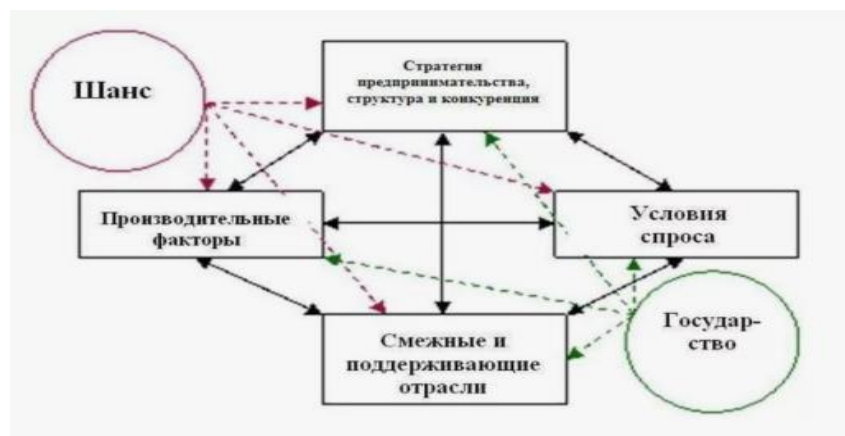


Рис. 1. Модель «алмаза» М. Портера

Кроме четырех основных факторов, Портер выделил две дополнительные переменные — роль государства и роль случайных событий (технологические прорывы, войны, кризисы), которые могут влиять на конкурентоспособность отраслей.

Концепция Портера стала важным шагом вперед, поскольку она сместила фокус с пассивного использования имеющихся ресурсов на активное создание конкурентных преимуществ через инновации, инвестиции и развитие продвинутых факторов производства. Однако эта теория также не была лишена недостатков. Критики отмечали, что модель Портера недостаточно учитывает роль транснациональных корпораций, которые могут создавать конкурентные преимущества вне зависимости от условий конкретной страны, а также слабо отражает влияние глобализации и цифровых технологий.

В 1990-е годы и в начале XXI века появились новые теоретические подходы, которые дополнили и развили идеи Портера. Одним из наиболее влиятельных направлений стала ресурсная концепция (resource-based view, RBV), основоположником которой считается Джей Барни. В своей статье «Фирменные ресурсы и устойчивые конкурентные преимущества» (1991) Барни показал, что конкурентоспособность компании определяется ее уникальными ресурсами и компетенциями [5].

Согласно ресурсной концепции, для того чтобы ресурс обеспечивал устойчивое конкурентное преимущество, он должен обладать четырьмя характеристиками (VRIN-критерии):

а) value (ценность) — ресурс должен позволять компании использовать возможности или нейтрализовать угрозы;

б) rarity (редкость) — ресурс должен быть редким среди текущих и потенциальных конкурентов;

в) inimitability (неподражаемость) — ресурс должен быть трудным для копирования другими компаниями;

г) non-substitutability (незаменимость) — не должно существовать стратегически эквивалентных ресурсов.

Важным развитием ресурсного подхода стала концепция динамических способностей (dynamic capabilities), предложенная Дэвидом Тисом, Гэри Пизано и Эми Шуэн в статье «Динамические способности и стратегическое управление» (1997) [6]. Авторы показали, что в

условиях быстро меняющейся внешней среды недостаточно просто обладать ценными ресурсами — компании должны уметь постоянно адаптировать, интегрировать и реконфигурировать свои ресурсы и компетенции. Динамические способности включают три ключевых компонента: sensing (способность выявлять возможности и угрозы), seizing (способность мобилизовать ресурсы для использования возможностей) и transforming (способность постоянно обновлять и трансформировать ресурсы компании). На рисунке 2 представлена эволюция подходов к факторам конкурентоспособности: от классических теорий к динамическим способностям.



Рис. 2. Эволюция подходов к факторам конкурентоспособности

Еще одним интересным подходом стала концепция «голубого океана», разработанная Чан Ким и Рене Моборн в одноименной книге (2005 [7]). Авторы предложили разделить рынки на «красные океаны» (существующие отрасли с жесткой конкуренцией) и «голубые океаны» (новые рыночные пространства, свободные от конкуренции). Согласно этой концепции, вместо того чтобы конкурировать в переполненных отраслях, компании должны создавать новые рынки, делая конкуренцию неактуальной.

С развитием информационных и коммуникационных технологий в конце XX — начале XXI века исследователи стали обращать внимание на появление новых факторов конкурентоспособности, связанных с цифровизацией экономики. Швейцарский экономист Клаус Шваб в книге «Четвертая промышленная революция» (2016) описал, как слияние физических, цифровых и биологических технологий меняет основы конкурентоспособности стран и компаний [8].

Американский социолог Мануэль Кастельс в своей трилогии «Информационная эпоха» (1996-1998) показал, что в современном мире конкурентоспособность все больше определяется способностью компаний и стран участвовать в глобальных сетях и потоках информации [9]. В сетевом обществе ключевыми активами становятся не материальные ресурсы, а знания, информация и способность к инновациям. Сравнение традиционных и цифровых факторов представлены в таблице 2.

Таблица 2

Сравнение традиционных и цифровых факторов конкурентоспособности

Традиционные факторы	Цифровые факторы	Примеры проявления на мировых товарных рынках
Материальные ресурсы и капитал (сырье, оборудование, физические активы, складские запасы)	Данные и алгоритмы (информация как стратегический актив, вычислительные мощности, предиктивная аналитика)	Использование ИИ для прогнозирования спроса и оптимизации запасов, что снижает потребность в физических складских мощностях и «замороженном» капитале (практика Amazon, Alibaba).

Продолжение таблицы 2

Традиционные факторы	Цифровые факторы	Примеры проявления на мировых товарных рынках
Труд и человеческий капитал (количество работников, базовые профессиональные навыки)	Цифровые компетенции и ИИ-ассистенты (способность управлять ИИ, автоматизация рутинных когнитивных задач)	Внедрение интеллектуальных CRM-систем (например, Salesforce Einstein), которые автоматизируют обработку заявок, анализируют поведение клиентов и прогнозируют отток, кратно повышая производительность менеджеров.
Массовый маркетинг и стандартные каналы сбыта (широкий охват аудитории, физические точки продаж, стандартные прайс-листы)	Гиперперсонализация и цифровые платформы (таргетирование в реальном времени, B2B/B2C маркетинговые кампании, динамическое ценообразование)	Использование рекомендательных систем и чат-ботов с обработкой естественного языка (NLP) для адаптации коммерческого предложения под конкретного иностранного покупателя.
Физическая логистика и инфраструктура (транспортные сети, порты, создание буферных запасов на случай сбоев)	Цифровые двойники и предиктивная логистика (оптимизация глобальных цепочек поставок в реальном времени, IoT)	Применение ИИ-алгоритмов для прогнозирования сбоев в цепочках поставок, анализа погодных и геополитических рисков и динамического изменения маршрутов (опыт Maersk, DHL).
Длительный цикл исследований и разработок (R&D) (высокие финансовые затраты, долгие сроки вывода нового товара на рынок)	Генеративный ИИ и ускоренный Time-to-Market (быстрое цифровое прототипирование, автоматический анализ мировых трендов)	Использование ИИ для анализа потребительских отзывов на разных языках и генерации концепций новых товаров, что сокращает цикл разработки с нескольких месяцев до недель.
Статичное конкурентное преимущество (эффект масштаба, контроль над ресурсами, высокие барьеры входа на рынок)	Динамические способности и сетевые эффекты (скорость адаптации к изменениям, экосистемность бизнеса)	Трансформация традиционных товарных компаний в цифровые экосистемы, где ценность продукта и лояльность клиентов непрерывно растут за счет сетевых эффектов и постоянного обучения ИИ-моделей.

Цифровая экономика привнесла несколько принципиально новых факторов конкурентоспособности:

Данные как стратегический актив. В отличие от традиционных ресурсов, данные обладают уникальными свойствами: они не истощаются при использовании, могут быть использованы многократно для разных целей и часто увеличивают свою ценность при комбинировании с другими данными.

Сетевые эффекты. В цифровой экономике ценность продукта или услуги растет по мере увеличения числа пользователей. Это создает ситуацию, когда доминирующее положение на рынке занимают компании, которые первыми достигают критической массы пользователей.

Платформенные бизнес-модели. Цифровые платформы (такие как Amazon, Alibaba, Uber) создают новые формы организации экономической деятельности, соединяя производителей и потребителей напрямую. Конкурентоспособность платформ определяется не столько владением активами, сколько способностью привлекать и удерживать участников экосистемы.



Скорость и гибкость. В условиях цифровой экономики скорость принятия решений и адаптации к изменениям становится не менее важным фактором, чем масштаб ресурсов. Компании, способные быстро внедрять инновации и менять бизнес-модели, получают преимущество перед более медленными конкурентами.

Таким образом, эволюция взглядов на факторы конкурентоспособности отражает более широкие изменения в мировой экономике — переход от индустриального общества к информационному, от конкуренции на основе издержек к конкуренции на основе инноваций и уникальных компетенций [10].

Список литературы:

1. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит ; пер. с англ. — М. : Эксмо, 2007. — 960 с.
2. Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения / Д. Рикардо ; пер. с англ. — М. : Прогресс, 1993. — 494 с.
3. Хекшер Э. Внешнеторговый эффект и распределение дохода / Э. Хекшер, Б. Олин ; пер. с англ. — М. : Дело, 2005. — 288 с.
4. Портер М. Конкурентные преимущества наций / М. Портер ; пер. с англ. — М. : Дело, 2017. — 704 с.
5. Barney J. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage / J. Barney // Journal of Management. — 1991. — Vol. 17. — No. 1. — P. 99–120.
6. Teece D. J. Dynamic Capabilities and Strategic Management / D. J. Teece, G. Pisano, A. Shuen // Strategic Management Journal. — 1997. — Vol. 18. — No. 7. — P. 509–533.
7. Ким Ч. Стратегия голубого океана / Ч. Ким, Р. Моборн ; пер. с англ. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2020. — 288 с.
8. Шваб К. Четвертая промышленная революция / К. Шваб ; пер. с англ. — М. : Эксмо, 2016. — 208 с.
9. Castells M. The Rise of the Network Society / M. Castells. — Oxford : Blackwell, 1996. — 508 p.
10. Голубчик М. М. Факторы конкурентоспособности национальной экономики в условиях цифровой трансформации / М. М. Голубчик // Вопросы экономики. — 2021. — № 5. — С. 45–62.

