

УДК 331.5

ПРЕИМУЩЕСТВА, ОБРАЗУЮЩИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ НА РЫНКЕ ТРУДА

И. Т. Корогодин

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 17 марта 2012 г.

Аннотация: дается характеристика сравнительных и конкурентных преимуществ и определение конкурентоспособности. Показаны особенности образования преимуществ, составляющих конкурентоспособность услуги труда при ее купле-продаже на рынке труда.

Ключевые слова: конкурентоспособность, сравнительные и конкурентные преимущества, услуга труда, рынок труда.

Abstract: the characteristic of comparative both competitive advantages and competitiveness definition is given. Features of formation of the advantages making competitiveness of service of work at its purchase and sale on a labor market are shown.

Key words: competitiveness, comparative and competitive advantages, work service, a labor market.

Конкурентоспособность можно представить как систему, которую образует совокупность элементов, отдельных сторон, связей и отношений, возникающих между ними. Для изучения сущностной и содержательной составляющих конкурентоспособности применимы динамический и статический методологические подходы. Первый подход позволяет рассматривать конкурентоспособность как процесс ее формирования, изменения и развития. В конечном итоге выясняется самовоспроизводимость конкурентоспособности как система, образующая ее сущностную основу. «Экономические системы должны воспроизводиться сами по себе и, следовательно, этот факт воспроизводимости является «сущностью» экономических систем» [1, с. 184]. Базируется динамический подход, как правило, на следующих общедиалектических принципах: всеобщей связи, причинно-следственной связи, системности.

Статический подход призван раскрыть содержательную сторону конкурентоспособности как ее результат, который образуется на основе взаимодействия ее структурных элементов. В основе статического подхода лежат такие принципы, как принцип иерархичности структуры, т.е. субординированности элементов системы, принцип «бинарных оппозиций», когда используются парные категории, и др. Основными структурными элементами, определяющими содержание конкурентоспособности, являются преимущества, которые

характеризуют объект обмена на рынке как более ценный для покупателя по сравнению с аналогичным видом данного объекта. Еще представители классической экономической школы в качестве сравнительных и конкурентных преимуществ называли: высокое качество товара, низкие издержки на его производство, малую рыночную цену. Первыми конкурентными преимуществами, по мнению А. Смита, стали рыночная цена и качество товара [2, с. 198, 443].

Сравнительные преимущества формируются непосредственно в производстве, в момент создания продукта, услуги. Именно в процессе производства каждый хозяйствующий субъект стремится изготовить качественный продукт или услугу с меньшими затратами труда и выгодно его продать, чтобы получить максимальный доход. Но сравнительные преимущества проявят свои свойства лишь на рынке, когда конкуренты предложат свои товары покупателю, который и оценит их преимущества. В конкуренции победит тот продавец, чей товар, по оценке покупателя, будет обладать большим преимуществом по сравнению с аналогичным товаром. Следовательно, сравнительные преимущества, которые созданы в производстве, на рынке проявляются как конкурентные преимущества. Конкурентный рынок полностью определяет степень конкурентоспособности товара и его производителя, который вознаграждается финансовыми преимуществами в виде полученной большей прибыли.

Согласно нашему предположению, под конкурентоспособностью следует понимать совокупность сравнительных и конкурентных преимуществ, которыми обладают объекты рыночного обмена и их производители над конкурентами, содействующих ускорению роста и развития экономики и повышению благосостояния населения.

Формирование конкурентоспособности на рынке труда имеет свои особенности в отличие от обычного рынка и по объекту обмена, и по его качеству, и по ценообразованию. Спорным является сам объект обмена на рынке труда. Это обусловлено тем, что и объект обмена, и субъект его продажи соединены в одном лице. Наемный работник, являясь владельцем своих способностей к труду, следовательно, и рабочей силы, и труда, выступает и продавцом этих объектов. Однако ни рабочая сила, ни труд не могут быть объектом продажи на рынке труда, поскольку они не отделены от самого работника и являются веществом природы, преобразованным в его организме. В противном случае, ему пришлось бы вместе с рабочей силой и трудом продать работодателю и самого себя, а это возможно лишь при рабстве.

По этому поводу Джон Хикс пишет: «Существует два способа превращения труда в предмет торговли. Во-первых, работника можно продать целиком, и тогда это рабство и, во-вторых, можно купить его услуги и тогда это – наемный труд» [3, с. 159].

Таким образом, объектом купли-продажи на рынке труда становится услуга труда, которую создает наемный работник. Услуга труда, по нашему мнению, представляет собой действие, совершаемое трудом, выраженное в полезном эффекте. В качестве полезного эффекта, который получает работодатель в обмен на заработную плату наемного работника, выступает любой предмет, продукт, социальная или иная услуга и т.д., которые работодатель затем реализует за деньги на других рынках. Следовательно, услуга труда в виде конкретного полезного предмета вполне отделима от своего создателя и поэтому служит объектом обмена на рынке труда.

Каждый участник сделки на рынке труда желает получить свое преимущество от купли-продажи услуги труда. Работодатель видит свое преимущество в приобретении такой услуги труда, полезный эффект которой при его реализации принес бы ему больше прибыли. При этом затраты с его стороны на услугу труда должны быть минимальные. Наемный работник, в свою очередь, желает получить

преимущества в более высокой цене за свою услугу, чтобы покрыть все затраты на ее воспроизводство. Но для этого ему необходимо иметь услугу труда высокого качества, что потребует от него больших затрат на ее создание.

Итак, формируются следующие преимущества, которые образуют конкурентоспособность на рынке труда: у наемного работника – продажа услуги труда хорошего качества по высокой цене; у работодателя – приобретение услуги труда, имеющей высокий полезный эффект при минимальных затратах. Каждое преимущество имеет свою объективную основу образования, базирующуюся на свойствах услуги труда. Ей присущи два основных свойства: стоимость и потребительная стоимость.

Стоимость услуги труда является объективной основой образования ее цены. Поскольку услуга труда есть функция труда, а последний является функцией рабочей силы, то стоимость рабочей силы выступает исходной основой и стоимости, и цены услуги труда. Данная стоимость определяется стоимостью средств существования работника, необходимых для воспроизводства его рабочей силы. Поэтому и цена услуги труда исходит из затрат на ее воспроизводство. Это положение обусловлено действием закона возмещения затрат рабочей силы человека пропорционально росту качества его труда. Для выполнения труда и создания его услуги более высокого качества требуется соответствующее развитие рабочей силы человека, что предполагает увеличение его потребностей, следовательно, и увеличение средств существования, т.е. затрат на питание, жилье, образование, здоровье и т.д. Таким образом, реализация закона возмещения затрат рабочей силы происходит через цену услуги труда. Эта цена должна возмещать растущие затраты, идущие на обеспечение жизнедеятельности работника, создающего своим трудом высококачественную услугу, которая становится для него конкурентным преимуществом.

Потребительная стоимость услуги труда реализуется в полезном эффекте, который, являясь преимуществом для работодателя, имеет свое объективное обоснование. Полезный эффект определяется полученным результатом услуги труда: качественно выполненная работа, высокий уровень производительности труда, созданный качественный продукт и др. Вся эта полезность, удовлетворяющая потребность работодателя, в свою очередь, требует от него определенных затрат (заработная плата, бонусы, условия труда и др.), которые по-

крываются за счет полученного им дохода от продажи результатов услуги труда. Индекс полезного эффекта как отношение дохода к затратам выступает критерием оценки преимуществ, полученных работодателем от покупки услуги труда.

Итак, выявленные сравнительные и конкурентные преимущества, получаемые наемным работником и работодателем от купли-продажи услуги труда, образуют необходимые условия для формирования конкурентоспособности на рынке труда. Чем выше качество рабочей силы и услуги труда наемного работника, тем выше ее конкурентоспо-

собность, которую оценит работодатель при ее покупке по более высокой цене.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Блауг Марк*. Методология экономической науки, или как экономисты объясняют / Марк Блауг ; науч. ред. и вступ. ст. В. С. Автономова. – М. : НП «Журнал Вопросы экономики», 2004. – 416 с.

2. *Смит А.* Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит ; предисл. В. С. Афанасьева. – М. : Эксмо, 2009. – 960 с.

3. *Хикс Джон*. Теория экономической истории / Джон Хикс ; общ. ред. и вступ. ст. Р. М. Нареева. – М. : НП «Журнал Вопросы экономики», 2003. – 224 с.

Воронежский государственный университет

Корогодин И. Т., доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой общей экономической теории

E-mail: <mailto:ectr@econ.vsu.ru>

Voronezh State University

Korogodin I. T., Doctor of Economics, Professor, Head of the General Economic Theory Department

E-mail: <mailto:ectr@econ.vsu.ru>