



ВУЗ. Студентам высших учебных заведений

Александр Головачев

**Конкурентоспособность
организации**

«Высшая школа»

2012

УДК 339.137.2(075.8)
ББК 65.422я73

Головачев А. С.

Конкурентоспособность организации / А. С. Головачев —
«Вышэйшая школа», 2012 — (ВУЗ. Студентам высших
учебных заведений)

Излагаются теоретические основы конкурентоспособности экономики. Раскрыты сущность и методы оценки конкурентоспособности национальной экономики, регионов, отрасли, предприятия и товаров. Практический интерес представляет система повышения уровня конкурентоспособности предприятия, которая включает разработки конкурентных стратегий, неценовой конкуренции и конкурентоспособности предприятия, инновационной деятельности, прогнозирования, планирования, стимулирования и государственного регулирования конкурентной среды и процессов повышения конкурентоспособности предприятий. Предназначено для студентов экономических и инженерных специальностей, аспирантов и магистрантов, преподавателей, руководителей и специалистов предприятий и органов государственного и местного управления.

УДК 339.137.2(075.8)
ББК 65.422я73

© Головачев А. С., 2012
© Вышэйшая школа, 2012

Содержание

Предисловие	7
Введение в дисциплину «конкурентоспособность организации»	9
Понятие и классификация конкурентоспособности экономики, актуальность проблемы ее повышения	9
Основы системы регулирования и управления конкурентоспособностью организации	12
Вопросы и задания для самопроверки	15
Раздел I. Теоретические основы конкурентоспособности экономики	16
Глава 1. Экономические законы рыночных отношений и конкурентоспособности	16
1.1. Закон возвышения потребностей человека	16
1.2. Закон взаимодействия спроса и предложения на рынке	17
1.3. Закон убывающей предельной доходности инвестиций	20
1.4. Законы возрастания предельных издержек и убывающей предельной полезности	22
1.5. Закон экономической взаимосвязи затрат на производство и потребление товара	23
1.6. Закон эффекта масштаба производства. Закон эффекта знаний и опыта. Закон экономии времени	24
1.7. Закон конкуренции	25
1.8. Закон развития организации	27
Вопросы и задания для самопроверки	28
Глава 2. Конкуренция как основное условие конкурентоспособности	29
2.1. Теоретические основы конкуренции	29
2.2. Конкуренция при различных типах конкурентного рынка	31
2.3. Выбор стратегии развития организации в зависимости от формы конкуренции на рынках	33
Вопросы и задания для самопроверки	36
Глава 3. Методические основы и организационно-экономический механизм повышения конкурентоспособности организации	37
3.1. Методические основы повышения конкурентоспособности экономики в условиях ее инновационного развития	37
3.2. Комплексный подход к формированию конкурентных преимуществ экономики	39
3.3. Организационно-экономический механизм повышения конкурентоспособности организации	43
Вопросы и задания для самопроверки	47
Раздел II. Сущность и методы оценки конкурентоспособности экономики по уровням управления	49
Глава 4. Конкурентоспособность национальной экономики	49

4.1. Сущность и факторы конкурентоспособности национальной экономики	49
4.2. Пути повышения конкурентоспособности национальной экономики	51
Вопросы и задания для самопроверки	53
Глава 5. Конкурентоспособность региона	54
5.1. Сущность конкурентоспособности региона: цели, критерии, факторы и показатели	54
5.2. Методические подходы к определению конкурентоспособности региона	57
5.3. Основные направления повышения конкурентоспособности регионов	59
Вопросы и задания для самопроверки	60
Глава 6. Конкурентоспособность отрасли	61
6.1. Сущность конкурентоспособности и конкурентных преимуществ отрасли	61
6.2. Факторы конкурентоспособности отрасли	62
6.3. Критерий, показатели и методы оценки конкурентоспособности отрасли	63
Конец ознакомительного фрагмента.	68

Александр Головачев

Конкурентоспособность организации

© Головачев А. С., 2012

© УП «Издательство “Вышэйшая школа”», 2012

Предисловие

Предмет дисциплины «Конкурентоспособность организации» представляют теоретические и организационно-экономические основы конкурентоспособности отечественных организаций, а также практические рекомендации по их улучшению.

Цель преподавания – формирование у студентов научного подхода к постановке проблем повышения уровня конкурентоспособности организаций на основе реализации системного организационно-экономического механизма регулирования и управления, а также практическая помощь в решении этих проблем.

Исходя из цели задачи изучения дисциплины включают следующие направления:

- освоение теоретических основ обеспечения и повышения конкурентоспособности организаций;
- овладение терминологией, осмысление и изучение понятий в области экономики и управления;
- выработка комплексного представления взаимосвязей конкурентоспособности организаций, товаров, отрасли, регионов и национальной экономики;
- освоение методов оценки конкурентоспособности экономики по уровням управления;
- постижение основных принципов и методов обеспечения конкурентоспособности организации во взаимосвязи с формами и методами управления конкурентоспособностью персонала и товаров, с одной стороны, и конкурентоспособностью отрасли, региона и национальной экономики – с другой.

Дисциплина «Конкурентоспособность организации» является одной из специальных дисциплин. Для успешного овладения дисциплиной студентам необходимы также знания по экономической теории, экономике организации, менеджменту, маркетингу, инвестиционной и инновационной деятельности.

Учебное пособие состоит из «Введения в дисциплину» и разделов: «Теоретические основы конкурентоспособности экономики»; «Сущность и методы оценки конкурентоспособности экономики по уровням управления»; «Система обеспечения повышения уровня конкурентоспособности организации».

Надеемся, что после прохождения курса студентам будет несложно выполнить следующие задания:

- оценить уровень конкурентоспособности организации и товаров, выявить направления обеспечения и повышения их уровня;
- обосновать организационно-экономический механизм обеспечения конкурентоспособности организаций и товаров;
- принять управленческое решение в области формирования цен и ценообразования на предприятии;
- обосновать решение в области форм и методов повышения качества продукции организации;
- сформулировать стратегию повышения конкурентоспособности организации (предприятия) и обосновать методы ее обеспечения;
- осуществить прогнозирование, планирование и стимулирование повышения уровня конкурентоспособности организации и продукции;
- использовать методы отбора и оценки инновационно-инвестиционных проектов по обеспечению конкурентоспособности товаров организации.

Предназначено для студентов, магистрантов, аспирантов, преподавателей, руководителей и специалистов предприятий, государственных и местных органов управления, чьи

интересы находятся в сфере проблем, повышает конкурентоспособность национальной экономики, регионов, отраслей, предприятий и товаров.

Доктор экономических наук, профессор А. С. Головачев

Введение в дисциплину «конкурентоспособность организации»

Понятие и классификация конкурентоспособности экономики, актуальность проблемы ее повышения

Понятие «конкурентоспособность» (от лат. *conspicere* – сталкиваться) – понятие универсальное, применяется в экономике, политике, технике, науке и т. д. Общим признаком этого понятия при употреблении во всех сферах общества является его рыночный характер, что обусловлено значением его корня.

В рыночной экономике понятие «конкурентоспособность» отражает сущность законов рыночных отношений. Однако современное его звучание имеет и дополнительные характеристики:

- системность, поскольку понятие связано с системным представлением;
- междисциплинарность, так как при его рассмотрении необходимы знания многих научных дисциплин;
- комплексность, которая объясняется тем, что при исследовании и практическом использовании данного понятия применяется комплексный подход;
- многоуровневость (она проявляется во взаимодействии и взаимосвязи понятия «конкурентоспособность» с понятием разных уровней управления);
- многофункциональность – имеет разнообразные функции;
- соотносимость, которая определяется соотношением конкурентоспособности исследуемого объекта и конкурентоспособности аналогичного (однородного) объекта-конкурента.

При общем подходе конкурентоспособность проявляется только в процессе соперничества и рыночных отношений, характеризуется конкурентными преимуществами исследуемого объекта, т. е. степенью удовлетворения потребностей покупателей по сравнению с аналогичными объектами, представленными на рынке. На основе удовлетворения личных и общественных потребностей в условиях ограниченных ресурсов конкурентоспособность организации позволяет товаропроизводителю получать прибыль и осуществлять расширенное воспроизводство.

По *М. Портеру*, понятие «конкурентоспособность» экономики страны – это ее способность достигать высокого и постоянно растущего уровня жизни для своих граждан, что, в свою очередь, требует достижения высокого уровня общественной производительности труда. При этом производительность труда – это объем выпуска продукции на единицу совокупности затраченного труда и капитала. Производительность общественного труда зависит от качества продукции (определяющей возможную ее цену) и от эффективности использования всех ресурсов производства. Тем самым конкурентоспособность связана с эффективностью использования ресурсов и ее динамикой во времени [27].

Европейский форум по проблемам управления конкурентоспособностью организации определяет ее как способность и возможность организации проектировать, производить, а также сбывать (в сложившихся условиях) товары и услуги по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательно, чем у конкурента, обеспечивая при этом максимальную прибыль.

Конкурентоспособность организации может быть оценена на конкурентном рынке только в рамках группы предприятий одной отрасли, выпускающих аналогичные товары

(услуги). *Конкурентный рынок* – это рынок товаров (услуг, работ), на котором в условиях усиления конкуренции взаимодействуют продавцы и покупатели с целью установления рыночных цен и осуществления купли-продажи.

Конкурентоспособность экономики классифицируется:

- *по экономическим объектам управления:* конкурентоспособность организации, производственного комплекса, отрасли, региона, национальной экономики;
- *по субъектам управления:* конкурентоспособность служащих органов государственного управления и местного управления, служащих и рабочих предприятий с учетом видов деятельности и их конечных результатов, сложности работ и творчества, производительности и рентабельности труда;
- *по результатам производственной деятельности:* конкурентоспособность товара (услуг), внутрипроизводственной информации, товаров-заменителей;
- *по видам деятельности:* конкурентоспособность маркетинга, конструкторско-технической подготовки, собственно производства, менеджмента, экономической, инновационной, инвестиционной, коммерческой и финансовой деятельности организации;
- *по факторам:* конкурентоспособность в зависимости от качества, цены товара, соотношения цены и качества, качества сервисного обслуживания, эксплуатационных затрат потребителя товара, качеств процессов управления;
- *по формам рынка:* конкурентоспособность совершенной конкуренции, монополистической конкуренции, олигополии;
- *по уровням управления:* конкурентоспособность на микроуровне, мезоуровне (на уровне отрасли или региона), макроуровне, мегауровне;
- *по страновому признаку:* конкурентоспособность внутри страны, среди развивающихся стран, среди развитых стран мира;
- *по компонентам обеспечения системы конкурентоспособности:* конкурентоспособность правового, научно-методического, ресурсного, информационного обеспечения;
- *по месторасположению рынка:* конкурентоспособность на локальном рынке, региональном, национальном (в стране), межнациональном (нескольких стран), рынке развивающихся стран, рынке развитых стран мира, на глобальном рынке (в мировом масштабе, без выделения конкретных стран);
- *по признаку «время и место появления конкурентоспособности»:*
 - а) конкурентоспособность продукции потенциальная (в процессе конструкторско-технологической подготовки, производстве, планирования и прогнозирования);
 - б) конкурентоспособность товара (конкретного на конкретном рынке и в конкретное время);
- *по силе проявления конкуренции:* конкурентоспособность очень сильная, сильная, слабая, конкурентоспособность отсутствует.

Конкурентоспособность организации определяется наличием ее *конкурентных преимуществ* по сравнению с другими организациями, т. е. превосходством конкурентоспособности в области эффективности производства, управления, качества товаров, компетентности и профессионализма персонала. Если повышение конкурентоспособности есть цель, то конкурентные преимущества – средства для достижения цели. Практика прежде всего концентрирует внимание на обеспечении конкурентных преимуществ организации и товаров.

Конкурентные преимущества организации предполагают рациональную структуру управления; наличие группы высококонкурентных фирм-лидеров, подтягивающих другие организации до своего уровня; передовую опытно-конструкторскую и прогрессивную производственно-технологическую базу; развитую инфраструктуру; эффективную систему продвижения товаров на рынок и их сервисного обслуживания; современную

систему научно-технического, производственного, материально-технического и коммерческого сотрудничества как внутри страны, так и за ее пределами.

Конкурентные преимущества товаров выявляются по качеству продукции (с издержками не выше чем у конкурентов), реализации товаров в оптимальные сроки, потребительской ценности товаров, их новизне, удовлетворяющим требованиям конкретных групп покупателей по рыночной стоимости.

Актуальность проблемы и необходимость повышения конкурентоспособности организаций предопределяется внешними и внутренними факторами. *Внешние факторы* отражают процессы повышения уровня конкуренции на всех рынках, условия государственного регулирования экономики, особенности глобализации мировой экономики.

Глобализация мировой экономики сегодня включает: 1) усиление взаимозависимости экономик почти всех стран мира; снижение внешнеэкономических барьеров; стирание границ внутренних и внешних рынков; *превращение мирового рынка в единое поле конкурентной борьбы*, где определенное место займут только организации стран, обеспечившие конкурентоспособность своих товаров;

2) *ускорение международного движения капитала, его концентрация, создание и развитие деятельности транснациональных (ТНК) и межнациональных (МНК) корпораций* (высокий уровень конкуренции в результате этого процесса будет заставлять других производителей добиваться уровня конкурентоспособности как в ТНК и МНК или уходить с определенного рынка);

3) *расширение числа стран, реально участвующих в глобальной конкурентной борьбе.*

Объективно проявляется сильная зависимость отечественного производства от глобализации мировой экономики, конъюнктуры внешних рынков и цен на экспортируемые и импортируемые топливно-энергетические и сырьевые ресурсы.

Среди *внутренних факторов* низкой конкурентоспособности отечественных организаций выделяют:

- Значительный износ основных средств, низкий уровень технологий, что обуславливает высокую затратоемкость производства с преобладанием в структуре издержек материальных затрат;
- ограниченность инвестиционных ресурсов, которая не позволяет эффективно решать проблему обновления основных средств, преодоления технического и технологического отставания производств на основе модернизации, внедрения прогрессивных технологий, современных машин и оборудования;
- низкий инновационный потенциал и организационно-экономические и финансовые возможности его активизации.

В результате этих и подобных причин Республика Беларусь отстает от стран Европейского Союза по производству внутреннего валового продукта на душу населения, инновационных товаров, а также производительности труда, уровню оплаты, условиям и качеству жизни. Главная экономическая цель и задача нашего государства – повышение конкурентоспособности предприятий на основе инновационного развития, модернизации, технико-технологического перевооружения и реструктуризации производства.

Основы системы регулирования и управления конкурентоспособностью организации

Структура *системы регулирования и управления конкурентоспособностью организации* представлена на рис. 1, а подсистемы общей системы управления отражены на рис. 2.

Управление конкурентоспособностью организации есть процесс, а система управления конкурентоспособностью – механизм, который обеспечивает этот процесс. Система управления конкурентоспособностью организации включает пять взаимосвязанных подсистем: 1) подсистему научного сопровождения проблемы повышения конкурентоспособности; 2) целевую подсистему; 3) управляющую и регулируемую; 4) обеспечивающую; 5) управляемую [25; 31].

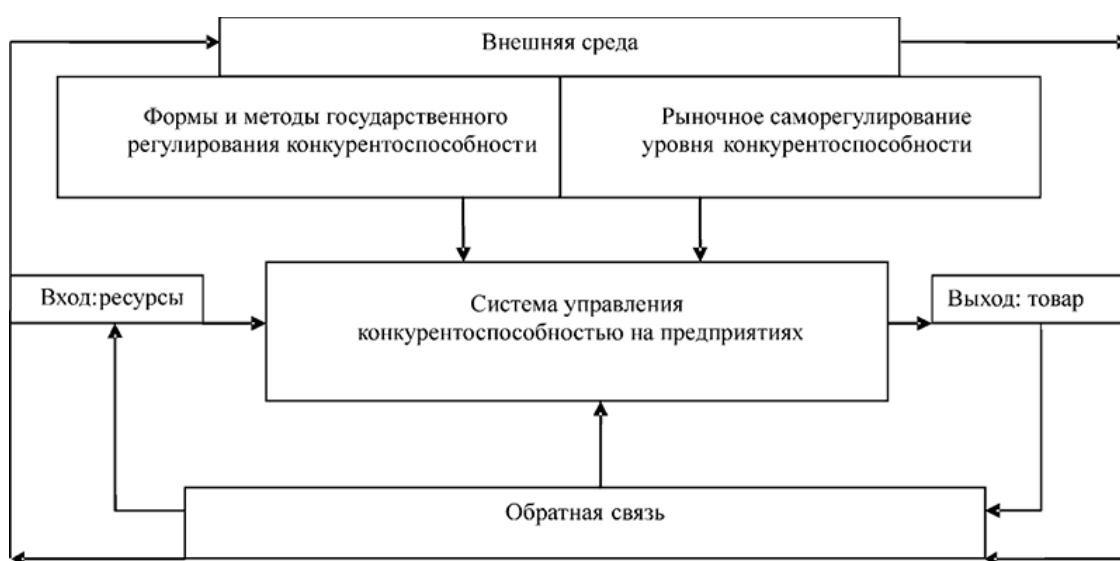


Рис. 1. Структура системы регулирования и управления конкурентоспособностью организации



Рис. 2. Подсистемы общей системы управления конкурентоспособностью предприятия [31]

Рассмотрим содержание подсистем общей системы управления конкурентоспособностью организации. *Подсистема научного сопровождения проблемы управления конкурентоспособностью организации* включает методологические и методические основы, а также научные принципы и методы управления конкурентоспособностью организации. Продуктами подсистемы научного сопровождения системы являются методологические подходы к повышению конкурентоспособности организации; взаимосвязи целей конкурентоспособности организации, его конкурентных преимуществ с целью конкурентоспособности и конкурентных преимуществ национальной экономики, регионов, отрасли, товаров (услуг); взаимосвязи и взаимодействия конкурентоспособности организации, рынка (внутреннего и внешнего), государства и мировой экономики.

Целевая подсистема определяет целеполагание и стратегические цели, направленные на обеспечение конкурентоспособности организации в будущем; осуществляет трансформацию стратегических целей в тактические (оперативные); устанавливает средства достижения стратегических и тактических целей, в качестве которых выступают главным образом ресурсы информационные, трудовые, материальные, нематериальные и финансовые. Продукт целевой подсистемы – стратегия повышения конкурентоспособности организации, согласованная с целями социально-экономического развития страны, конкурентоспособности национальной экономики, регионов и отрасли.

Управляющая и регулирующая подсистема включает задачи, формы, методы и функции внутрипроизводственного управления конкурентоспособностью организации, а также государственного регулирования и создания условий для повышения конкурентоспособности организации; формирования конкурентных преимуществ организации; воспроизводственную, организационную, техническую, технологическую и социальную структуру

управления, ориентированные на достижение стратегических и тактических целей повышения конкурентоспособности организации; бизнес-планы повышения конкурентоспособности и развития организации, его структурных и функциональных компонентов. Продукты подсистемы – прогнозы, планы, структуры, результаты анализа, оценки и стимулирования повышения конкурентоспособности организации.

Обеспечивающая подсистема состоит из информационного, ресурсного, правового и экологического компонентов. Ее цель – обеспечение функционирования организации и повышение конкурентоспособности. Продуктами подсистемы являются научно обоснованные ресурсы (информационные, трудовые, основные и оборотные средства, материальные, нематериальные), эффективное использование которых повышает конкурентоспособность товаров организации на «выходе» из системы.

Управляемая подсистема включает разработку мероприятий (продуктов) по предприятию и структурным подразделениям, направленных на достижение стратегических и тактических целей повышения конкурентоспособности организации на основе расширенного воспроизводства, инновационного развития, реализации ценовой, инвестиционной, маркетинговой и финансовой политики.

Вопросы и задания для самопроверки

1. Определите содержание понятий «конкурентоспособность экономики», «конкурентоспособность организации».
2. Опишите классификацию конкурентоспособности по объектам, субъектам управления, факторам конкурентоспособности и формам рынка.
3. Раскройте конкурентные преимущества организации и товаров (понятие и содержание).
4. Каковы внешние факторы повышения конкурентоспособности национальной экономики?
5. Каковы внутренние причины низкого уровня конкурентоспособности отечественных организаций и товаров?
6. Опишите структуру системы регулирования и управления конкурентоспособностью организации.
7. Дайте характеристику подсистемы общей системы управления конкурентоспособностью организации.

Раздел I. Теоретические основы конкурентоспособности экономики

Глава 1. Экономические законы рыночных отношений и конкурентоспособности

1.1. Закон возвышения потребностей человека

Закон возвышения потребностей человека – это объективный закон, в соответствии с которым происходят процессы увеличения количества видов (номенклатуры и ассортимента) и изменение структуры потребления товаров (услуг). Он отражает динамику и изменение структуры спроса, определяет зависимость конкурентоспособности товаров, прежде всего, от спроса на рынке. В соответствии с данным законом темпы возвышения потребностей на эксклюзивные дорогие товары (услуги) престижного качества выше темпов возвышения потребностей на дешевые товары (услуги) низкого качества, а также потребностей в качественных товарах (услугах), которые реализуются на рынке по средней цене. Темпы возвышения потребностей на качественные товары (услуги), которые реализуются по средней (умеренной) цене выше темпов возвышения потребностей на дешевые товары, но ниже темпов возвышения потребностей на эксклюзивные дорогие товары (услуги) престижного качества.

Механизм закона возвышения потребностей человека представлен на рис. 1.1 [31]. Кривая 1 отражает потребность в эксклюзивных престижных товарах (услугах); кривая 2 иллюстрирует потребность в качественных товарах (услугах) по умеренной цене; кривая 3 показывает потребность в дешевых товарах (услугах). Конкретные зависимости устанавливаются индивидуально для каждой страны по каждой ассортиментной группе товаров и группе населения с учетом их доходов. С повышением конкурентоспособности страны и организаций повышается качество жизни населения, сокращается доля 3-й группы потребностей в пользу 2-й и 1-й групп [31]. В конечном итоге этот закон предопределяет структуру главной целевой функции конкурентоспособности – удовлетворение потребностей рынка.

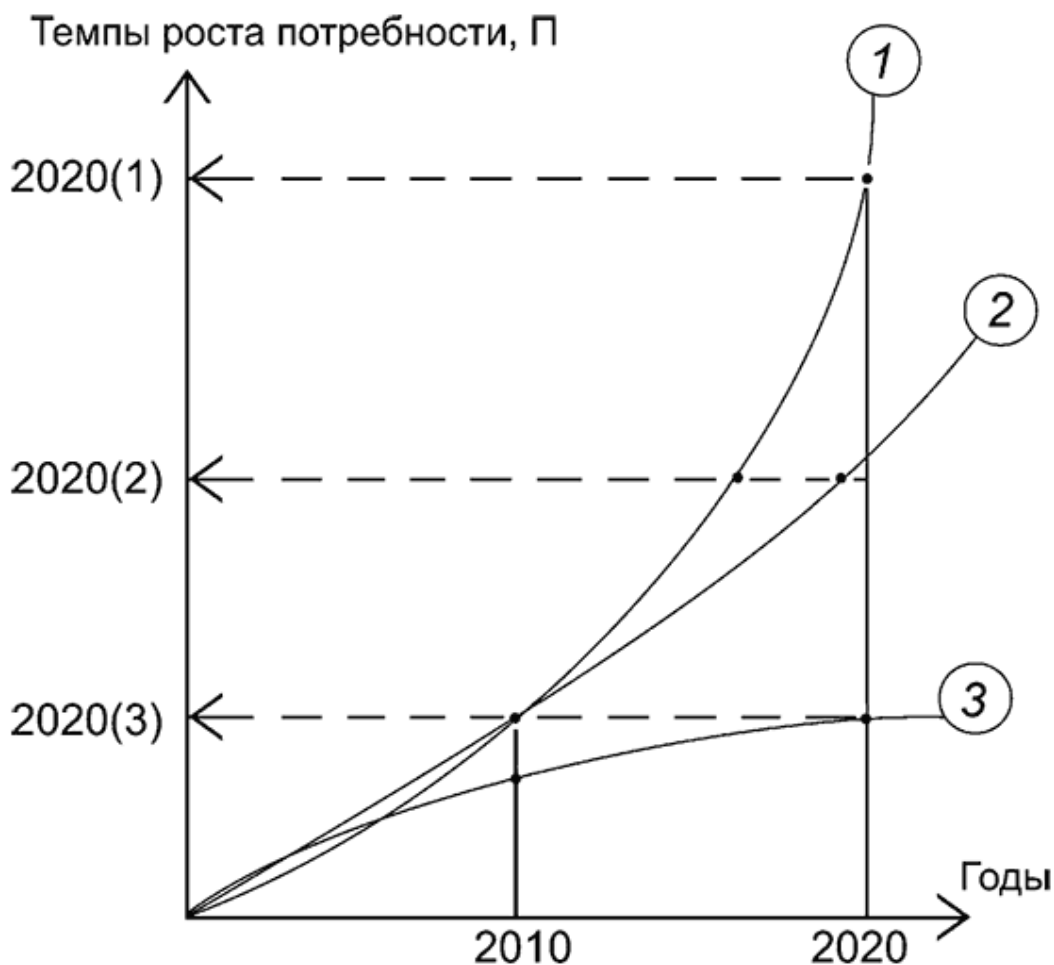


Рис. 1.1. Механизм закона возвышения потребностей человека: 1 — кривая потребности в эксклюзивных престижных товарах (услугах); 2 — кривая потребности в качественных товарах (услугах) по умеренной цене; 3 — кривая потребности в дешевых товарах (услугах)

1.2. Закон взаимодействия спроса и предложения на рынке

Закон взаимодействия спроса и предложения на рынке базируется на законе спроса и законе предложения.

Закон спроса отражает обратную зависимость цены товара и величины покупательского спроса на этот товар (при прочих равных условиях). Закон характеризует: 1) изменение величины спроса на товар с изменением цены (при неизменном качестве);

- 2) повышение величины спроса со снижением цены;
- 3) снижение величины спроса с повышением цены.

Механизм действия закона спроса представлен на рис. 1.2.

Передвижение спроса по кривой ценового спроса (кривая I) с *изменением цены* (при прочих равных условиях) называется *изменением величины (объема) спроса*. Наряду с данным понятием существует понятие «*изменение спроса*», которое отражает сдвиг кривой ценового спроса влево или вправо (кривые II, III) в зависимости от неценовых факторов товаров Б, В, Г, Д, Е.

Неценовыми факторами являются:

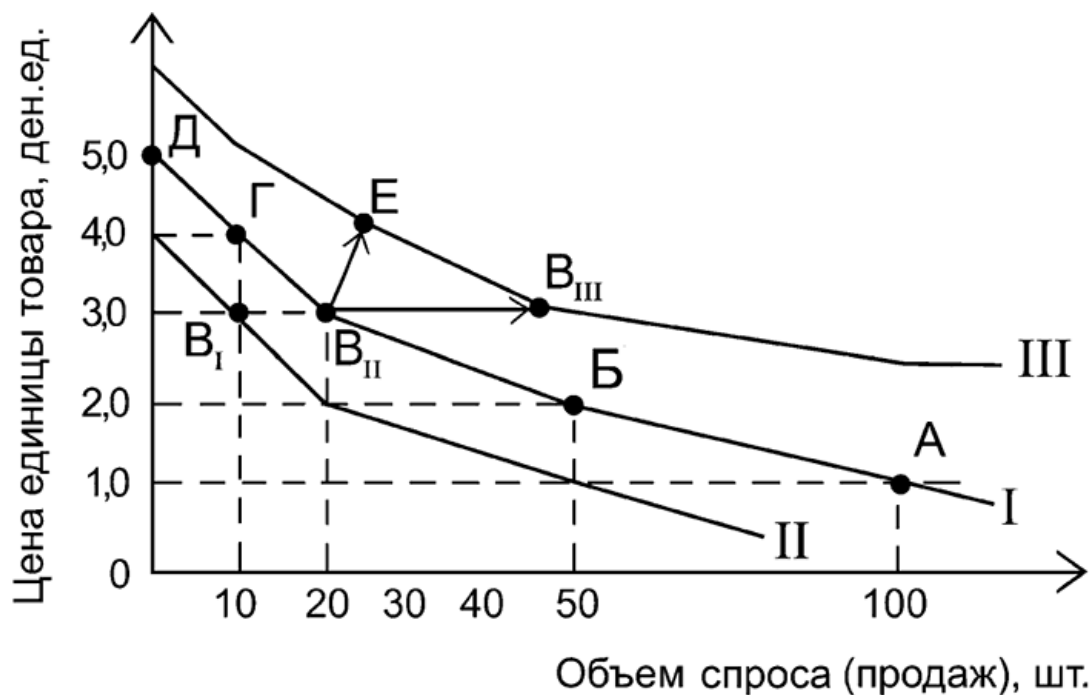


Рис. 1.2. Механизм действия закона спроса: I – кривая ценового спроса; II – кривая пониженного спроса; III – кривая повышенного спроса

- изменение цены взаимозаменяющего товара (например, рост цены на говядину увеличивает спрос на свинину, если цена на нее не изменилась);
- повышение качества товара (рост доходов потребителей обуславливает приобретение товара с улучшенными показателями);
- изменение ожиданий покупателя (например, предстоящее увеличение таможенного сбора ускорит покупку автомобиля);
- повышение качества сервисных услуг;
- снижение эксплуатационных затрат при потреблении товара;
- усиление маркетинговой стратегии и т. д.

Закон предложения отражает прямую зависимость величины предложения от цены товара на рынке (при прочих равных условиях). Рост цен на рынке стимулирует величину предложения, что использует товаропроизводитель, не исчерпавший границу производственных возможностей для увеличения объема производства (если при этом товар имеет спрос на рынке). Данный закон характеризует: 1) изменение величины предложения с изменением цены товара на рынке; 2) повышение величины предложения с повышением цены; 3) снижение величины предложения со снижением цены.

Механизм действия закона предложения показан на рис. 1.3. Кроме *изменения величины предложения* под влиянием цен на данный товар (при прочих равных условиях) *предложение изменяется* под влиянием неценовых факторов, т. е. происходит сдвиг кривой ценового предложения товара с точек Б, В, Г, Д вправо на кривую III или влево на кривую II.

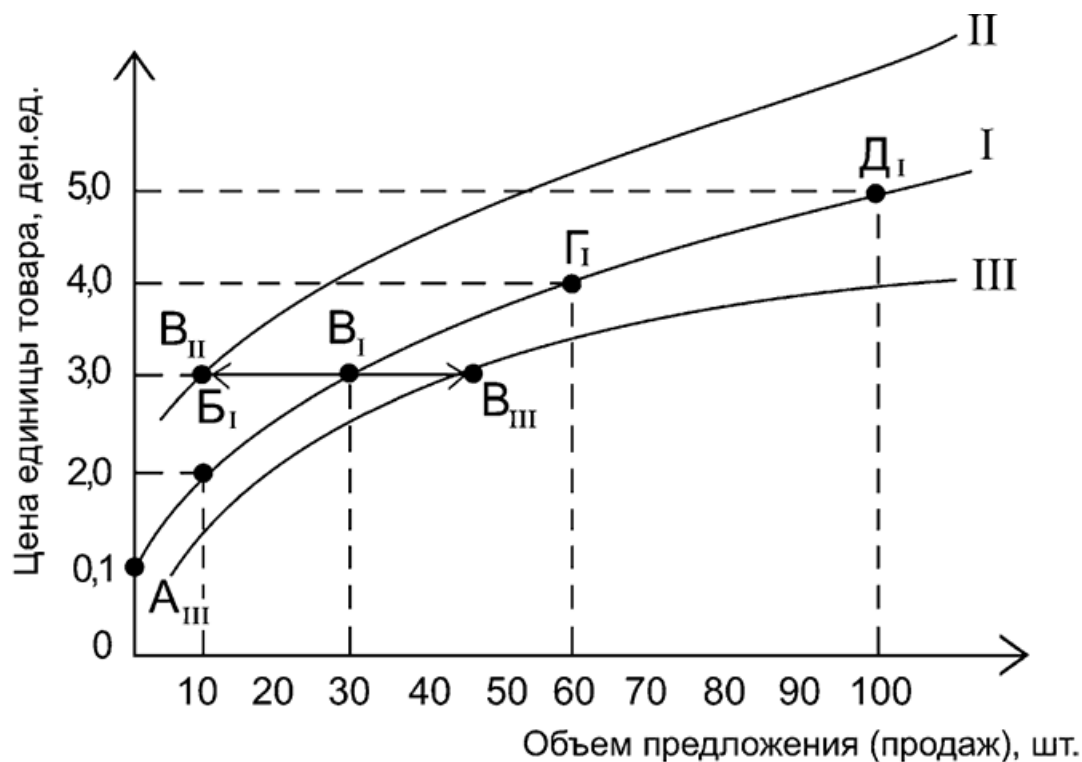


Рис. 1.3. Зависимость предложения и цены (механизм действия закона предложения): I – кривая ценового предложения; II – кривая пониженного предложения; III – кривая повышенного предложения

Неценовыми факторами изменения предложения являются:

- изменение технологии (более эффективные технологии позволяют продавать больше товаров, если их цена стабильная на рынке);
- колебание цен на ресурсы;
- изменение цен на другие товары, которые могут «сбить» предложение на традиционный товар;
- ожидание перемен (например, ожидание более низких цен может стимулировать изменение предложения и переход к производству других товаров и прежде всего новых).

Предложение товара на рынке повышается и перемещается вправо с кривой I на кривую III (кривая повышенного предложения) под влиянием следующих факторов:

- снижение стоимости рабочей силы и других ресурсов;
- повышение качества товара;
- повышение качества сервиса реализуемого товара.

Предложение на товар снижается, перемещается влево с кривой I на кривую II (кривая пониженного спроса) под влиянием факторов:

- повышение стоимости рабочей силы;
- рост цен на ресурсы (например, энерготопливные);
- рост налоговых и кредитных ставок;
- снижение спроса на товары.

Закон взаимодействия спроса и предложения при совершенной конкуренции определяет стремление кривых предложения и спроса к точке их равновесия (рис. 1.4).

Кривая предложения показывает, что с ростом цены фирмы стремятся увеличить производство в надежде на продажу производимого товара. Но высокая цена продукта может

привлечь на рынок новых товаропроизводителей, конкуренция повысится, цены упадут и надежда увеличить объем производства будет экономически неоправдана.

Кривая спроса показывает, что если цена на рынке снижается, потребитель предпочитает приобретать большее количество искомого товара, отказавшись от покупки товара-заменителя.

Когда планы продавцов и покупателей совпадают, рынок находится в равновесии – две кривые (спроса и предложения) пересекаются. Точка пересечения (С) позволяет определить *равновесную цену* (P_2) и *оптимальный объем продаж* ($V_{p,оп}$). В точке равновесия нет ни дефицита (избыточного спроса), ни избыточного предложения, а значит, нет давления на цену. При избыточном спросе продавцы могут ее увеличить, понимая, что в данной ситуации покупатели заплатят больше. Рост цен, в свою очередь, вызовет увеличение предложения и «ущемит» спрос. В результате покупатели будут вынуждены «урезать» свое потребление, и в целом произойдет движение товара с точек А, В, Д, Е к точке равновесия. При избытке величины предложения товара по данной цене происходит превышение его объема над спросом, растут товарные запасы товаропроизводителей. Поэтому товаропроизводители сократят выпуск товара или снизят цены, или постепенно сделают то и другое. В итоге величина предложения упадет, а величина спроса возрастет. Рынок возвратится в состояние равновесия.

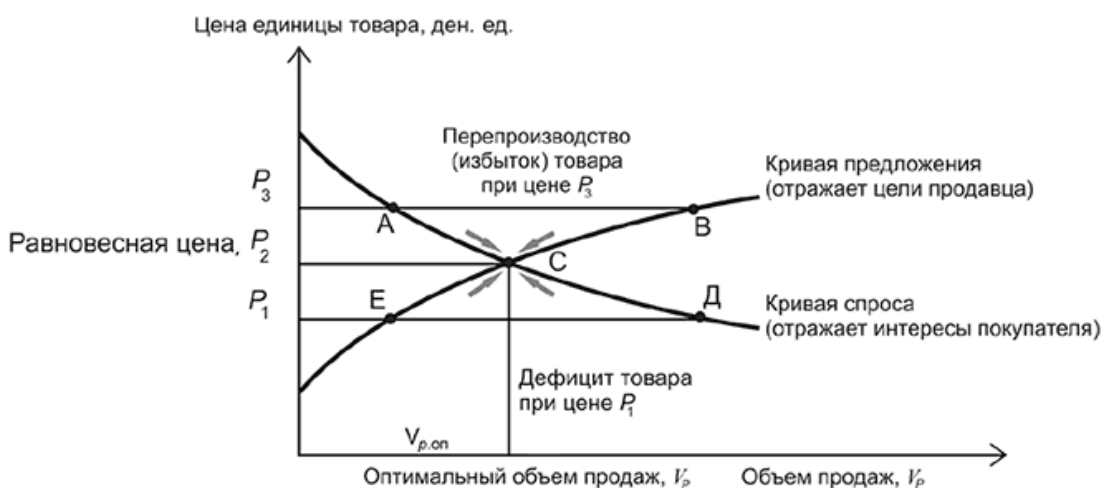


Рис. 1.4. Взаимодействие спроса и предложения

Степень изменения спроса или предложения при изменении цены определяется показателями эластичности (зависимости). Так, эластичность спроса по цене равна отношению изменения величины спроса (%) к изменению цены товара (%). Если спрос на товар эластичный, т. е. величина спроса (%) растет по отношению к изменению цены (%), то уменьшение цены на товар увеличит общий доход. Если спрос неэластичный, т. е. величина спроса (%) уменьшается по отношению к изменению цены (%), то по мере падения цены общий доход уменьшится, а при увеличении цены товара увеличится.

1.3. Закон убывающей предельной доходности инвестиций

Общеизвестно, что увеличение капитала на основе инвестиций приводит к повышению производительности труда и темпов экономического роста. Но как долго может сохраняться эта тенденция у организации? Теория производства утверждает, что одной из основных характеристик инвестиций является их *убывающая предельная доходность*.

Это означает, что равные добавочные вложения капитала приводят к снижению прироста выпуска продукции. Другими словами, если на одного рабочего приходится определенное количество капитала, позволяющее производить некоторый объем продукции, то дальнейшее его наращивание (при неизменности всех других видов затрат) может привести к точке, за пределами которой будет наблюдаться убывающая предельная доходность инвестиций, относительное уменьшение результатов труда, снижение темпов роста рентабельности капитала.

Закон убывающей предельной доходности инвестиций показывает: 1) получение каждой последующей единицы дохода требует увеличения инвестиций; 2) при повышении конкуренции приращение каждой последующей доли рынка вызывает затраты большие, чем приращение рынка на такую же долю в предыдущем периоде; 3) аналогичные приращения инвестиций дают убывающую предельную доходность; 4) если в динамике рост дохода от инвестиций меньше затрат, т. е. их соотношение составит меньше единицы, необходимо прекратить инвестирование в данный проект. Схема действия закона убывающей предельной доходности показана на рис. 1.5 (цифры условные).

На линии «Доход» видно, что от первых двух единиц инвестиционных затрат (прямая «Затраты инвестиционные») получено 4 ед. дохода, вторые две единицы дополнительных затрат принесли 2 ед. дохода, третьи – 0,4, четвертые – 0,2 ед. В сумме восемь единиц затрат позволили получить 6,6 ед. дохода ($4,0 + 2,0 + 0,4 + 0,2$), т. е. суммарный доход меньше суммарных затрат. При шести единицах инвестиций доход составит 6,4 ед., т. е. доход будет еще выше затрат. Поэтому осуществление инвестиций в данный проект в сумме более шести денежных единиц является неэффективным.

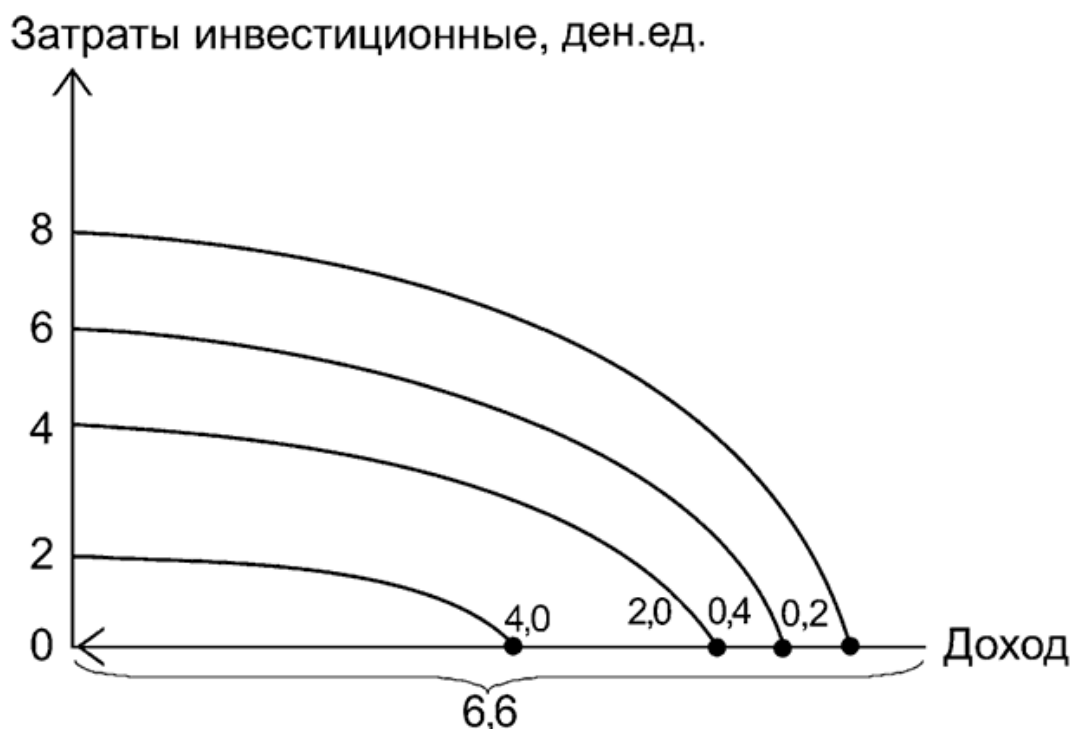


Рис. 1.5. Механизм действия закона убывающей предельной доходности инвестиций

Для того чтобы ослабить отрицательные последствия закона убывающей предельной доходности инвестиций, следует добиваться в процессе инвестирования упреждающего адекватного изменения других факторов производства и прежде всего обеспечения производства высококвалифицированными кадрами, постоянного повышения их квалифи-

кации; совершенствовать методы прогнозирования и методики дисконтирования доходов (особенно в части установления дисконтной ставки в зависимости от прогнозируемой инфляции); а скорее всего, искать другие направления инвестиционных вложений (повышение качества продукции, внедрение новой технологии, освоение нового рынка и т. д.).

1.4. Законы возрастания предельных издержек и убывающей предельной полезности

Предельные издержки – это дополнительные издержки, связанные с увеличением выпуска продукции на одну единицу.

Закон возрастания предельных (маржинальных) издержек гласит, что по мере увеличения производства предельные издержки на производство каждой новой единицы продукта возрастают.

Для контроля влияния предельных издержек на конкурентоспособность продукции следует использовать правило соотношений предельных и средних издержек. Согласно этому правилу предельные издержки должны равняться средним издержкам в том случае, когда величина средних издержек достигает своего минимума.

Если же предельные издержки производства меньше средних, то производство следующей единицы продукции понизит средние издержки, т. е. будет «работать» на повышение конкурентоспособности продукции. Если же издержки на эту следующую единицу продукции выше средних, то ее производство повысит уровень средних издержек. Данные выводы справедливы и при оценке соотношения предельных издержек и средними полными издержками. Для упрощения понимания и использования выводов на практике приведем формулы расчета показателей, характеризующих предельные издержки:

$$\begin{aligned} & \text{Предельные издержки} = \\ & = \frac{\text{Изменения в полных переменных издержках}}{\text{Изменения в объеме выпуска в натуральном измерении}}. \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} & \text{Средние постоянные издержки} = \\ & = \frac{\text{Полные постоянные издержки}}{\text{Объем выпуска в натуральном выражении}}. \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} & \text{Средние полные издержки} = \\ & = \frac{\text{Полные издержки}}{\text{Объем выпуска в натуральном выражении}}. \end{aligned}$$

Закон убывающей предельной полезности показывает, что по мере того как потребитель увеличивает потребление товара (услуги), предельная полезность каждой дополнительной единицы товара (услуги) сокращается. При этом *полезность* – это то удовлетворение, которое получают люди от потребления товаров (услуг). *Предельная полезность* – величина

добавочной, дополнительной полезности (удовлетворения), которую получает потребитель от прироста величины потребления, равного единице некоторого блага при прочих равных условиях.

В процессе управления конкурентоспособностью товаропроизводитель должен знать не только о потребительском равновесии, которое определяется бюджетом потребителя, но и о потребительском выборе. *Потребительское равновесие* – ситуация, в которой потребитель не может увеличить общую полезность, получаемую исходя из данного бюджета, расходуя меньше денег на покупку одного блага и больше на покупку другого.

Потребительское равновесие достигается, когда предельная полезность, получаемая потребителем в расчете на каждую единицу стоимости одного блага, становится равной предельной полезности, получаемой в расчете на каждую единицу стоимости другого блага. Иначе это можно сформулировать так: в ситуации потребительского равновесия отношение предельной полезности блага к его цене должно быть одинаковым для всех благ. Обладая потребительским выбором, покупатель зачастую приобретает не предлагаемый товар, а товар-заменитель, что усложняет проблему конкурентоспособности традиционного товара.

1.5. Закон экономической взаимосвязи затрат на производство и потребление товара

Механизм действия *закона экономической взаимосвязи затрат на производство и потребление товара* показан на рис. 1.6. Закон определяет: 1) возрастание затрат на единицу продукции (удельных затрат) в сфере производства по мере повышения качества производимого товара; 2) снижение удельных затрат в сфере потребления при повышении качества приобретенного товара; 3) оптимальный уровень качества товара, который находится в точке пересечения графика возрастающих удельных затрат в сфере производства и графика снижающихся удельных затрат в сфере потребления; 4) суммарные оптимальные удельные затраты, соответствующие сумме удельных затрат в сфере производства и в сфере потребления в точке их пересечения (точка 0). Таким образом, точка пересечения графиков двух видов затрат есть *критерий конкурентоспособности товара по затратам для организации*. Этот закон в целях повышения конкурентоспособности товаров требует от производителя снижения удельных затрат как в сфере производства, так и в сфере потребления, что связано с необходимостью совершенствования управления, структуры организации и производства, техники и технологии.

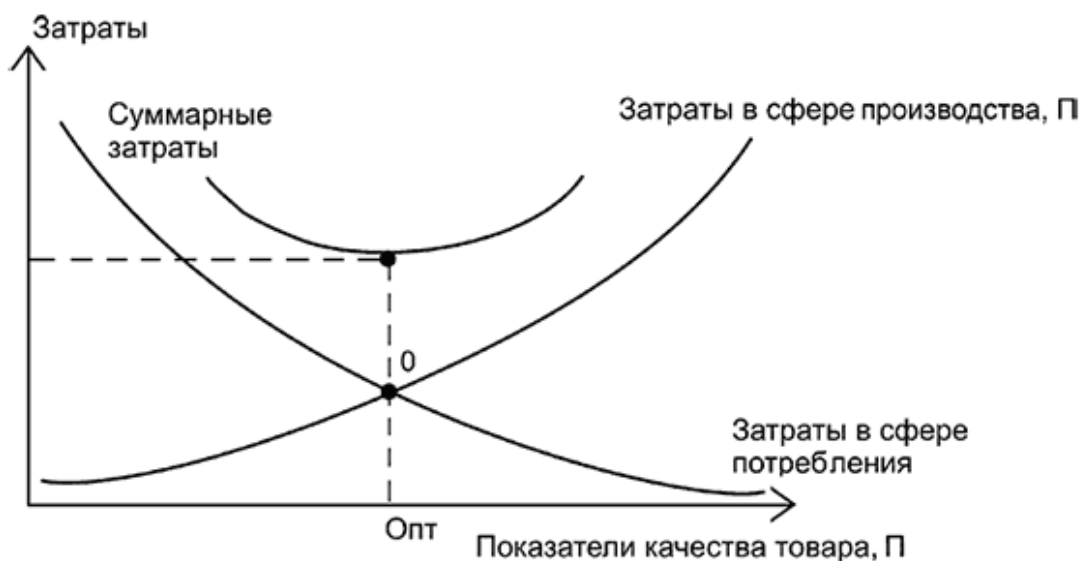


Рис. 1.6. Механизм действия закона экономической взаимосвязи затрат на производство и потребление товара

Если суммарные удельные затраты в сфере потребления и в сфере производства выше, чем у конкурента, то причины этого нужно искать в сложности конструкции изделия, а также в факторах обеспечения конкурентоспособности на всех стадиях жизненного цикла товара. При этом к стадиям жизненного цикла товара относят: конструкторскую и организационно-технологическую подготовку производства; собственно производство, подготовку изделия к его функционированию в сфере потребления; собственно эксплуатацию; техническое обслуживание и ремонт изделия; утилизацию изделия после отработки его ресурса. На всех стадиях жизненного цикла товара *суммарные удельные затраты должны быть ниже, чем у конкурентов.*

1.6. Закон эффекта масштаба производства. Закон эффекта знаний и опыта. Закон экономии времени

Закон эффекта масштаба производства показывает: с увеличением выпуска продукции уменьшаются следующие расходы на единицу продукции: 1) условно-постоянные; 2) сумма переменных и условно-постоянных; 3) выпуск продукции при увеличении доли рынка можно увеличить путем повышения качества продукции и сервиса реализованного товара, а также выполнения комплекса работ по унификации и агрегированию производства однородной продукции. Таким образом, проявление закона эффекта масштаба производства «работает» на повышение конкурентоспособности товаров предприятий.

В соответствии с **законом эффекта знаний и опыта** накопленные знания и опыт работников определяют их квалификацией, освоением передовых приемов и методов труда, которые сокращают время на производство единицы продукции, обеспечивают рост производительности труда и конкурентоспособности производимых товаров.

Закон эффекта знаний и опыта предполагает:

- экономию времени при выполнении очередной единицы продукции;
- повышение качества продукции путем приобретения работниками рациональных приемов и методов труда;
- увеличение объемов производства за счет перевыполнения норм времени (эффект «вработываемости»).

Закон эффекта знаний и опыта помогает понять как возникает конкурентное преимущество, базирующееся на разнице издержек на единицу продукции у предприятий, действующих на одном и том же рынке и пользующихся теми же средствами производства.

Стратегически правильное использование закона эффекта знаний и опыта позволяет получить следующие преимущества над конкурентами:

- низкие издержки организации, выпустившей наибольшее количество продукции;
- расширение производства (при этом увеличение объема производства подразумевает и рост доли рынка);
- эффективный путь завоевания доли организации на рынке (который состоит в установлении цены проникновения, т. е. фиксации цены на уровне, предугадывающем ее будущие снижения).

Стратегия организации, базирующаяся на законе эффекта знаний и опыта, ориентирует ее на агрессивную коммерческую политику в отношении цены продаж.

Закон экономии времени предполагает: 1) экономию суммы прошлого и живого труда на единицу продукции в традиционном понимании; 2) экономию суммы прошлого, живого и *будущего труда* (который потребуется затратить для получения от товара полезного эффекта в процессе потребления) на единицу продукции в современном понимании; 3) снижение себестоимости продукции на единицу потребительской стоимости.

Закон экономии времени (в современном понимании) можно представить в следующем виде:

$$З_{п. тр} + З_{ж. тр} + З_{б. тр} / Э_{сум. пол} \rightarrow \min,$$

где $З$ – затраты прошлого (овеществленного) труда на производство товара; $З_{ж. тр}$ – затраты живого труда (в стоимостном выражении – заработная плата всех работников, приходящаяся на данный товар на данной стадии его жизненного цикла, плюс прибыль, полученная на этой стадии); $З_{б. тр}$ – затраты будущего труда, которые будут осуществляться в будущие периоды при потреблении (эксплуатации) товара; $Э_{п. сум}$ – суммарный (за нормативный срок службы) полезный эффект от использования товара у потребителя.

Сумма прошлого, живого и будущего труда – это совокупные затраты труда за жизненный цикл товара. Доля каждого вида труда в совокупном труде изменяется в динамике. Например, перед началом маркетинговых исследований совокупный труд равен будущему. После окончательной утилизации товара, наоборот, весь совокупный труд равен прошлому труду, т. е. в будущем уже не надо будет нести по данному товару какие-либо затраты. Будущий труд при наступлении соответствующей стадии также раскладывается на прошлый и живой труд. В связи с этим в условиях ужесточения конкуренции в будущем важно отечественным товаропроизводителям правильно расставить приоритеты, в числе которых выделить повышение качества, снижение себестоимости продукции; экономию ресурсов у потребителя путем повышения затрат на маркетинг, научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР), инвестиции при отсутствии снижения их эффективности [31].

Закон экономии времени утверждает, что на конкурентоспособность товара значительное влияние оказывают три фактора: себестоимость, качество продукции и затраты у потребителя. Чтобы повышать качество и снижать затраты на производство и эксплуатацию товара, нужно применять современные методы управления, технологии, научные подходы и методы анализа, прогнозирования, моделирования, планирования и оптимизации.

1.7. Закон конкуренции

Закон конкуренции определяет объективный процесс постоянного повышения качества продукции (услуг), снижения их удельной цены (отношение цены к полезному эффекту)

у потребителя. В соответствии с законом происходит «вымывание» некачественной и одновременно дорогой продукции с рынка и «выталкивание» товаропроизводителей, удерживающих высокую удельную цену.

Механизм действия закона конкуренции показан на рис. 1.7. Допустим, что однородную продукцию (1-я модель товара) выпускают шесть фирм. Сравним продукцию фирм по показателю удельной цены ($C_{уд}$) (отношение цены к полезному эффекту, отражающему отдачу потребительских свойств продукции у потребителя).

Первое время отстающей фирмой является фирма 1, имеющая самую высокую удельную цену, однако фирма 1 разрабатывает стратегию снижения цены и переходит во 2-ю модель продукции (с лучшим показателем удельной цены). Аналогично поступают фирмы 2, 3, 4, 6. Фирма 5 не успела освоить новую модель товара, а старую потребители перестали покупать. Фирма обанкротилась. Ее место на рынке заняла некая фирма, имеющая конкурентоспособную продукцию.

Таким образом постоянно идет процесс «вымывания» с рынка некачественной и одновременно дорогой продукции. При этом никто никого не заставляет повышать качество продукции. Это делает угроза банкротства [31].

Закон конкуренции в условиях монопольного рынка может действовать только при наличии и использовании антимонопольного законодательства. Это законодательство регламентирует нормы, ограничивающие монополистическую деятельность, контролирует принципы ведения конкурентной борьбы на рынке, утверждает полномочия государственных органов по надзору за соблюдением соответствующих правовых норм и установленных законодательно цен.

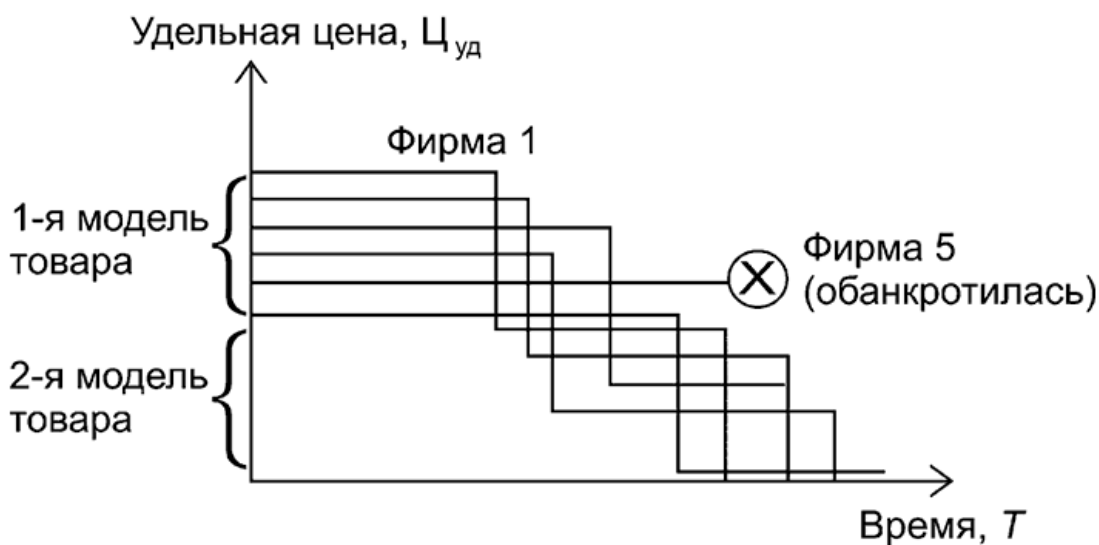


Рис. 1.7. Механизм действия закона конкуренции

Допустим, законодательство ограничивает действия предприятий следующим образом: доля одного изготовителя – не более 35 % общего объема внутреннего рынка данной продукции, доля двух изготовителей – 45 %, трех – 55 %. Прибыль организации, полученная сверх установленного норматива (допустим 30 %) идет в бюджет.

1.8. Закон развития организации

Закон развития организации предполагает ее стремление достичь наибольшего суммарного потенциала (капитала) и эффективности при прохождении всех этапов жизненного цикла.

Различают эволюционную и революционную формы развития организации.

При *эволюционной форме* фирма связана с постепенными количественными и качественными изменениями.

Для *революционной формы* характерен скачкообразный переход от одного состояния системы к другому.

Выделяют прогрессивное и регрессивное развитие организации.

Прогрессивное развитие – это переход от низшего развития к высшему, от менее совершенного состояния к более совершенному.

Регрессивное развитие – это деградация, понижение уровня знаний персонала и экономических отношений, переход к изжившим себя или пройденным формам и структурам организации.

Закон развития организации опирается на следующие *принципы*:

- инерции в реагировании организации (принципы запаздывания) на изменения во внутренней и внешней среде, т. е. проявление традиций и стереотипов мышления;
- эластичности, который проявляется в том, что скорость изменения потенциала организации зависит от самого потенциала;
- непрерывности процесса постоянного изменения потенциала организации;
- пропорциональности, который достигается за счет ликвидации узких мест;
- стабилизации развития, который предполагает стабильную эффективность использования трудовых, материальных, нематериальных, информационных и финансовых ресурсов организации.

Развитие организации обусловлено нижеперечисленными факторами:

- изменениями во внешней среде (макро-, мезо-, микросреде) и в глобальной мировой системе;
- изменениями во внутренней структуре организации вызванными изменением требований внешней среды, параметров «перехода» организации на новую организационную структуру, новую технологию;
- формами и методами обеспечения расширенного воспроизводства;
- изменением в системе мотивации работников;
- изменениями в профессионально-квалификационной структуре работников.

Факторы увеличения эластичности (адаптации) организации к внешней среде:

- увеличение доли персонала с широким профилем подготовки;
- универсализация производства;
- интегрированные организационные структуры;
- интегрированные автоматизированные системы управления;
- развитие унификации и стандартизации изделий и элементов производства;
- адаптивность системы мотивации труда.

Факторы уменьшения эластичности (адаптации) организации:

- отставание образовательного уровня персонала от современных требований, увеличение доли работников узкой специализации;
- приверженность к сложившейся специализации производства;
- низкий уровень управления;
- снижение уровня унификации и стандартизации различных элементов производства;

- низкий уровень мотивации труда.

Реализация закона развития организации на практике может иметь три варианта.

Первый вариант: руководитель и подчиненные ничего не знают о законе развития. Тогда проявляется *результат стихийного действия закона*, происходит, например, процесс бессистемного наращивания потенциала, что снижает маневренность организации и не позволяет ему выйти на этап интенсивного роста.

Второй вариант: руководитель знает о законе, а его подчиненные нет. Тогда основу деятельности руководителя будет составлять бизнес-план, в рамках которого разрабатывается экономное ресурсное обеспечение по этапам жизненного цикла продукции. При этом запасов материальных ресурсов практически нет. Однако традиционно отсутствие этих запасов будет побуждать неквалифицированный персонал, не знающий проявление закона развития, к мерам по созданию законов. В итоге это будет снижать эффективность производства.

Третий вариант: руководитель и подчиненные знают о законе развития организации и могут управлять в соответствии с требованиями этого закона. В результате будет повышаться производительность труда, снижаться себестоимость продукции, увеличиваться оборачиваемость оборотных средств, а планы поставок сырья, оборудования, комплектующих изделий будут соответствовать потребностям и нормам. При этом организация может существенно уменьшить складские помещения, число обслуживающих их работников и в итоге обеспечить повышение эффективности производства и конкурентоспособности организации.

Вопросы и задания для самопроверки

1. Каковы сущность и механизм проявления закона возвышения потребностей человека?
2. Раскройте механизм действия закона спроса.
3. Опишите механизм действия закона предложения.
4. Раскройте механизм проявления взаимодействия закона предложения и закона спроса.
5. Какова сущность закона убывающей предельной доходности инвестиций?
6. Опишите механизм действия закона экономической взаимосвязи затрат на производство и потребление товара.
7. Какова сущность закона эффекта масштаба производства?
8. В чем проявляется закон эффекта знаний и опыта?
9. Какова сущность современного понимания закона экономии времени?
10. Раскройте механизм действия закона конкуренции.
11. Сформулируйте сущность закона развития организации: принципы и факторы.

Глава 2. Конкуренция как основное условие конкурентоспособности

2.1. Теоретические основы конкуренции

Впервые теорию конкуренции обобщил в 1776 г. шотландский экономист и философ *Адам Смит*. Он проделал следующее:

1) сформулировал понятие конкуренции как *соперничество*, дефицит предложения приводит к повышению цены и уменьшению цены при его избытке;

2) сформулировал главный принцип конкуренции – *принцип «невидимой руки»*, вынуждающий предпринимателей действовать в соответствии с неким «идеальным» планом развития экономики, основанным на совпадении спроса и предложения;

3) обосновал механизм конкуренции, который *объективно уравнивает отраслевую норму прибыли*, приводит к оптимальному распределению ресурсов между отраслями;

4) определил *основные условия эффективной конкуренции*: наличие большого количества продавцов и покупателей, исчерпывающая информация, мобильность используемых ресурсов, невозможность каждого продавца оказывать существенное влияние на изменение рыночной цены товара (при сохранении его качества);

5) предложил *модель усиления и развития конкуренции*, которая предполагает наилучшее использование ресурсов в производстве и максимальное удовлетворение потребностей [31].

Определить, что такое конкуренция, пытались многие экономисты.

К. Р. Макконнелл и *С. Л. Брю* считают, что конкуренция – это наличие на рынке большого числа независимых покупателей и продавцов, возможность для покупателей и продавцов свободно выходить на рынок и покидать его.

Й. Шумпетер формулирует понятие конкуренции как соперничество старого с новым, с инновациями.

Фридрих А. фон Хайек отмечает, что конкуренция – процесс, посредством которого люди получают и передают знания. Конкуренция ведет к лучшему использованию способностей и знаний, к инновациям.

М. Портер пишет, что конкуренция – динамичный и развивающийся процесс появления новых товаров, новых путей маркетинга, новых производственных процессов и новых рыночных сегментов.

А. Ю. Юданов утверждает, что рыночная конкуренция – это борьба фирм за ограниченный платежеспособный спрос потребителей.

По *Р. А. Фатхутдинову*, конкуренция – это процесс управления субъектом своими конкурентными преимуществами на конкретном рынке для одержания победы в борьбе с конкурентами за удовлетворение потребностей в рамках законодательства.

Таким образом, можно выделить три трактовки понятия конкуренции: поведенческую, структурную, функциональную.

Поведенческая трактовка называет конкуренцией борьбу за деньги покупателя путем удовлетворения его потребностей.

Структурная трактовка основана на анализе структуры рынка (подобный анализ помогает определить степень свободы продавца и покупателя на рынке и способ выхода с рынка).

Функциональная трактовка рассматривает конкуренцию как соперничество старого с новым (с инновациями).

Конкуренция как процесс классифицируется по различным признакам.

1. По степени интенсивности:

- на привлекательную (когда в данном сегменте рынка товаропроизводитель получает большую прибыль, чем в предыдущем);
- умеренную (когда действия товаропроизводителя поддерживают конкурентную среду в данном сегменте рынка);
- ожесточенную для конкурента (когда товаропроизводитель поглощает, уничтожает либо вытесняет конкурента из данного сегмента);
- ожесточенную для товаропроизводителя (когда конкурент поглощает, уничтожает либо изгоняет товаропроизводителя из данного сегмента).

2. По форме:

- на предметную (между товарами ассортиментной группы, удовлетворяющими одну и ту же потребность);
- функциональную (между товарами-заменителями).

3. В зависимости от используемого метода увеличения конкурентоспособности:

- повышение качества товара (неценовая конкуренция);
- повышение качества сервиса товаров у потребителей;
- снижение цены (ценовая);
- снижение эксплуатационных затрат у потребителя товара;
- использование динамичных факторов, характеризующих качество процессов управления (факторов времени, синергичности, адаптивности, организованности);
- использование нескольких методов конкуренции (интегральный).

Конкуренция может осуществляться на следующих уровнях:

- на уровне организации (между отделами, цехами);
- отраслевым (между организациями отрасли);
- региональном (между районами, городами региона);
- национальном (в стране);
- межнациональном (в нескольких странах);
- глобальном (в мировом масштабе без конкретно определенных стран).

Факторы, влияющие на конкурентную борьбу:

- размер рынка;
- темпы роста рынка;
- препятствия для входа на рынок или выхода из него, которые защищают позицию организации и препятствуют проникновению на рынок неконкурентоспособных новичков;
- цена;
- уровень стандартизации товаров;
- вертикальная интеграция (размер капитала приводит к различиям в затратах на производство);
- экономия масштаба (увеличивает долю рынка, необходимую для достижения конкурентоспособности товара);
- быстрое обновление ассортимента выпускаемой продукции.

Конкуренция организаций на рынке усиливается:

- если увеличивается их количество;
- крупные фирмы присоединяют другую фирму и принимают решительные меры по выводу ее в лидеры;
- спрос на товар растет медленно (происходит борьба за спрос);
- увеличение объема продаж сопровождается снижением цены;
- затраты покупателей при переходе с потребления одного товара на другие являются небольшими;

- фирма (фирмы) не удовлетворены своей долей рынка;
- успешные стратегические решения конкурента приводят к росту прибыли;
- барьеры при входе на рынок и выходе из него высокие и это вызывает необходимость роста затрат.

2.2. Конкуренция при различных типах конкурентного рынка

Рынок – это экономические отношения, связанные с обменом (куплей-продажей) товаров (услуг), совершаемые в соответствии с экономическими, этическими и правовыми нормами (правилами), в результате которых формируются спрос, предложение, цена и тип конкуренции.

По виду продаваемого продукта в широком смысле выделяют рынки потребительских товаров (услуг), сырья, материалов, средств производства, недвижимости, капитала, рабочей силы, информационного и интеллектуального продукта, инноваций, валюты, ценных бумаг.

По масштабам охвата территории различают мировой, зональные, региональные, страновые рынки, а применительно к каждой стране – внутренние и внешние.

Рынок выполняет следующие *функции*:

- ценообразующую (функция реализуется под воздействием законов спроса и предложения);
- посредническую (налаживаются отношения изготовителя (продавца) и покупателя (потребителя));
- регулирующую (упорядочивает отношения продавца, покупателя и органов власти);
- экономическую (переводит полезность товара в денежное выражение);
- интегрирующую (объединяет (сочетает) технические, экономические, правовые, организационные интересы по всем уровням управления);
- информационную (предоставляет сведения о ценах, качестве, условиях поставок и платежах);
- стимулирующую (побуждает к повышению качества объектов купли-продажи и к всеобщей экономии ресурсов);
- контролирующую (следит за соблюдением правовых и нормативных актов).

Рынок может быть *совершенным* и *несовершенным*. Совершенный рынок в условиях чистой (совершенной) конкуренции предполагает:

- что все товары данного вида объективно однородны по их качеству, внешнему виду и упаковке, а цены их сопоставимы;
- условия конкурентной борьбы одинаковы для всех продавцов и покупателей, т. е. отсутствуют какие-либо предпочтения;
- рынок прозрачен: продавцы и покупатели имеют возможность получения достаточной информации обо всех обстоятельствах ведения сделок (ценах, скидках, качестве товара, условиях поставки и платежах).

Характеристика различных типов рынков в зависимости от формы конкуренций приведена в табл. 2.1, где монополистическая конкуренция, олигополия и монополия относятся к несовершенной конкуренции.

Для оценки силы конкуренции в отрасли применяются различные методики.

1. *Индекс Херфиндаля – Хершмана (ИХХ)* рассчитывается по формуле где D_i – доля на рынке i -й фирмы, %.

$$ИХХ = \sum d_i^2,$$

Если на рынке функционирует один монополист и доля его на рынке равна 100 %, то $ИХХ = 100^2 = 10\,000$. Безопасный с точки зрения монополизации, рынок предполагает наличие на рынке десяти и более конкурирующих фирм. Причем доля одной крупнейшей из них не может превышать 31 %, двух крупнейших – 44, трех – 54 и четырех – 63 %.

2. *Обобщающий показатель интенсивности конкуренции* (U_k), который используется при большом количестве факторов конкурентной борьбы. Показатель определяется по формуле [31]

$$U_k = \sqrt[3]{U_p U_d U_t}, \quad 0 \leq U_k \leq 1 \rightarrow \min,$$

где U_p – показатель интенсивности конкуренции, учитывающий рентабельность рынка; U_d – показатель интенсивности конкуренции, учитывающий доли конкурентов на данном рынке; U_t – показатель интенсивности конкуренции, учитывающий темпы роста объема продаж.

Рассмотрим в данной формуле состав показателей:

1) состав показателя U_p :

$$U_p = 1 - R_p,$$

где R – рентабельность рынка, доли единицы $R = \Pi / Vp$; Π – прибыль от реализации товаров на рынке, ден. ед.; V – объем реализации на рынке, ден. ед.;

Таблица 2.1. Характеристика различных типов рынков [31]

Параметры (признаки рынка)	Типы рынков в зависимости от формы конкуренции			
	Совершенная конкуренция	Несовершенная конкуренция		
		Монополистическая конкуренция	Олигополия	Монополия
Количество продавцов (производителей)	Большое	Большое, но товар каждого из них имеет существенные отличия от других товаров	Малое (2–8)	Один продавец (производитель)
Количество покупателей	Большое	Большое	Два и более	Один или несколько
Натиск (сила) конкуренции	Очень сильный	Сильный	Слабый	Отсутствует
Доля на рынке	Малая	Малая	Большая	Весь рынок
Доступ к рынку	Открыт	Затруднен	Затруднен	Блокирован
Объем продаж определяется:	Конкурентоспособностью и спросом на товар	Конкурентоспособностью и сговором участников	Конкурентоспособностью и сговором участников	Спросом
Политика ценообразования и установление цен определяется	На основе законов спроса и предложения	На основе спроса и конкурентоспособности	На основе спроса и конкурентоспособности	Производителем (продавцом)
Роль качества товара в формировании конкуренции на рынке	Очень высокая	Очень высокая	Высокая	Определяется ситуацией
Роль рекламы в продвижении товара на рынок	Высокая	Высокая	Очень высокая	Определяется ситуацией
Норма прибыли производителя (ориентировочно)	Незначительная	≈ 2–8%	≈ 8–20%	Более 20%
Эффективность использования ресурсов	Очень высокая	Высокая	Средняя	Низкая

2) состав показателя U_d :

$$U_d = 1 - \sqrt[n]{(1/n) \sum (D_i - 1/n)^2},$$

где η – количество конкурирующих фирм на данном рынке товара (услуг); D_i – доля i -го конкурента на рынке, доля единицы;

3) состав показателя U_T :

$$U_T = (140 - T_p) / 70,$$

где 140 и 70 – предельные значения годовых темпов роста (снижения) объемов продаж, %; T_p – годовой темп роста объема продаж на рассматриваемом товарном рынке без учета инфляции, %.

Расчет силы конкуренции на конкретном товарном рынке позволяет антимонопольным ведомствам регулировать конкуренцию и таким образом повышать эффективность общественного производства.

2.3. Выбор стратегии развития организации в зависимости от формы конкуренции на рынках

Следует различать рынки продавцов и рынки покупателей.

Традиционная экономическая наука выделяет *типы рынков продавцов* в зависимости от формы конкуренции:

- 1) совершенная конкуренция;
- 2) монополистическая;
- 3) олигополия;
- 4) монополия.

Существуют *типы рынков покупателей* в зависимости от формы конкуренции:

- 1) полипсония (на рынке много покупателей);
- 2) олигопсония (несколько покупателей);
- 3) монопсония (один покупатель).

На практике стратегии поведения продавцов и покупателей, при прочих равных условиях, определяются конкретным типом рынка.

При формулировании стратегии поведения изготовителя (продавца) в зависимости от силы конкуренции на рынках необходимо владеть следующими понятиями:

- «*адаптация*» – приспособление организации к изменяющимся внешним условиям;
- «*диверсификация производства*» – переход организации к многопрофильному производству на основе расширения ассортимента, освоения новых видов производства продукции с целью формирования новых конкурентных преимуществ;
- «*дифференциация*» – расчленение, разделение системы организации (технической, социально-экономической, производственной) на более мелкие или самостоятельные компоненты с целью более эффективного управления;
- «*интеграция*» – углубление, усиление взаимодействия, взаимосвязей и сотрудничества субъектов хозяйствования с целью более полного использования каждым субъектом своих конкурентных преимуществ и получения синергического эффекта для субъекта хозяйствования;

– «*инновация*» – конечный результат внедрения новшества в любой области деятельности (патенты, лицензии, ноу-хау, новые модели, новые товары, новые технологии, новые методы управления, а также новые программы). Эти новшества являются конкурентными преимуществами и обеспечивают получение экономического, научно-технического, экологического, коммерческого или социального эффекта;

– «*концентрация*» – сосредоточение выпуска продукции на крупных организациях, что увеличивает объемы производства, обеспечивает достижение эффекта масштаба, устойчивость конкурентных преимуществ.

Варианты стратегий поведения изготовителя (продавца) в зависимости от силы конкуренции на рынках продавцов и покупателей приведены на рис. 2.1. На современных рынках особую актуальность приобретают стратегии 4, 5, 7 и 8, которые характеризуют наиболее оптимальное взаимодействие олигополии и олигопсонии, олигополии и полипсонии, монополистической конкуренции и олигопсонии, монополистической конкуренции и полипсонии.



Рис. 2.1. Варианты стратегий поведения изготовителя [31]

Таблица 2.2. Особенности стратегий изготовителей и условия их применения в зависимости от силы конкуренции на различных рынках продавцов и покупателей [31]

Вид стратегии поведения изготовителя	Особенности стратегии	Условия применения стратегии
1	2	3
1. Адаптация изготовителей и покупателей друг к другу	<i>Один изготовитель выпускает товар для одного потребителя при невысоком научно-производственном потенциале</i>	<i>Изготовитель не имеет финансовых и технических средств для перехода на новую продукцию, значительных финансовых средств не имеет и потребитель. Поэтому изготовитель и потребитель вынуждены адаптироваться друг к другу</i>
2. Локальная диверсификация деятельности организации	<i>Один изготовитель выпускает товар для нескольких потребителей при среднем научно-производственном потенциале (расширяется объем продаж за счет освоения новых рынков, достигается высокая норма рентабельности)</i>	<i>Наличие у изготовителя эксклюзивных конкурентных преимуществ, дающих ему возможность быть монополистом при отсутствии товаров-заменителей, а значит, и возможность устанавливать цены</i>
3. Горизонтальная диверсификация деятельности организации	<i>Один изготовитель выпускает товар для многих потребителей при высоком научно-производственном потенциале (снижение ресурсоемкости не является критерием управления, но достигается высокая норма рентабельности)</i>	<i>Наличие у изготовителя эксклюзивных конкурентных преимуществ, отсутствие у товара его заменителей; спрос на товар опережает предложение, что позволяет изготовителю расширять производство и осваивать новые рынки</i>
4. Адаптация продавцов и покупателей друг к другу	<i>Несколько продавцов удовлетворяют потребности одного покупателя, что вызывает необходимость повышения качества товара и снижения цены</i>	<i>Изготовитель не имеет финансовых и технических средств для перехода на новую продукцию (традиционный товар не имеет спроса, но потребитель не желает прерывать хорошие контакты с изготовителями)</i>

1	2	3
5. Системная интеграция деятельности организации	<i>Несколько изготовителей и несколько покупателей создают на рынке конкуренцию и стимулируют повышение качества и снижение цены товара. Усиление и углубление интеграции позволяют получать синергический (совместный) эффект</i>	<i>Отсутствие у изготовителей базовых ценностей для повышения конкурентоспособности товара. Наличие у изготовителя резервов интеграции с потребителями и поставщиками по вертикали и горизонтали, что повышает качество товара и снижает его ресурсоемкость по всем стадиям жизненного цикла товара</i>
6. Концентрация на целевом рынке	<i>Несколько изготовителей удовлетворяют потребности многих покупателей, что создает среди последних сильную конкуренцию за обладание товаром и одновременно снижает конкуренцию среди изготовителей. Конкуренция повышает качество, снижает цену и норму рентабельности, что вынуждает изготовителей искать эффективный рыночный сегмент и концентрировать на нем свои усилия</i>	<i>Значительный спрос на товар, большая емкость рынка. Наличие рынков с разными параметрами по географическому положению, ценам на материальные и трудовые ресурсы, что позволяет изготовителям индивидуально концентрировать внимание на разных рынках. Слабая конкуренция на рынке продавцов стимулирует новые инвестиции, но не стимулирует повышение конкурентоспособности товара</i>
7. Комплексная дифференциация и интеграция	<i>Увеличение количества изготовителей товара одного назначения усиливает конкуренцию среди них, тем более что изготовителю надо бороться за благосклонность всего нескольких покупателей. Изготовители вынуждены искать пути повышения качества товара и его сервиса, приспосабливаться к потребителям, дифференцировать и интегрировать свою деятельность</i>	<i>Наличие «узких» мест у товара или в системе управления у изготовителя, сдерживающих повышение качества и снижение себестоимости товара. Изготовитель имеет базовые конкурентные преимущества. Отсутствие существенных барьеров входа на рынок. Достаточно высокая норма рентабельности</i>

8. Локальная инновационная деятельность организации	<i>Дальнейшее увеличение объема рынка и числа покупателей усиливает конкуренцию среди изготовителей, что стимулирует повышение качества и снижение ресурсоемкости товара на всех стадиях его жизненного цикла. Стратегия сложная, наукоемкая и дорогая, так как требует применения всех инструментов повышения конкурентоспособности объектов и характеризуется низкой нормой рентабельности</i>	<i>Отсутствие явных «узких» мест у товара и его изготовителя, но недостаточная их конкурентоспособность. Это вынуждает изготовителей искать новые воспроизводственно-эволюционные и функциональные подходы, обеспечивающие рост конкурентоспособности. Наличие средств и конкурентных преимуществ для принятия подобной стратегии</i>
9. Системная инновационная деятельность организации	<i>Значительное число изготовителей и потребителей создают максимальную силу конкуренции. Эта стратегия интегрирует все ранее рассмотренные стратегии, обеспечивающие повышение конкурентоспособности</i>	<i>Большой неудовлетворенный спрос на товары отрасли. Перспективность и надежность инвестиций. Высокий научно-технический и интеллектуальный потенциал отрасли. Инновационная активность руководителей</i>

Сравнение особенностей отдельных стратегий поведения изготовителей и условий их применения в зависимости от силы конкуренции показывает, что с ростом силы конкуренции усиливается инновационная активность организации (табл. 2.2). Усиления конкуренции на

рынке (главная тенденция) в существенной мере а) улучшает почти все «выходящие» (из системы) показатели результатов изготовителя, б) улучшает качество товаров и их сервиса, в) и в конечном итоге повышает конкурентоспособность предприятий.

Анализ конкуренции показывает, что она является необходимым и определяющим условием эффективного функционирования рыночной экономики. Конкуренция – *положительное явление*, так как *активизирует инновационный процесс, требует* гибкого приспособления производителя к спросу. Конкуренция стимулирует производство высокого качества продукции, высокую производительность труда, низкие издержки, реализацию принципа оплаты по количеству, качеству труда и, главное, по конечному результату организации. *«Негативные» последствия конкуренции:* «победа» одних и «поражение» других; различие в условиях деятельности, что ведет к нечестным приемам работы на рынке; чрезмерная эксплуатация природных ресурсов; экологические нарушения и слабая ориентация экономики на перспективные стратегические цели. Все это вызывает необходимость: а) научно обоснованного государственного регулирования экономических рыночных отношений; б) оптимального сочетания рынка и государства.

Вопросы и задания для самопроверки

1. Сформулируйте поведенческую, структурную и функциональную трактовки понятия «конкуренция».
2. Классифицируйте конкуренцию по степени интенсивности, методам и уровням ее проявления.
3. Назовите факторы конкурентной борьбы.
4. Каковы изменения параметров рынка (количество производителей, покупателей, объемов продаж, основание для установления цен, роли качества и рекламы в формировании конкуренции, прибыли и эффективности использования ресурсов) в зависимости от формы конкуренции (совершенная, монополистическая, олигополия, монополия)?
5. Назовите варианты выбора стратегии поведения изготовителя в зависимости от взаимодействия силы конкуренции на рынке продавцов и рынке покупателей.
6. Особенности стратегий товаропроизводителя и условия их применения в зависимости от силы конкуренции на рынках продавцов и покупателей, раскройте понятия системной интеграции деятельности организации; конкуренции на целевом рынке; комплексной дифференциации и интеграции; локальной инновационной деятельности; системной инновационной деятельности.

Глава 3. Методические основы и организационно-экономический механизм повышения конкурентоспособности организации

3.1. Методические основы повышения конкурентоспособности экономики в условиях ее инновационного развития

Первым условием формирования *системы обеспечения конкурентоспособности страны, регионов, отраслей, предприятий и товаров* является комплексное понимание и реализация следующих требований:

- знания экономических законов рыночных отношений (взаимодействия спроса и предложения, цены и конкуренции; взаимодействия затрат в сферах производства и потребления при различном качестве товаров; эффекта масштаба; эффекта знаний и опыта; экономии времени; убывающей предельной доходности);
- законов организаций – пропорциональности, синергии, упорядоченности, самосохранения, развития;
- научных методов исследования экономики и рынка (прежде всего методов стратегического маркетинга);
- научных подходов к формированию инновационной модели развития экономики;
- научных методов управления инновационной экономикой (прежде всего методов инновационного менеджмента).

На современном этапе повышения конкурентоспособности экономики важнейшей задачей является формирование инновационной модели экономики. *Инновационный путь развития экономики страны* предусматривает такую организацию социально-экономических отношений в обществе, которая создает благоприятные правовые, экономические, технические и социальные условия для развития науки, постоянного повышения технологического уровня производства инноваций и конкурентоспособности предприятий и товаров, а также повышение эффективности использования всех ресурсов производства, обеспечивающих прирост общественного богатства, рост благосостояния и повышение качества жизни населения, укрепление экономической и национальной безопасности страны. При этом главным ресурсом производства признается интеллектуальный ресурс, а важнейшим фактором роста эффективности и конкурентоспособности экономики – *инновационная политика государства и активная инновационная деятельность хозяйствующих субъектов*.

Основными направлениями научно-технической и инновационной деятельности в Республике Беларусь являются:

- создание новых ресурсосберегающих и энергоэффективных технологий для производства новой конкурентоспособной продукции;
- новых материалов и новых источников энергии;
- новых информационных и телекоммуникационных технологий;
- новых технологий производства, переработки и хранения сельскохозяйственной продукции;
- новых промышленных биотехнологий.

Опыт государственной политики передовых зарубежных стран в области инновационного развития экономики имеет следующие *особенности* [27]:

1. Соответствие политики в области науки и техники с характером конкурентного преимущества производства, основанного на технологиях, которые затрагивают многие отрасли и имеют важное значение для формирования и совершенствования кластеров отраслей (см. § 3.2; 6.1).

2. Преимущественное государственное финансирование исследований в университетах, а не в государственных научно-исследовательских институтах, что стимулирует рост производительности (будущие ученые в результате проводимых исследований получают новые знания, позволяющие решить современные проблемы; наличие в идеях открытости университетской среды, коммерческого потенциала, который может быть реализован в новых организациях).

3. Основной упор на технологиях, пригодных для коммерческого применения в промышленности.

4. Развитие тесных отношений исследовательских учреждений с отраслями (организациями) путем связи с отраслевыми кластерами или сосредоточение деятельности исследовательских учреждений на технологиях, применяемых во многих отраслях; проведение совместных исследований на основе договоров между организациями, государственными органами и университетскими исследовательскими учреждениями.

5. Организация системы оплачиваемых государством консультантов по определенным проблемам практики развития инновационной деятельности.

6. Государственное стимулирование исследовательской деятельности предприятий по тематике введения новшеств, прямое поощрение (НИОКР) через частичное финансирование специализированных исследовательских институтов, связанных с кластерами отраслей, частичное субсидирование исследований, совместно проводимых организациями и университетами, государственная поддержка малых организаций и университетов.

7. Первостепенное внимание организации внедрения новшеств, а также защита прав на интеллектуальную собственность.

Для перевода национальной экономики в режим интенсивного инновационного развития в рамках белорусской модели социально-экономического развития страны разработаны и реализуются две Государственные программы инновационного развития Республики Беларусь (на 2007–2010 гг. и на 2010–2015 гг.). Цель этих Государственных программ – создание инновационной, конкурентоспособной на мировом рынке, наукоемкой, ресурсо- и энергосберегающей, экологически безопасной, социально-ориентированной рыночной экономики Республики Беларусь, обеспечивающей устойчивое развитие страны и повышение качества жизни белорусского народа.

Инновационное развитие Республики Беларусь предполагает:

- создание базовых компонентов и институциональных структур Национальной инновационной системы Республики Беларусь, укрепление в инновационном процессе связи науки, образования, производства и рынка; создание рынка научно-технической продукции; налаживание механизмов коммерциализации нововведений, включая объекты интеллектуальной собственности; создания условий усиления инновационной конкуренции и роли инноваций как основного катализатора инвестиций; обеспечение концентрации финансовых и кадровых ресурсов на приоритетных направлениях инновационного развития отраслей и регионов; удовлетворение спроса реального сектора экономики на инновации;

- широкий охват инновационной деятельностью предприятий реального сектора экономики;

- активизацию инновационного развития национальной экономики, концентрацию усилий на разработке и внедрении новых конкурентоспособных видов продукции, новейших ресурсосберегающих, экологически чистых технологий, эффективных форм организации производства и труда; расширение инфраструктуры инновационной деятельности;

увеличение финансовых затрат на исследования и разработки прежде всего за счет государственного бюджета;

- проведение модернизации экономики на основе технологических инноваций в соответствии с потребностями внутреннего и внешнего рынков; реконструкция, реструктуризация важнейших экспортоориентированных и импортозамещающих производств, а также традиционных жизненно важных объектов национальной экономики на основе внедрения современных технологий и техники;
- создание новых предприятий и прогрессивных производств по выпуску наукоемкой продукции, которые обеспечивают прирост новой и инновационной продукции, экспорта, импортозамещения, выпуск сертифицированной продукции по международным стандартам.

3.2. Комплексный подход к формированию конкурентных преимуществ экономики

Важным условием формирования системы обеспечения конкурентоспособности страны, предприятий и товаров (наряду с комплексным использованием экономических законов рыночной экономики, научных методов формирования и управления инновационной экономикой) является *развитие и использование конкурентных преимуществ экономики*. Основу конкурентных преимуществ предприятий (фирм) и страны, согласно М. Портеру [27], составляет «национальный ромб», раскрывающий четыре свойства (детерминанты) страны, формирующих конкурентную среду, в которой действуют фирмы этой страны (рис. 3.1). «Национальный ромб» характеризует систему детерминант конкурентного преимущества, компоненты которой представляют определенную систему, находясь во взаимосвязи и взаимодействии, создают эффект эмерджентности (целостности), усиливают (либо ослабляют) потенциальный уровень конкурентного преимущества предприятий страны.



Рис. 3.1. Детерминанты конкурентного преимущества страны («национальный ромб»)

Детерминантами «национального ромба» являются: параметры факторов производства; стратегии фирм, их структура и соперничество; параметры спроса на товары и услуги; уровень развития родственных и поддерживающих отраслей.

Параметры факторов производства представляют собой материальные (вещественные) и нематериальные условия, необходимые для формирования в производственном процессе конкурентного преимущества предприятий. В зависимости от конкретных значений (параметров) этих факторов организации могут иметь либо благоприятные, либо неблагоприятные условия производства для создания и поддержания конкурентного преимущества на рынках реализации товаров (услуг).

Стратегии предприятий, их структура и соперничество определяют особенности конкуренции, условия, характер создания и управления организациями. Этот детерминант обуславливает необходимость наличия для каждой организации конкурентной стратегии, которая обеспечивает завоевание лучшей позиции и экономические выгоды от конкурентных преимуществ на рынке. При этом если в отрасли страны отсутствует конкурентная среда, соперничество между организациями, а их стратегии не ориентированы на деятельность в условиях конкуренции, то рассчитывать на возникновение новых конкурентных преимуществ на рынках и в целом на коммерческий успех не приходится.

Параметры спроса на товары (услуги) показывают, каковы требования покупателей к качеству товаров (услуг); эластичность спроса по цене, уровню доходов; перекрестную эластичность; степень осознания различными социальными группами актуальности той или иной потребности; фазы жизненного цикла спроса, национальные традиции и обычаи; другие параметры, характеризующие спрос, его величину и динамику.

Уровень развития родственных и поддерживающих предприятия отрасли является стимулятором научно-технического прогресса в отраслях и в организациях, которые они

обслуживают. Эта детерминанта обеспечивает организацию необходимыми материалами, комплектующими изделиями, передовыми информационными, финансовыми и управленческими технологиями. Наличие родственных и поддерживающих предприятия отраслей является ключевым фактором возникновения в экономике страны *кластеров*, которые в условиях глобализации выступают основным источником экономического роста.

Кластер – это географически близко расположенная группа взаимосвязанных компаний, поставщиков, фирм, оказывающих услуги, и институтов, работающих в одной сфере и связанных общностью и комплементарностью. Кластеры влияют на конкурентоспособность в трех направлениях:

1) повышают производительность труда, входящих в кластер предприятий и отраслей, что достигается эффективным доступом к специализированным поставщикам, материальным и информационным ресурсам, к новым знаниям и умениям;

2) увеличивают потенциал инноваций, рост производительности труда и повышают уровень конкурентоспособности в экономике предприятий;

3) стимулируют создание новых (инновационных) предприятий и новых направлений бизнеса.

В общую систему детерминант М. Портер включает еще «случайные события» и «действия правительства», которые могут либо усиливать, либо ослаблять конкурентные преимущества предприятий.

Случайными являются события, на которые моментально влиять, как правило, не могут ни организации, ни правительство. К событиям такого рода в мировой экономике относят:

- крупные технологические прорывы;
- резкие изменения цен на ресурсы (например, на углеводороды);
- значительные изменения на мировых финансовых рынках или в обменных курсах;
- всплески мирового спроса на отдельные инновационные товары;
- политические решения зарубежных правительств;
- войны и другие форс-мажорные обстоятельства.

Случайные события могут изменить позиции соперничающих предприятий: свести на нет преимущества одних конкурентов и создать условия появления новых предприятий, способных достичь необходимого уровня конкурентоспособности в изменившихся условиях. Для того или иного позитивного «случайного» события в стране должны созреть благоприятные условия, которые создаются всеми детерминантами «ромба».

Действия правительства проявляются через законодательную, исполнительную и судебную ветви власти в формировании национальных преимуществ и заключаются в оказании его влияния на все четыре детерминанта. Правительство может влиять на детерминанты как позитивно, так и негативно. На параметры производственных факторов воздействуют денежно-кредитная, налоговая, ценовая, инновационная, инвестиционная, таможенная политика правительства. Правительство устанавливает различные нормы и стандарты, принимает нормативные акты, влияющие на поведение товаропроизводителей и покупателей. Одновременно правительство является покупателем товаров для армии, сфер образования, здравоохранения, культуры и других отраслей, что способствует расширению спроса.

Таким образом, «национальный ромб» – это система взаимодействующих и взаимовлияющих компонентов. Детерминанты «национального ромба» «работают» следующим образом:

1) формирование детерминанты «параметры факторов производства» происходит под сильным воздействием внутриотраслевой конкуренции, т. е. детерминанты «стратегия организации и соперничество». Наличие конкурентов содействует повышению квалификации персонала организации, использованию инвестиций для производства инноваций, смежных

технологий, знанию рынка и совершенству специализированных инфраструктур. Детерминанта «уровень развития родственных и поддерживающих предприятия отраслей» стимулирует механизмы создания взаимозаменяемых факторов. Детерминанты «параметры спроса на товары и услуги» оказывают влияние на вложение инвестиций в новые по содержанию факторы производства, повышающие эффективность и конкурентоспособность отраслей и предприятий;

2) детерминанта «уровень развития родственных и поддерживающих предприятия отраслей» через продвижение сопутствующих товаров и маркетинговых новшеств улучшает детерминанту «параметры спроса на товар (услуги)». Механизмы создания факторов производства, например повышения квалификации персонала посредством обучения кадров, привлекают студентов, работников других организаций, что способствует росту спроса на местные товары и приводит к повышению конкурентных преимуществ базовых отраслей. Влияние детерминант «ромба» на развитие обслуживающих отраслей (родственных и поддерживающих) предполагает взаимосвязи с факторами базовой отрасли, в результате чего происходит перенос знаний, навыков в управлении и технологий, наработанных в базовой отрасли, в родственные и обслуживающие. Однако наиболее сильное влияние на развитие обслуживающих отраслей оказывает внутриотраслевая конкуренция, которая проявляется в создании новых предприятий на основе увеличения спроса и развития родственных и поддерживающих отраслей. Создание новых предприятий, в свою очередь, стимулирует инвестиционную и инновационную деятельность. Новый тип предприятий благотворно влияет на развитие конкуренции, инновационной деятельности, укрепление национальной конкурентоспособности.

Можно сделать вывод, что главной причиной и следствием взаимодействия всех детерминант «национального ромба» является *внутриотраслевая конкуренция*. Конкуренция имеет самое прямое отношение к стимулированию инноваций и совершенствованию производственного процесса, она заставляет организации использовать преимущества других детерминант, учитывать требования покупателей или оптовых поставщиков. Кроме того, внутренняя конкуренция стимулирует появление новых соперников через их разделение с материнской компанией; создает и привлекает наиболее совершенные факторы производства; совершенствует и расширяет внутренний спрос; развивает родственные и поддерживающие организации отрасли; ориентирует правительственную политику на более эффективные направления повышения конкурентоспособности организаций и отраслей.

Помимо вышеперечисленного в управлении конкурентоспособностью организации необходимо учитывать и потенциальные угрозы.

Потенциальными угрозами организации могут быть:

- появление на рынке новых конкурентов;
- рост продаж товаров-заменителей;
- усиление давления на товаропроизводителя со стороны покупателей и поставщиков;
- изменение потребностей и вкусов покупателей;
- неблагоприятная политика своего или зарубежных правительств прежде всего в отношении налогов и регулирования внешнеэкономической деятельности.

Главными условиями разрешения этих проблем являются использование научных подходов в управлении конкурентоспособностью, наличие квалифицированного, инициативного и творческого персонала и необходимых финансовых средств.

Основой современного механизма повышения конкурентоспособности предприятий и товаров является *инновационная модель развития экономики*. Эта модель представляет многофункциональную и комплексную систему, основой которой является взаимодействие: а) активизации инновационно-инвестиционной деятельности; б) постоянная адаптация пред-

приятий к внешней среде; в) повышение эффективности использования материальных, трудовых, интеллектуальных и финансовых ресурсов.

3.3. Организационно-экономический механизм повышения конкурентоспособности организации

Реализация инновационной модели повышения конкурентоспособности организации предполагает формирование адекватного *организационно-экономического механизма*. Данный механизм включает следующие пять компонентов (блоков): 1) качество инновационного управления конкурентоспособностью на микроуровне; 2) рыночное саморегулирование конкурентоспособности в условиях ужесточения конкуренции; 3) формы, методы и качество государственного регулирования конкурентоспособности организаций; 4) регулирование конкурентоспособности предприятий и товаров на мезоуровне; 5) регулирование конкурентоспособности на макроуровне. В совокупности все эти компоненты механизма определяют конечные результаты деятельности предприятий и уровень удовлетворения потребителей в конкурентоспособных товарах (услугах) (рис. 3.2).

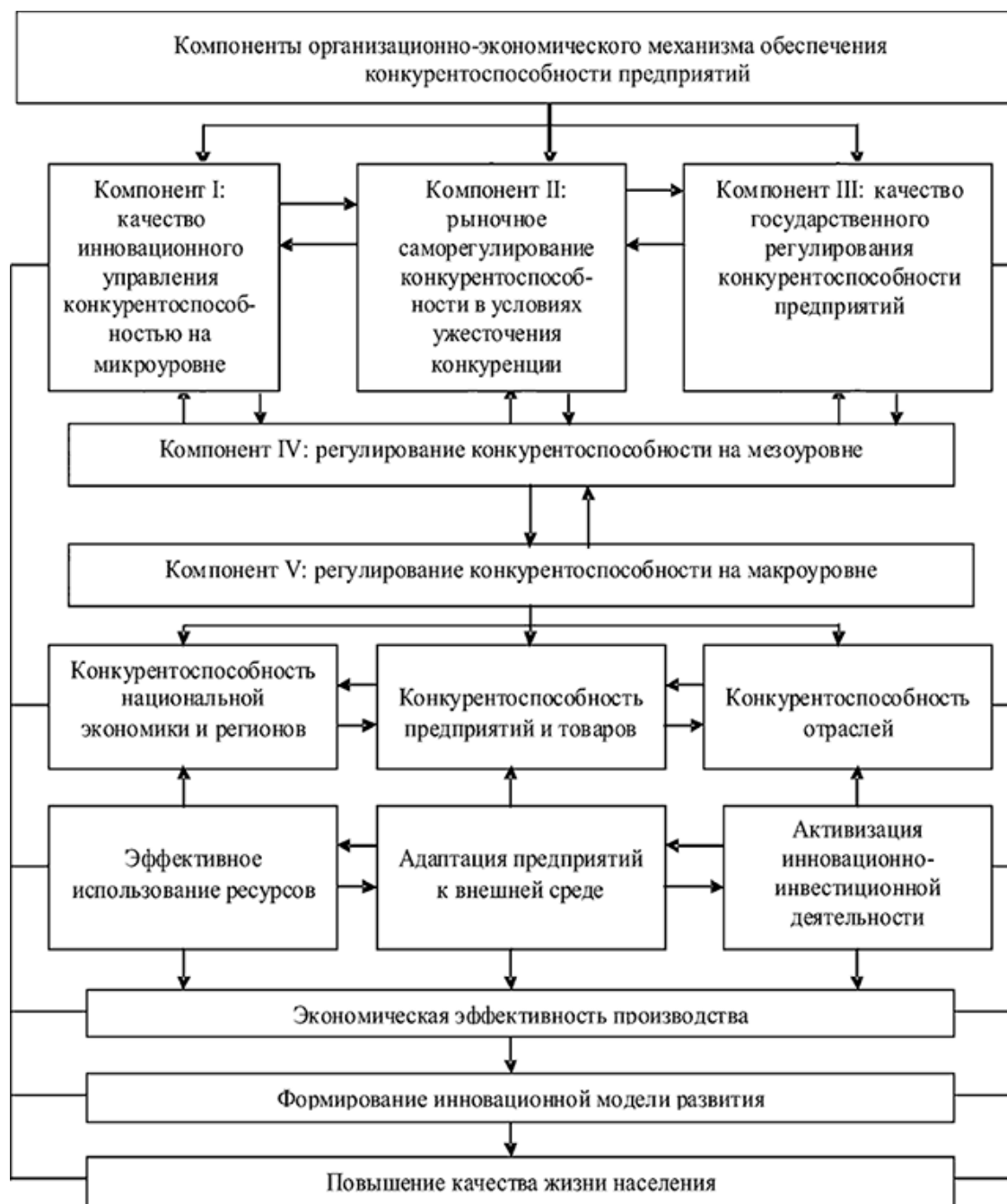


Рис. 3.2. Организационно-экономический механизм обеспечения конкурентоспособности предприятий и его результаты

Компонент I. Качество инновационного управления повышением уровня конкурентоспособности предприятий и товаров на микроуровне. Научно обоснованное управление конкурентоспособностью организации и товаров на микроуровне базируется на соблюдении следующей системы принципов:

- учет механизмов действия экономических законов рыночных отношений и конкурентоспособности (законов спроса, предложения, конкуренции, эффекта масштаба, убывающей предельной доходности);
- учет механизмов действия законов функционирования организации (пропорциональности, синергии, самосохранения, развития);

- соблюдение требований совокупности научных подходов к управлению конкурентоспособности (системного, комплексного, воспроизводственного, инновационного, маркетингового, функционального, структурного);
- ориентация товаропроизводителя на конкретные рынки и потребности;
- применение современных информационных технологий для системной и комплексной автоматизации управления;
- использование в процессе управления современных методов анализа, прогнозирования, планирования, организации, нормирования, оптимизации производства (системного анализа, функционально-стоимостного анализа, динамического программирования);
- применение в системе управления конкурентоспособностью стратегического маркетинга, устанавливающего обратную связь будущих потребителей и внешней среды с производителями товаров;
- ориентация на современные количественные методы оценки, качественные методы контроля и оперативного управления конкурентоспособностью.

Инновационное управление конкурентоспособностью товаров на уровне производителя направлено на постоянное решение следующих задач:

- повышение качества менеджмента, качества товаров и уровня качества послепродажного обслуживания;
- снижение себестоимости продукции и, соответственно, цены потребления товара (которая определяется суммой цены продажи товара и эксплуатационных затрат у потребителя);
- проведение целевых маркетинговых исследований и эффективное использование мер маркетинга при организации сбыта товара с учетом его сервисного обслуживания, для чего необходимо сформулировать миссию организации, оценить его возможности, сильные и слабые стороны, связи с внешней средой, разработать стратегию своего развития;
- совершенствование прогнозирования, планирования, организации, контроля, оценки и стимулирования процессов повышения конкурентоспособности товаров.

Система регулирования и управления конкурентоспособностью организации представляет единство внешнего окружения организации и его внутренней структуры (см. рис. 1.1). Внутренняя структура данной системы состоит из пяти подсистем: научного сопровождения, целевой, обеспечивающей, управляемой и управляющей (см. рис. 1.2) [25; 31].

Компонент II. Рыночное саморегулирование конкурентоспособности предприятий и товаров (услуг). Компонент предполагает соблюдения рыночного механизма взаимодействия спроса, предложения, цены, конкуренции и неценовых факторов конкурентоспособности в условиях ужесточения внутриотраслевой и особенно глобальной конкуренции на мировых рынках.

Неценовыми факторами конкурентоспособности товара являются:

- изменение типа конкуренции на рынках товаров;
- появление новой ниши рынка товаров или перегруппировка уже существующих его сегментов;
- изменение действий существующих конкурентов по продвижению товаров-конкурентов;
- появление на рынке товаров новых конкурентов;
- появление на рынке новых товаров-конкурентов, включая товары-заменители;
- изменение емкости рынка товаров и размеров его потенциала;
- изменение потребностей и требований потребителей.

Компонент III. Государственное регулирование конкурентоспособности предприятий представляет собой деятельность государства, направленную на создание условий для формирования конкурентной среды и повышения конкурентоспособности страны, регионов,

отраслей, предприятий и производимых отечественных товаров. Направления государственного регулирования конкурентоспособности предприятий и товаров вытекают из принятой модели социально-экономического развития Республики Беларусь: социально ориентированной рыночной экономики и осуществления курса на инновационное развитие страны.

Основными направлениями государственного регулирования конкурентоспособности являются:

- создание условий по поддержанию и развитию конкурентной среды на основе создания новых инновационных предприятий, развития предпринимательства и малого бизнеса;
- организация подготовки кадров рабочих, специалистов и руководителей с ориентацией на обеспечение инновационного развития экономики страны и конкурентоспособности отечественных предприятий и товаров;
- проведение и периодическое обновление инновационной и инвестиционной политики государства, включая разработку научно-технических программ и мер по развитию инновационного производства, совершенствованию организации стандартизации и сертификации продукции;
- проведение эффективной налоговой, кредитной, инновационной, инвестиционной, ценовой и антиинфляционной политики, обеспечивающих повышение конкурентоспособности отечественных организаций;
- развитие рыночной производственной инфраструктуры и сферы обслуживания;
- нормативно-правовое обеспечение процессов повышения конкурентоспособности отечественных предприятий и товаров.

Компонент IV. Регулирование конкурентоспособности предприятий и товаров (услуг) на мезоуровне. Данное регулирование отличается от государственного своими масштабами. На мезоуровне оно осуществляется в рамках отдельно взятого региона или отрасли, исходя из его (или ее) особенностей. Мезофакторами конкурентоспособности выступают факторы, характеризующие особенности развития региона или отрасли. На этом уровне выделяют отраслевую конкурентоспособность и конкурентоспособность региона (темы 6, 7).

Отраслевая конкурентоспособность определяется положением отрасли на международном (внешнем) рынке и связана в значительной мере с кадровым обеспечением, со специализацией отраслевой экономики. Количественно ее характеризуют показатели доли экспорта товаров в общем объеме экспортных поставок страны, доли данной отрасли во внутреннем валовом продукте (ВВП) страны, вывозе (ввозе) капитала. Конкурентоспособность отрасли определяется также такими факторами, как эффективность использования в отрасли ресурсов, уровнем обновления технико-техно логической базы, организации труда и производства, системой управления, внешнеэкономической деятельности. На низшей стадии развития отраслей конкурентоспособность определяется факторными условиями и ценой, а на более высокой стадии – новейшими технологиями, инновациями, новыми видами дифференцированных продуктов с новыми потребительскими свойствами и качеством. Основными агрегированными факторами для определения отраслевой конкурентоспособности являются открытость экономики, характеристики технологий, труда, менеджмента, внешней среды (государственное регулирование, финансы, инфраструктура, производственные и социальные институты).

Конкурентоспособность региона обуславливается в первую очередь конкурентоспособностью расположенных на его территории отраслей и предприятий, а также факторными преимуществами (кадровые, ресурсные, инновационные, природно-климатические, инфраструктурные, институциональные).

Компонент V. Регулирование конкурентоспособности организации на макроуровне. Такое регулирование основывается на использовании ее конкурентных преимуществ, важнейшими из которых являются кадровые, ресурсные, технологические, инновационные, что

определяется международной конкуренцией и сотрудничеством стран в области поддержания и повышения конкурентоспособности отечественных предприятий и их товаров.

В качестве внутренних факторов конкурентоспособности страны выделяют:

- инновационное развитие экономики;
- инвестиции в новые технологии и человеческий капитал;
- экологическая среда для создания и внедрения нововведений и технологического развития производства;
- открытая система международной торговли при условии защиты национальных интересов.

Мегафакторами конкурентоспособности страны являются факторы и тенденции развития экономики в мире. Основной фактор (глобализация мировой экономики) ведет к ужесточению конкуренции как на мировом, так и на внутринациональных рынках, требуя от стран усилий в направлении открытости их экономик.

Теоретические основы конкурентоспособности экономики позволяют сделать следующие выводы по формированию основных направлений повышения конкурентоспособности отечественных предприятий и товаров:

- создание конкурентной среды в отраслях, стратегическое управление, разработка организациями конкурентных стратегий и периодическое их обновление;
- развитие инновационно-инвестиционной деятельности и интеллектуальной собственности на организациях, которые обеспечивают производство наукоемких товаров;
- адаптация предприятий к внешней среде и прежде всего к рынку;
- использование в управлении инновационных подходов с целью повышения экономической эффективности использования трудовых, материальных, нематериальных и финансовых ресурсов, формирующих конкурентные преимущества организации;
- создание условий для формирования спроса на определенный товар и потребностей населения, которые могут удовлетворить организации;
- повышение научно-технического и организационно-технологического уровня отраслей, обеспечивающих предприятие необходимыми материальными ресурсами и информацией;
- нормативно-правовое обеспечение и совершенствование государственного регулирования процессов повышения конкурентоспособности отечественных предприятий и товаров;
- ориентация структуры и содержания специального, прежде всего высшего, образования и системы повышения квалификации специалистов и руководителей на повышение конкурентоспособности страны, регионов, отраслей, предприятий и отечественных товаров.

Таким образом, инновационный подход к формированию и реализации организационно-экономического механизма обеспечения конкурентоспособности предприятий является основой для решения фундаментальных проблем социально-экономического развития страны, отраслей, регионов, предприятий и товаров.

Вопросы и задания для самопроверки

1. Опишите комплекс требований к системе обеспечения конкурентоспособности национальной экономики.
2. Раскройте сущность инновационного пути развития экономики страны и основные направления научно-технической и инновационной деятельности в Республике Беларусь.
3. Каковы особенности государственной политики передовых зарубежных стран в области инновационного развития экономики и возможности их использования в Республике Беларусь?

4. Назовите детерминанты конкурентного преимущества страны («национальный ромб» М. Портера) и дайте их характеристики.
5. Назовите возможные случайные события и действия правительства в системе формирования конкурентных преимуществ организаций.
6. Каковы структура организационно-экономического механизма и компоненты обеспечения конкурентоспособности предприятий и товаров?
7. Опишите структуру системы обеспечения конкурентоспособности организации.
8. Дайте характеристику основных направлений повышения конкурентоспособности отечественных предприятий и товаров.

Раздел II. Сущность и методы оценки конкурентоспособности экономики по уровням управления

Глава 4. Конкурентоспособность национальной экономики

4.1. Сущность и факторы конкурентоспособности национальной экономики

Конкурентоспособность национальной экономики – это способность открытой для международной конкуренции страны создавать конкурентные преимущества отечественных товаров (услуг, работ) на мировых рынках, способность ее субъектов хозяйствования проектировать, производить и продавать свои товары (услуги) (более успешно, чем страны-конкуренты) на основе высокой производительности общественного труда, эффективности использования ресурсов, повышения рентабельности активов (что в совокупности обеспечивает инновационное развитие и расширенное воспроизводство, стабильно высокий относительно других стран уровень ВВП и доходов своих граждан в расчете на душу населения). Конкурентоспособность национальной экономики характеризуется, во-первых, степенью развития всех ее регионов и отраслей, во-вторых, наиболее высоким уровнем жизни населения среди других стран.

Цель повышения конкурентоспособности национальной экономики – обеспечение эффективности общественного производства, экономического роста, повышение качества и уровня жизни, доходов и благосостояния населения страны *на основе удовлетворения потребностей рынков в товарах (услугах)*.

Основными средствами достижения этой цели является повышение экономической и социальной эффективности общественного производства, что предполагает ориентацию макроэкономической политики страны по следующим направлениям:

- устойчивый и эффективный экономический рост;
- стабильность общего уровня цен;
- положительный торговый и платежный баланс страны;
- высокий уровень занятости;
- социальную справедливость в распределении доходов между различными слоями населения;
- благоприятную среду обитания человека.

Критерием конкурентоспособности национальной экономики является эффективность использования ресурсов и прежде всего рост общественной производительности труда, повышение экономической и социальной эффективности производства и уровня жизни населения. При этом под общественной производительностью труда понимается отношение внутреннего валового продукта к совокупной стоимости использованного труда и капитала. Уровень жизни населения определяется долей ВВП на душу населения.

Повышение конкурентоспособности страны основывается на развитии и использовании ее **конкурентных преимуществ**, важнейшими из которых являются ресурсные и прежде всего инновационно-технологические.

К ключевым факторам современной *инновационно-технологической конкурентоспособности* страны относятся:

- открытая система национальной экономики для международной торговли при условии защиты национальных интересов;
- экономическая среда, благоприятная для создания и внедрения нововведений и технологического развития производства;
- инновационное развитие экономики;
- высокая скорость оборота капитала и общий рост эффективности всей социально-экономической системы;
- инвестиции, направляемые в инновации, новые технологии и прежде всего в развитие человеческого капитала.

Факторы конкурентоспособности национальной экономики можно классифицировать на основе двух подходов: 1) Всемирного экономического форума и 2) отечественной практики.

Всемирно экономический форум предлагает выделить агрегированных факторов конкурентоспособности национальной экономики с учетом их весомости (коэффициенты весомости даются в скобках). К агрегированным факторам конкурентоспособности относятся:

- *открытость национальной экономики*, которая определяется степенью либерализации внешней торговли, интеграции страны в мировую экономику и выражается через экспортную ориентацию производства и оптимальный уровень импорта (0,167);
- *государственное управление (правительство)* выражает стимулирующую роль государственного регулирования социально-экономических и экологических процессов в стране через бюджетно-налоговую, кредитно-денежную, инвестиционную, ценовую политику и методы прямого государственного вмешательства в экономику (0,167);
- *финансы и функционирование финансовых рынков*, их роль проявляется в оптимизации соотношения потребления и накопления (сбережения), в эффективности деятельности финансовых посредников, которые направляют кредиты (сбережения) в производственные инвестиции и активизацию инновационной деятельности (0,167);
- *менеджмент* предполагает эффективный стратегический маркетинг, повышение качества управления кадрами, бизнесом, контроль качества, формирование конкурентных стратегий, управление инновациями, результативность рефинансовых операций корпораций (0,055);
- *труд* включает качество трудовых ресурсов, эффективность и гибкость рынков труда; трудовое законодательство; организацию оплаты труда; степень влияния трудовых коллективов на уровень заработной платы; производительность общественного труда, которая показывает, насколько страна может быть конкурентным «производителем» при условии высокой заработной платы и «*полной факторной производительности*», измеряющейся соотношением ВВП к стоимости совокупных издержек труда и капитала (0,167);
- *наука и технологии* представляют собой систему интенсификации научных исследований, НИОКР, производственные научно-технические структуры, эффективность заимствования иностранных инвестиций и технологий (использование лицензий, трансфер технологий), динамику их уровня и компьютеризацию в стране (0,111);
- *инфраструктура*, которая характеризуется ее содержанием и уровнем, отвечающим базовым потребностям бизнеса, развития объектов инфраструктуры (терминалы, аэро- и речные порты, сеть средств сообщения), транспортной системы, энергоснабжения, сети телекоммуникаций и распределительных сетей (0,111);
- *институты* — оцениваются сопоставлением с другими странами степени надежности совокупности институциональных правовых и общественных правил, а также механизмов, обеспечивающих соблюдение этих правил, защиту прав собственников, поддержку

современной конкуренции, стимулирование трудовой и инновационной мотивации в общественном производстве (0,055).

На основе отечественного опыта факторы конкурентоспособности национальной экономики можно разделить на следующие группы:

- *наделенность страны факторами производства* – землей (природными ресурсами), рабочей силой и капиталом, дающими стране сравнительные преимущества для развития отдельных отраслей и специализации страны в мировом хозяйстве;

- *технический и технологический уровень производства, научно-технический потенциал страны, национальный уровень общественной производительности труда*, которые определяются уровнем квалификации работников, уровнем технического и инвестиционного развития в стране;

- *общеекономическая ситуация в стране, средняя норма прибыли и ее накопление, система аккумуляции сбережений в стране и их использование для инвестиций, эффективность функционирования банковской системы и других финансовых учреждений*, позволяющих организациям использовать привлеченные средства для совершенствования производства и организации выпуска новых изделий;

- *уровень жизни населения*, что определяется уровнем заработной платы и социальными выплатами, общими расходами на развитие образования и здравоохранения, которые способствуют формированию в стране грамотных и здоровых работников, повышают производительность труда и платежеспособный спрос;

- *экономическая политика государства*, которая должна быть направлена на повышение национальной конкурентоспособности через реализацию мер по стимулированию инвестиций и инноваций, совершенствованию налоговой и кредитной системы, развитию инновационного производства, науки и совершенствованию системы образования в стране. *Главная задача государства* – создание условий, возможностей и стимулов для постоянного совершенствования и повышение эффективности производства и конкурентоспособности национальной экономики на основе инновационного развития предприятий.

Конкурентоспособность национальной экономики страны определяется как результат взаимодействия перечисленных факторов, особенностей социально-политической среды, эффективностью механизма функционирования экономики страны, ее хозяйствующих субъектов.

4.2. Пути повышения конкурентоспособности национальной экономики

Анализ и уточнение *путей* повышения конкурентоспособности *национальной экономики страны*, активизации положительных тенденций в ее развитии производятся исходя из следующих *показателей*:

- *объем валового внутреннего продукта (ВВП), доля расходов на конечное потребление в структуре ВВП и валовых накоплений в конечном потреблении (выражают емкость отечественного рынка и потенциал конкурентоспособности национальной экономики);*

- *отношение экспортно-импортного сальдо к сумме внешнеторгового оборота страны (характеризует динамику повышения потенциала конкурентоспособности национальной экономики);*

- *динамика и соотношение средних индексов цен на экспортируемые и импортируемые страной товары и услуги (характеризуют рост или снижение конкурентоспособности национальной экономики);*

- степень «скованности» страны в осуществлении конкурентных стратегий, что выражается отношением величин задолженности государства (%) к ВВП, дебиторской и кредиторской задолженности страны;
- структура ВВП страны, доля в ВВП результатов высокотехнологичных отраслей промышленности.

Обеспечение конкурентоспособности национальной экономики – это непрерывный поиск ответов на вопросы: что, как и для кого производить, что, как и по каким ценам продавать в сравнении с интернациональными показателями. При решении проблемы повышения конкурентоспособности национальной экономики следует на основе анализа причинно-следственных связей деструктивных явлений, методологических положений экономической теории и мирового опыта преодоления социально-экономических катаклизмов использовать *системный антикризисный механизм*, включающий совокупность взаимосвязанных мер оперативного, тактического и стратегического характера. К этим мерам относятся:

1) определение стратегического пути повышения конкурентоспособности экономики страны и ее хозяйствующих субъектов как на внутреннем, так и на внешнем рынках, который (путь) предполагает активизацию деятельности по вхождению страны в мировую экономику, включению ее в мирохозяйственные процессы международного сотрудничества особенно в области научно-производственной кооперации транснационализации и глобализации производства;

2) действенная поддержка всех государственных средств (экономических, политических, дипломатических) в области обеспечения конкурентной устойчивости экономики страны, для чего предстоит решить три взаимосвязанных задачи:

– реализация национальной модели устойчивого социально-экономического развития страны с использованием научной теории системной трансформации производства, разрешающих проблемы повышения конкурентоспособности, выхода страны на новые мировые рынки сбыта товаров, работ (услуг);

– активизация системной работы по формированию нового постиндустриального инновационного типа экономики, основанную на структурной перестройке реального сектора экономики, приоритетном развитии науки, образования, обновлении технологической базы производства инновационного продукта, обеспечивающих переход к технологиям V и VI укладов;

– обеспечение повышения конкурентоспособности отечественных товаров (услуг), что будет способствовать расширению внешнего и внутреннего спроса на основе развития инвестиционно-инновационной деятельности и использования научных форм и методов современного менеджмента и развития интеллекта;

3) осуществление последовательной и эволюционной либерализации экономики страны, всемерную поддержку малого и среднего бизнеса; продолжение работы по ограничению вмешательства органов государственного управления в хозяйственную деятельность предприятий страны, снижение уровня государственной регламентации в лицензировании и контроле;

4) реализация эффективных подходов к оптимизации приоритетов во внешнеэкономической деятельности, активизация отношений с развивающимися странами мира путем развития не только экспорта товаров и услуг, но и экспорта белорусского капитала как наиболее эффективного средства для расширения экономической территории Беларуси; расширения экономического, технологического, интеллектуального и образовательного пространства, в том числе на основе подготовки кадров высшей квалификации для зарубежных стран;

5) осуществление оптимизации импорта оборудования для обновления отечественного основного капитала, создания новых наукоемких и высокотехнологичных производств, проведения приоритетных НИОКР;

6) усовершенствование методов и механизмов менеджмента, маркетинга, логистики для поиска и завоевания новых рыночных ниш на мировом рынке;

7) активизация работы по созданию новых форм организации крупного бизнеса (кластеров, холдингов, финансово-промышленных групп, транснациональных корпораций) в рамках Союза России, Беларуси и Казахстана по созданию Единого экономического пространства, ЕврАзЭС, СНГ и мирового сообщества;

8) предупреждение возможных минусов в связи с предстоящим вступлением страны в ВТО, совершенствование национального законодательства с использованием принципа относительности, выравнивания условий для функционирования отечественных товаропроизводителей;

9) создание эффективного экономического механизма повышения ответственности и предприимчивости субъектов хозяйствования и их руководителей на основе: восприимчивости науки и научных разработок; создания корпоративных систем, эффективных систем по продвижению товаров на рынки; оценки управления инвестиционными предпринимательскими рисками; создания единого информационно-экономического пространства с Россией, другими странами Содружества и ЕС; использования международного менеджмента, стандартизации, патентования, маркетинга; обеспечения экономической безопасности и повышения эффективности общественного производства; совершенствования налоговой, кредитной, ценовой, бухгалтерской, казначейской и страховых систем, которые должны стимулировать повышение конкурентоспособности объектов на всех уровнях управления и будут «работать» в условиях вступления Республики Беларусь в ВТО.

Важно подчеркнуть, что реально о конкурентоспособности национальной экономики можно говорить, когда страна имеет устойчиво развивающуюся экономику, где сохраняется внутренний баланс экономических, социальных и политических сил, где в комплексе и системно решаются проблемы конкурентоспособности национальной экономики, ее регионов, отраслей, предприятий, товаров, работ (услуг).

Вопросы и задания для самопроверки

1. Какова сущность понятия «конкурентоспособность национальной экономики»?
2. Назовите цель повышения конкурентоспособности национальной экономики и основные средства ее достижения.
3. Каковы конкурентные преимущества предприятий и страны по М. Портеру?
4. Сформулируйте факторы конкурентоспособности страны по классификации Всемирного экономического форума.
5. Дайте классификацию факторов конкурентоспособности страны на основе отечественной практики.
6. Опишите основные показатели повышения конкурентоспособности и развития экономики страны.
7. Какова структура антикризисного механизма повышения конкурентоспособности национальной экономики?

Глава 5. Конкурентоспособность региона

5.1. Сущность конкурентоспособности региона: цели, критерии, факторы и показатели

Конкурентоспособность региона – это конкурентные преимущества региона на рынках, обусловленные природными ресурсами, созданными регионом экономическими, инновационными, экологическими, социальными ресурсами; его способность создавать и использовать конкурентные преимущества для удержания или улучшения своей позиции на рынках соперничающих регионов, а также способность его отдельных товаропроизводителей побеждать конкурентов (на внутреннем и внешнем рынках), позволяющая обеспечивать его главную цель – повышение эффективности производства и рост благосостояния населения региона.

Необходимость повышения конкурентоспособности регионов вытекает из того, что она: 1) обеспечивает рост благосостояния его населения (региона); 2) способствует развитию конкурентоспособности национальной экономики; 3) взаимодействует не только с конкурентоспособностью страны, но и с конкурентоспособностью отраслей, организаций и товаров; 4) взаимосвязана с эффективностью производства (как правило, второй фактор предопределяет первый).

Рассмотрим *классификацию конкурентных преимуществ на рынках отдельных регионов*. Конкурентные преимущества подразделяются:

- на *абсолютные*, которые связаны с наличием природных и других уникальных ресурсов и производственных возможностей;
- *относительные*, обусловленные лучшими по сравнению с другими регионами возможностями или условиями производства и реализации продукции или предоставления услуг;
- *производственные и инновационно-инвестиционные* (по объему и структуре производства, инновационной активности, инвестиционной привлекательности и эффективности использования всех ресурсов);
- *количественные* (доля рынка) и *качественные* характеристики товаров или услуг предприятий региона;
- *фактические* (реальные, реализованные) и *потенциальные* (не используемые в настоящее время).

Конкурентные преимущества региона определяются:

- конкурентоспособностью национальной экономики;
- природно-климатическими, географическими, экологическими и социально-экономическими параметрами региона;
- предпринимательской, инновационно-инвестиционной активностью в регионе;
- соответствием параметров инфраструктуры региона международным и внутригосударственным стандартам и нормативам;
- уровнем международной интеграции и кооперирования региона.

Конкурентоспособность региона характеризуется системой свойств, позволяющей региону эффективно вести конкуренцию для достижения своих целей.

Основной целью конкурентоспособности региона является постоянное повышение благосостояния жителей региона (области), достижение которого обеспечивается за счет устойчивого социально-экономического регионального развития на основе повышения эффективности его реального сектора экономики.

Общая (основная) цель конкурентоспособности региона подразделяется на цели по уровням своего действия:

Цели (*первого*) *низшего уровня* связаны с реализацией потребности выживания – это обеспечение населения питанием, водой, средствами санитарии (физиологические потребности).

Цели *второго уровня* – создание условий самосохранения и безопасности региона (продовольственная безопасность, производственная, социальная, информационная).

Третий уровень включает цели по обеспечению роста социально-экономических показателей региона.

Цель *четвертого уровня* – достижение признания конкурентоспособности региона со стороны внутреннего и внешнего рынка.

На вершине пирамиды целей региональной конкурентоспособности находится *главная цель региона* – его социальная ответственность за повышение благосостояния и качества жизни его населения, будущее региона, устойчивое его развитие и экологическое сохранение [20].

Для оценки и управления конкурентоспособностью региона необходимо определить критерий, факторы и показатели объекта конкурентоспособности.

Основным критерием конкурентоспособности региона является производительность общественного труда и уровень благосостояния населения региона. Следующий критерий оценки конкурентоспособности – уровень активизации инновационно-инвестиционной деятельности субъектов хозяйствования и привлечение инвестиций на одного жителя региона.

Факторы, влияющие на конкурентоспособность региона, классифицируются на внутренние и внешние; в отдельную группу выделяют институциональные факторы.

К внутренним факторам конкурентоспособности региона относятся:

1) природные ресурсы и географическое расположение региона (близость региона к транспортным железнодорожным узлам, автомобильным, речным магистралям, портам и к внешним границам страны);

2) накопленный физический капитал региона (его соответствие структуре спроса), объем и качество активов, степень физического и морального износа основного капитала по отраслям региона;

3) накопленный человеческий капитал региона (соответствие его качества (образование, квалификация) структуре спроса на рабочую силу, заработная плата и затраты на воспроизводство рабочей силы);

4) накопленный инновационный потенциал региона (количество ученых и инновационных центров, наличие (создание) новшеств, его соответствие структуре внутреннего (регионального) и внешнего спроса.

Внешние по отношению к региону факторы конкурентоспособности:

1) уровень интеграции региона в глобальное экономическое пространство (внешний спрос на товары (услуги) региона, уровень открытости его экономики (по объему экспорта и импорта) и интеграции региона, динамика спроса на импортную продукцию и цен на экспортную продукцию региона);

2) политика властей в отношении региона (степень сосредоточения бюджетных полномочий на региональном уровне, соотношение экспортных и импортных таможенных тарифов на товары региона, цены и тарифы на товары естественных монополий);

3) наличие и функционирование предприятий региона, интегрированных в бизнес-группы для активизации продаж и инновационной деятельности.

Институциональные факторы (правовые нормы, правила и механизмы, обеспечивающие их выполнение, нормы поведения, которые структурируют взаимодействие между людьми):

- 1) предсказуемость изменений правовых норм и правил;
- 2) стабильность региональных формальных институтов, степень вовлеченности гражданского общества в их создание и деятельность;
- 3) защищенность прав собственности;
- 4) качество судебной системы (механизм справедливого обеспечения действия правовых норм и правил);
- 5) институциональная инфраструктура и ее качество. *Качество инфраструктуры региона* – качество совокупности структур, удовлетворяющих физиологические, социальные и духовные потребности населения, а также производственные и финансовые потребности предприятий, находящихся на территории региона;
- 6) неформальные нормы в отношении к налогам, взяткам, коррупционным способам решения административных проблем.

Показатели конкурентоспособности подразделяются на показатели стратегической конкурентоспособности, фактической и экономической.

Показателями (факторами) стратегической конкурентоспособности региона являются: расходы на развитие человека (образование, культуру, здравоохранение); индекс развития человеческого потенциала; эффективность использования природных и производственных ресурсов; инновационно-инвестиционная активность субъектов хозяйствования региона; деловая активность предпринимательских структур; состояние окружающей среды; уровень комплексной безопасности человека и политической стабильности в регионе.

Показатели (факторы) фактической конкурентоспособности региона:

- внутренний валовый продукт на душу населения;
- процент экспорта и импорта в ВВП и их соотношение;
- доля продаж предприятий на международном рынке;
- отношение средней заработной платы в регионе к средней заработной плате в стране;
- отношение доходов 10 % богатых и 10 % бедных;
- уровень безработицы в регионе;
- доля убыточных предприятий;
- уровень потребления жителями региона материальных благ (услуг);
- средняя продолжительность жизни населения в регионе.

Показатели экономической конкурентоспособности региона:

- совершенствование квалификационной структуры рабочей силы и эффективность использования труда в регионе;
- соответствие квалификационной структуры рабочей силы структуре спроса на труд и необходимость обеспечения инновационного типа экономики, опережение темпов роста производительности труда и прибыли по сравнению с темпами роста заработной платы;
- эффективность использования основного и оборотного капитала региона и интенсивность обновления основных средств на более высокой технологической основе;
- эффективность использования инвестиций в регионе;
- эффективность инновационной деятельности;
- эффективность внешнеэкономической деятельности.

При формировании конкурентных преимуществ региона целесообразно использовать детерминанты «регионального ромба»: параметры факторов (природные ресурсы, квалифицированные кадры, капитал, инфраструктура и др.); условия спроса (уровень дохода, эластичность спроса, требовательность покупателей к качеству товара (услуг) и др.); род-

ственные и поддерживающие отрасли, которые обеспечивают организации региона необходимыми ресурсами, комплектующими, информацией, банковскими, страховыми и другими услугами; стратегии предприятий региона, их структура и соперничество (создают конкурентную среду и развивают конкурентные преимущества). Повышение конкурентоспособности региона, как и национальной экономики в целом (по М. Портеру), осуществляется системно и включает следующие четыре направления формирования конкуренции на основе: 1) факторов производства; 2) формирования инвестиций; 3) нововведений; 4) богатства. Первые три стадии обеспечивают региону экономический рост, последняя (при ее локализации) обуславливает застой и спад в экономике.

5.2. Методические подходы к определению конкурентоспособности региона

Оценка уровня конкурентоспособности региона ($K_{\text{рег}}$) может быть осуществлена по совокупности показателей его экономического потенциала ($\Pi_{\text{эк}}$), региональной эффективности ($\mathcal{E}_{\text{рег}}$) и конкурентных преимуществ ($K_{\text{преим}}$). Для этого используется функция $K_{\text{рег}} = f(\Pi_{\text{эк}}, \mathcal{E}_{\text{рег}}, K_{\text{преим}})$ многомерного непараметрического метода «Паттерн».

Продуктивным при оценке конкурентоспособности региона является использование концепции конкурентоспособности страны, предложенной М. Портером. Она сводится к оценке четырех показателей в расчете на душу населения: 1) по размеру валового регионального продукта; 2) величине производственных и природных ресурсов; 3) уровню образованности трудовых ресурсов; 4) прямым инвестициям в экономику региона.

Более полная *система показателей оценки конкурентоспособности региона* включает пять подсистем, отражающих индикаторы экономического, социального, инновационно-инвестиционного, внешнеэкономического и институционального развития.

Алгоритм расчета сводного индекса конкурентоспособности региона включает в себя [14]:

1) расчет частных показателей уровня конкурентоспособности региона (Π_i), который осуществляется путем соотнесения абсолютных показателей регионального развития к аналогичным показателям по стране где $\Pi_{\text{рег}}$ – абсолютное значение i -го показателя региона; $\Pi_{\text{рег.с}i}$ – среднее значение i -го показателя по стране;

$$\Pi_i = \frac{\Pi_{\text{рег}i}}{\Pi_{\text{рег.с}i}},$$

2) расчет агрегированных показателей (базовых индексов) конкурентоспособности региона ($I_{\text{баз}}$), который осуществляется по каждой подсистеме показателей экономического, социального, инновационно-инвестиционного, внешнеэкономического и институционального развития как простая или взвешенная среднеарифметическая величина где Π_i – частный показатель уровня конкурентоспособности региональной экономики; n – количество частных показателей, принятых для расчета базового индекса;

$$I_{\text{баз}} = \frac{\sum_{i=1}^n \Pi_i}{n},$$

3) расчет интегрального (сводного) индекса конкурентоспособности региона ($I_{\text{св}}$), включающего в себя пять базовых индексов: экономического ($I_{\text{эк. р}}$), социального ($I_{\text{соц. р}}$), инновационно-инвестиционного ($I_{\text{и-ин. р}}$), внешнеэкономического ($I_{\text{вн. р}}$) и институционального ($I_{\text{ин. р}}$) развития. $I_{\text{св}}$ определяется методом простой или взвешенной среднеарифметической величины:

$$I_{\text{св}} = \frac{\sum_{j=1}^K I_{\text{баз } j}}{K},$$

ИЛИ

$$I_{\text{св}} = I_{\text{баз } j} \cdot r_j,$$

где $I_{\text{баз } j}$ включает $I_{\text{эк. р}}$, $I_{\text{соц. р}}$, $I_{\text{и-ин. р}}$, $I_{\text{вн. р}}$, $I_{\text{ин. р}}$; K – количество базовых показателей; r_j – экспертно установленный каждому индексу коэффициент значимости (при

$$\sum_{j=1}^K r_j = 1).$$

этом

Результаты определения уровня конкурентоспособности регионов используются для выработки обоснованной социально-экономической, инновационной, инвестиционной, градостроительной и региональной политики, определения совокупности мер и действий республиканских и местных органов управления, направленных на регулирование процессов социально-экономического развития региона.

Так как эффективность ресурсов (один из важнейших критериев конкурентоспособности) характеризуется показателями рентабельности, то в первом приближении внутринациональную конкурентоспособность регионов можно определить, используя соотношения показателей по рентабельности реализованной продукции ($R_{\text{прод}}$), рентабельности продаж ($R_{\text{продаж}}$) и рентабельности активов предприятий (R_A) сравниваемых регионов, по формулам:

$$K_{1(2)} = \frac{R_{\text{прод}(1)}}{R_{\text{прод}(2)}}; \quad K_{1(2)} = \frac{R_{\text{продаж}(1)}}{R_{\text{продаж}(2)}}; \quad K_{1(2)} = \frac{R_{A(1)}}{R_{A(2)}}.$$

Тогда интегральная конкурентоспособность региона будет равна:

$$K_{1(2)} = \frac{R_{\text{прод}(1)} \cdot a_1 + R_{\text{продаж}(1)} \cdot a_2 + R_{A(1)} \cdot a_3}{R_{\text{прод}(2)} \cdot a_1 + R_{\text{продаж}(2)} \cdot a_2 + R_{A(2)} \cdot a_3},$$

где $K_{1(2)}$ – конкурентоспособность 1-го региона по сравнению со 2-м регионом; a_1, a_2, a_3 – соответственно коэффициенты значимости $R_{\text{прод}}, R_{\text{продаж}}, R_A$ (при этом $a_1 + a_2 + a_3 = 1$).

5.3. Основные направления повышения конкурентоспособности регионов

Главными приоритетами развития регионов являются:

- повышение уровня конкурентоспособности отраслей и организаций региональной экономики на основе технологического перевооружения производств, внедрения наукоемких и ресурсосберегающих технологий;
- стимулирование развития экспортных и импортозамещающих производств;
- активизация инновационно-инвестиционной деятельности за счет внедрения эффективных механизмов инвестирования в инновации отраслей и организаций региона.

Реализация этих приоритетов развития регионов должна находить свое отражение в региональной промышленной политике, которая предполагает совершенствование отраслевой структуры промышленного комплекса на основе осуществления проектов наукоемкой, высокотехнологической направленности в регионах с высоким научно-техническим потенциалом; приоритетного развития отраслей и производств, работающих на местном сырье; ускорения темпов модернизации, внедрения энерго-и ресурсосберегающих технологий в регионах.

Повышение конкурентоспособности регионов требует наличия конкурентоспособного персонала, проведения системной, целенаправленной работы органов государственного и местного управления, субъектов хозяйствования всех форм собственности по следующим **основным направлениям:**

- повышение эффективности использования всех ресурсов и обеспечение конкурентоспособности работников региона и прежде всего руководителей и специалистов;
- повышение качества выпускаемой продукции на основе технического перевооружения и модернизации производств, внедрения новых и высоких технологий;
- снижение издержек производства, обеспечение энерго-и ресурсосбережения;
- повышение эффективности инновационно-инвестиционной деятельности предприятий региона, стимулирование производства новой высокотехнологичной продукции;
- создание условий для развития экспорта продукции региона на основе развития экспортоориентированных производств, внедрения наукоемких технологий, увеличения в структуре экспорта удельного веса высокотехнологичных товаров (услуг), обеспечения их

соответствия требованиям международных стандартов и запросам потребителей, снижения затрат на производство экспортной продукции.

Создание государственными и местными органами исполнительной власти такого комплекса условий, выявление и усиление существующих и формирование новых конкурентных преимуществ – одна из основных задач стратегий развития регионов страны.

Высокий уровень конкурентоспособности регионов страны может быть обеспечен прежде всего за счет повышения конкурентоспособности:

- государственного и местного управления;
- отраслей, предприятий, товаров и бизнеса в целом;
- человеческого капитала, работников региона.

В современной экономической ситуации конкурентная борьба все больше смещается в сторону экономики знаний, инноваций, что определяет новые функции *государственных и местных органов управления*. Они должны выступать в роли катализатора нового, мотивировать организации к повышению своих стремлений и движению к более высоким уровням конкуренции. Политика этих органов управления должна сводиться к созданию условий и бизнес-среды, в которых организации могут достигать конкурентных преимуществ.

Определяющим фактором в системе повышения конкурентоспособности является разработка под эгидой государства программ повышения конкурентоспособности регионов. При этом главной задачей является повышение конкурентоспособности государственных служащих, руководителей и специалистов, занятых на производстве. Без данной конкурентоспособности не может быть надлежащего уровня конкурентоспособности товара, организаций, отраслей, регионов и национальной экономики в целом.

Вопросы и задания для самопроверки

1. Дайте понятие «конкурентоспособность региона» и покажите необходимость повышения его уровня.
2. Раскройте конкурентные преимущества региона: сущность и их классификацию.
3. Каковы основная цель развития региона и классификация целей конкурентоспособности региона по уровням?
4. Назовите критерий конкурентоспособности региона.
5. Каковы внутренние факторы конкурентоспособности региона?
6. Опишите внешние факторы конкурентоспособности региона.
7. Приведите институциональные факторы конкурентоспособности региона.
8. Каковы показатели стратегической конкурентоспособности региона?
9. Каковы показатели экономической конкурентоспособности региона?
10. Дайте методику определения сводного индекса конкурентоспособности региона на основе расчета частных, агрегированных и интегральных показателей.
11. Сформулируйте определение конкурентоспособности региона на основе использования рентабельности активов, продукции и продаж.
12. Опишите основные направления повышения конкурентоспособности регионов.

Глава 6. Конкурентоспособность отрасли

6.1. Сущность конкурентоспособности и конкурентных преимуществ отрасли

Конкурентоспособность отрасли – совокупная способность отрасли создавать конкурентные преимущества предприятий, товары которых по ценовым и качественным характеристикам более привлекательны для потребителей, чем товары аналогичных зарубежных отраслей-конкурентов, что в итоге обеспечивает устойчиво высокие темпы экономического роста отечественной отрасли. Из этого понятия вытекает, что конкурентоспособность отрасли определяется наличием у нее **конкурентных преимуществ**. Значимость конкретного вида конкурентного преимущества для каждой отрасли зависит от силы его влияния на выбор потребителями товаров данной отрасли и получения в результате прибыли организациями отрасли.

Конкурентные преимущества отрасли позволяют: во-первых, производить продукцию высокого качества (с издержками не выше среднеотраслевых в зарубежной экономике), удовлетворяющую требованиям конкретных групп покупателей относительно потребительской ценности товаров, их рыночной новизны и стоимости, и, во-вторых, поставлять ее на конкретный мировой рынок в оптимальные сроки, диктуемые маркетинговой деятельностью и рыночной ситуацией.

Конкурентные преимущества отрасли предполагают:

- рациональную отраслевую структуру;
- наличие группы высококонкурентных фирм-лидеров, подтягивающих другие организации отрасли до своего уровня;
- передовую опытно-конструкторскую и прогрессивную производственно-технологическую базу отрасли;
- развитую отраслевую инфраструктуру;
- эффективную систему продвижения товара на рынок;
- активную систему научно-технического, производственного, материально-технического и коммерческого сотрудничества как внутри отрасли, так и с другими отраслями в стране и аналогичными отраслями за ее пределами.

Результатами конкурентных преимуществ отрасли являются: высокая конкуренция в отрасли; вертикальная и горизонтальная интеграция в отрасли; наличие отраслевого научно-технического и информационного центра; наличие отраслевого патентного фонда.

К внутренним конкурентным преимуществам отрасли относятся:

- высокая (по сравнению с зарубежными аналогичными отраслями-конкурентами) потребность в товарах отрасли и их эксклюзивность;
- высокая эффективность использования ресурсов;
- оптимальный уровень концентрации, специализации и кооперирования в отрасли;
- оптимальный уровень унификации, стандартизации и сертификации продукции отрасли;
- высокий удельный вес в отрасли конкурентоспособных предприятий и товаров;
- высокий удельный вес конкурентоспособного персонала в отрасли (особенно среди руководителей и специалистов);
- функционирование на организациях отрасли системы обеспечения ее конкурентоспособности;
- высокая доля экспорта наукоемких товаров.

Если конкурентоспособность отрасли рассматривать через призму кластеров (сконцентрированной по географическому признаку группы взаимосвязанных компаний и специализированных поставщиков в соответствующих отраслях, а также связанных с их деятельностью организаций в определенных областях, конкурирующих, но вместе с тем и ведущих совместную деятельность [35]), то конкурентные преимущества предприятий в рамках кластера определяются:

- 1) формированием стратегического потенциала предприятий отрасли;
- 2) привилегированным, более дешевым доступом предприятий к специализированным факторам производства (оборудование, бизнес-услуги, персонал) по сравнению с отдельными локальными организациями, что делает организации кластера более эффективными в компоновке факторов производства по относительно низким ценам и гарантирует сбыт и низкие материально-производственные запасы;
- 3) доступом к знаниям по организации производства, маркетингу, передовым технологиям, которые лучше организованы и требуют меньших затрат внутри кластера, что позволяет организациям работать более продуктивно и выходить на передовой уровень производительности труда;
- 4) взаимодополняемостью видов деятельности предприятий – участников кластера при координации их усилий в направлении повышения качества и эффективности предприятий кластера.

Таким образом, формирование конкурентных преимуществ отрасли происходит в результате более широкого доступа предприятий к имеющимся в стране базирования ресурсам по сравнению с конкурентами; доступа к технологическим и маркетинговым знаниям, что обеспечивается на основе взаимосвязи и взаимодействия предприятий в рамках, например кластеров; повышения эффективности использования ресурсов посредством реализации новых технологий и продуктов; формирования стратегического потенциала предприятий отрасли, определяющего результаты их деятельности на перспективу.

6.2. Факторы конкурентоспособности отрасли

Факторы конкурентоспособности отрасли классифицируются на внешние и внутренние. Среди *внешних факторов* выделяют факторы, регулируемые со стороны государства и нерегулируемые, а также факторы прямого и косвенного действия.

К факторам, *регулируемым государством* и оказывающим сильное влияние на конкурентоспособность отрасли на современном этапе развития экономики Республики Беларусь, относится фактор нормативно-правового регулирования экономики, а также существующие макроэкономические тенденции.

Нерегулируемым фактором внешней среды является фактор внешнеэкономических условий.

Факторы прямого действия – это научно-технические факторы, которые влияют непосредственно на хозяйственную деятельность организаций и испытывают на себе прямое влияние действий предприятий (потребителей, зарубежных конкурентов, сторонних поставщиков и учреждений государственного регулирования).

Под *средой косвенного действия* понимаются факторы косвенного, как правило, долгосрочного воздействия на деятельность субъектов хозяйствования (общее состояние национальной экономики; уровень развития научно-технического прогресса; политическая ситуация; участие отрасли в международной торговле).

Внутренние факторы характеризуются внутриотраслевой конкуренцией и товарно-денежными отношениями организаций отрасли. К внутренним факторам конкурентоспособности отрасли относятся организационная структура предприятий отрасли, качество

менеджмента и эффективность управления в организациях отрасли, качество кадрового потенциала, действие эффекта масштаба, знаний и опыта, использование инновационных процессов, технологий, формирование собственных инвестиций предприятиями отрасли. Рассмотрим каждый из этих факторов.

Фактор *организационная структура предприятий отрасли* определяет степень разделения труда на предприятиях отрасли, иерархичность управления – элементы, которые оказывают влияние на эффективность труда, адаптивность организации к происходящим изменениям в запросах покупателей, к действиям конкурентов, технике и технологии, сформированной конкурентной стратегии отрасли.

Фактор *качество менеджмента и эффективность управления на предприятиях отрасли* подразумевает обоснованность, последовательность, непротиворечивость, целенаправленность, гибкость принимаемых решений в зависимости от изменения внешней среды и приоритетов в развитии отрасли.

Координация работы нескольких предприятий в рамках одной отрасли позволяет более эффективно использовать фактор *качество кадрового потенциала*, создавать высокий уровень специализации на каждом предприятии.

На отраслевом уровне применение фактора *эффекта масштаба, знаний и опыта* связано с увеличением объема производства (что снижает постоянные издержки на единицу продукции) по всей технологической цепочке и складывается из эффектов входящих в отрасль предприятий.

Фактор *использование инновационных процессов, технологий и формирование собственных инвестиций предприятиями отрасли* проявляется в том, что выпуск новых товаров (услуг) стимулирует конкуренцию на рынке. В ходе инновационной деятельности происходит внедрение результатов научно-технического прогресса в производство, определяющих качественный скачок в уровне техники и обеспечивающих значительный экономический эффект. Результатами инновационной деятельности являются расширение и обновление ассортимента производимой продукции, повышение ее технического уровня и качества; создание новых видов продукции, удовлетворяющих ранее неизвестные потребности.

Избирательное влияние на конкурентоспособность определенной отрасли оказывают: «требовательность» внутреннего спроса, наличие родственных и поддерживающих отраслей, наличие и относительная стоимость специализированных факторов производства, доступность и качество располагаемой деловой информации.

6.3. Критерий, показатели и методы оценки конкурентоспособности отрасли

Методологические основы оценки конкурентоспособности отрасли предполагают определение соответствующего критерия, показателей и методов.

Критерием оценки конкурентоспособности отрасли является эффективность использования ресурсов и конкурентоспособность товаров (услуг) предприятий отрасли.

Конкурентоспособность отрасли является понятием рыночным, системным, междисциплинарным и комплексным, поэтому оценка ее уровня производится не одним показателем, а их системой. В основе формирования *системы таких показателей* лежат следующие методологические принципы:

- комплексность, предполагающая всестороннюю характеристику свойства «конкурентоспособность отрасли», отражение как фактически достигнутых, так и потенциальных характеристик этого свойства;

- измеримость, обеспечивающая возможность расчета каждого показателя на основе статистических данных;
- минимальность количества показателей, исключающая создание излишней громоздкости системы (увеличение числа принятых показателей не должно усложнять определение роста уровней конкурентоспособности отрасли и обеспечение возможности межстранового сопоставления).

Все показатели конкурентоспособности отрасли можно классифицировать на групповые и обобщающие.

Система *групповых показателей* включает: 1) оценку рыночной составляющей; 2) оценку ресурсной составляющей; 3) оценку относительного уровня и динамики эффективности использования отраслевых ресурсов; 4) оценку стратегического потенциала отрасли; 5) оценку степени взаимосвязи и взаимодействия предприятий отрасли.

1. *Оценка рыночной составляющей* отражает реальную конкурентоспособность отрасли и указывает полноту удовлетворения запросов покупателей в продукции предприятий данной отрасли, условий ее продажи и обслуживания по сравнению с аналогичной продукцией отраслей зарубежных стран. Оценка осуществляется на основе двух критериев:

– вовлечения отрасли во внешнюю торговлю, т. е. способности предприятий отрасли конкурировать на внешнем рынке без поддержки государственной протекционистской политики с аналогичными организациями зарубежных стран. Для оценки конкурентоспособности отрасли используют: показатели удельного веса экспорта в общем объеме реализованной отраслью продукции, диверсифицированность внешней торговли (как правило, с промышленно-развитыми странами мира); соотношение экспорта и импорта отрасли;

– уровня присутствия отечественной отрасли на приоритетных зарубежных рынках сбыта, что характеризует соответствие выпускаемых товаров существующему спросу. В эту группу показателей входят доля отрасли на мировых рынках, доля на рынках промышленно-развитых стран мира, относительная рыночная доля отрасли.

2. *Оценка ресурсной составляющей* позволяет выявить уровень (достаточность) обеспеченности предприятий отрасли производственными ресурсами (основные и оборотные средства, трудовые, технологические, интеллектуальные и информационные ресурсы).

Обеспеченность предприятий отрасли *основными средствами* определяет максимально возможный объем и качество производимой продукции, потенциальную конкурентную позицию отрасли на рынке через показатели производственной мощности (максимально возможный объем выпуска продукции отраслью) и уровня ее использования (соотношение данной величины с емкостью рынка характеризует потенциальную конкурентную позицию отрасли на целевых рынках сбыта); рентабельности основных средств, фондоотдачи; фондовооруженности и технической вооруженности труда (состояние основных средств – коэффициенты физического и морального износа оборудования).

Оценка обеспеченности предприятий отрасли *оборотными средствами* осуществляется с помощью показателей рентабельности, коэффициента оборачиваемости; среднеотраслевой продолжительности одного оборота; кредитоспособности отрасли как способности ее предприятий привлекать финансовые ресурсы для дальнейшего развития и своевременного расчета по привлеченным кредитам; платежеспособности предприятий отрасли; абсолютной ликвидности; текущей ликвидности (соотношение собственных и заемных оборотных средств).

Оценка обеспеченности отрасли *трудовыми ресурсами* направлена на выявление избыточности либо недостаточности трудовых ресурсов для удовлетворения потребностей рынка, портфеля заказов на производство и реализацию продукции. Показатели оценки – это показатели среднесписочной численности занятых, показатели использования рабочего фонда времени в целом по предприятиям отрасли; производительности и рентабельности

труда, способности предприятий отрасли привлекать рабочую силу посредством создания оптимальных условий и оплаты труда.

Оценка *технологических ресурсов* производится на основе показателей прогрессивности используемых технологий (определяется средним сроком их использования, удельным весом производства новой продукции).

Интеллектуальные ресурсы могут быть представлены результатами интеллектуальной деятельности – интеллектуальными продуктами (изобретения, ноу-хау, полезные модели, промышленные образцы) и в форме средств индивидуализации гражданского оборота товаров (работ, услуг) (товарные знаки, фирменные наименования). Совокупность созданных и приобретенных предприятиями объектов интеллектуальной собственности, деловая репутация предприятия, знания и опыт работников, которые обеспечивают получение дохода и конкурентоспособность товаров (работ, услуг), представляет *интеллектуальный капитал предприятия*.

Использование интеллектуального капитала на практике позволяет изменить структуру производственного капитала за счет увеличения его наукоемкости и роста доли нематериальных активов в стоимости новой продукции (услуг), что обеспечивает повышение конкурентоспособности предприятий отрасли на рынке; осуществить интенсификацию производства и обеспечить успешную его адаптацию к новым конкурентным условиям; рационально и экономически эффективно использовать в производстве инновационные ресурсы общества.

Информационные ресурсы представляют собой объем знаний, зафиксированных на материальных носителях как имеющихся в распоряжении у предприятий отрасли, так и тех, к которым организация имеет доступ.

3. *Оценка относительного уровня и динамики эффективности использования отраслевых ресурсов* осуществляется на базе факторной производительности (количество продукции, произведенной на единицу затрат труда и капитала), показателей рентабельности, собственного капитала, труда, оборотных средств и всех активов с учетом инфляции, как необходимое условие проведения межстрановых сопоставлений.

4. *Оценка стратегического потенциала отрасли* осуществляется на основе следующих показателей:

- показателя способности специалистов предприятий к выдвижению и реализации конкурентоспособных идей в области конструирования, создания новых продуктов, технологий, форм и методов рациональной организации труда и производства, методов продвижения товаров на рынки, что определяет технический уровень производства и будущее качество продукции. Оценку этой способности целесообразно производить через показатели доли расходов предприятий отрасли на НИОКР в выручке от реализации продукции (отражает наукоемкость производимой продукции) и доли новой продукции в объеме реализованной продукции (способность предприятий отрасли разрабатывать и внедрять в производство новую продукцию);
- показателя способности организаций отрасли расширять объемы производства с помощью инвестиционной активности, которая позволяет увеличивать объемы производства новой продукции (оценивается абсолютным и относительным объемом инвестиций в основные производственные средства);
- показателя способности организаций отрасли производить новую продукцию (характеризует будущую конкурентоспособность предприятий), может быть оценена показателем доли новой продукции в объеме производимой продукции.

5. *Оценка степени взаимосвязи и взаимодействия предприятий отрасли* производится через показатели кооперирования предприятий отрасли с поставщиками узлов, комплектующих изделий и полуфабрикатов; специализацию отрасли; удельный вес в себестоимости

выпускаемой продукции отрасли комплектующих изделий и полуфабрикатов, получаемых по кооперированию. С увеличением внутриотраслевой и межотраслевой кооперации происходит формирование устойчивых связей между производителями и потребителями, улучшается адаптация узлов и комплектующих к запросам целевых потребителей.

Для оценки уровня конкурентоспособности отрасли можно использовать систему групповых показателей, представленных на рис. 6.1.

Обобщающий показатель конкурентоспособности характеризует способность анализируемой отрасли вытеснять конкурентов, сохранять свое положение на зарубежных рынках сбыта продукции в текущий момент, иметь задел на перспективу. Для его оценки используются показатели полной факторной производительности труда в отрасли; деловой активности предприятий отрасли; реальной (с учетом инфляции) рентабельности реализованной продукции отрасли, рентабельности активов отрасли. Определение обобщающего показателя конкурентоспособности отрасли можно осуществить на основе использования одного-двух важнейших *показателей реальной конкурентоспособности*, определяющих ее экономический смысл. Взаимосвязь остальных показателей с обобщающим осуществляется через построение модели регрессионной зависимости, что позволяет выявить степень влияния отдельных составляющих потенциальной конкурентоспособности на уровень реальной конкурентоспособности и определить наиболее значимые составляющие.



Рис. 6.1. Система показателей конкурентоспособности отрасли

Для качественной интерпретации значения показателя конкурентоспособности отрасли можно использовать линейную шкалу И. Ансоффа [2] (табл. 6.1).

Таблица 6.1. Качественная интерпретация значений уровня конкурентоспособности

Интервал значения показателя, K	Качественная интерпретация значения показателя
$0 < K < 0,4$ $0,41 < K < 0,7$ $0,71 < K < 1$	Слабая конкурентная позиция Средняя конкурентная позиция Сильная конкурентная позиция

Качественная интерпретация уровня конкурентоспособности отрасли помогает определить цели проводимой отраслевой политики, найти общий индикатор экономического состояния отрасли. После определения уровня конкурентоспособности и качественной его интерпретации производится сравнительный анализ с зарубежной отраслью-конкурентом по каждому показателю; выявляются резервы повышения уровня конкурентоспособности, формируются факторы, влияющие на изменение уровня конкурентоспособности отрасли.

Для сравнительной (по отношению к зарубежной отрасли-конкуренту) оценки конкурентоспособности национальной отрасли используют следующие базовые (обобщающие) показатели эффективности производства:

- индекс конкурентоспособности отрасли по совокупной (общественной) производительности живого и овеществленного труда ($IK_{o.п. т}$);
- индекс конкурентоспособности отраслей по рентабельности реализованной продукции ($IKR_{p.п.}$) скорректированный на индекс инфляции;
- сочетание индекса рентабельности реализованной продукции и рентабельности активов по отрасли ($IKR_{p.п.} R_A$), скорректированных на индекс инфляции;
- сочетание индекса рентабельности продукции и совокупного уровня деловой активности предприятий отрасли ($IKR_{p.п.} ДА$), скорректированных на индекс инфляции;
- сочетание других показателей эффективности отрасли (рентабельность труда, рентабельность основных средств, рентабельность оборотных средств).

1. Метод оценки на основе использования индекса конкурентоспособности отрасли по общественной производительности труда ($IK_{o.п. т}$) реализуется через формулу где $ПТ_1$, $ПТ_0$ – соответственно, производительность совокупного (живого и овеществленного) труда в оцениваемой и базовой (зарубежной) отраслях, за год.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.