

На правах рукописи

МЕТЛИНА АНАСТАСИЯ ЕВГЕНЬЕВНА

**ЭВОЛЮЦИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ
НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ФИРМ**

08.00.01 – Экономическая теория

АВТОРЕФЕРАТ

Диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Томск 2010

Работа выполнена на кафедре политической экономии
ГОУ ВПО «Томский государственный университет»

Научный руководитель: кандидат экономических наук, доцент
Чувакина Вера Сергеевна

Официальные оппоненты: доктор экономических наук, профессор
Шабашев Владимир Алексеевич

кандидат экономических наук, доцент
Воробьева Ирина Павловна

Ведущая организация: ГОУ ВПО «Новосибирский государствен-
ный архитектурно-строительный универ-
ситет»

Защита состоится 23 декабря 2010 г. в 11 часов на заседании диссертаци-
онного совета Д 212.267.11 по экономическим наукам при ГОУ ВПО «Томский
государственный университет» по адресу: 634050, г. Томск, ул. Герцена, 2, кор-
пус 12.

Отзывы на автореферат присылать по адресу: 634050, г. Томск, пр. Ленина,
36, Главный корпус ТГУ, диссертационный совет Д 212.267.11.

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке ГОУ ВПО
«Томский государственный университет» по адресу: 634050 г. Томск, пр. Лени-
на, 34а.

Автореферат разослан 18 ноября 2010 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета
доктор экономических наук, доцент



Е.В. Нехода

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Рынок предполагает условия, когда фирмы буквально вовлечены в необходимость конкуренции – состязания, соперничества, борьбы за ограниченные экономические ресурсы, в результате чего обеспечивается их наиболее экономичное использование. Таким образом, конкуренция отсеивает неэффективных рыночных игроков, непродуктивные формы бизнеса и стимулирует процесс постоянного совершенствования и развития. Способность фирмы успешно конкурировать характеризуется показателем конкурентоспособности, который является интегрированным и содержит комплексную оценку показателей эффективности деятельности фирм. Конкурентоспособность фирмы определяется ее сильными сторонами – конкурентными преимуществами, которые фирма воплощает в определенных моделях рыночного поведения и стратегиях конкуренции. Конкуренция изменяется, и соответственно меняются модели и стратегии конкуренции.

Выбор моделей и стратегий конкуренции будет зависеть от условий рыночной среды и конкуренции, совокупность которых образуют факторы макро-, мезо- и микроуровня. Конкурентная среда является динамично развивающейся, что приводит к развитию и усложнению конкуренции, росту ее интенсивности; появлению новых методов конкуренции, развитию моделей поведения и стратегий конкуренции, совершенствованию средств конкурентной борьбы. Развитие конкуренции связано с развитием социально-экономических отношений и технологий которые, с одной стороны, определяют, а с другой, ограничивают технические и технологические возможности фирм. В числе основных периодов развития выделяют: доиндустриальный, индустриальный и постиндустриальный этапы. На каждом этапе эволюции формируется новое понимание конкуренции в соответствии с новым видением ее роли, характера и свойств конкуренции.

На каждом этапе эволюции конкурентоспособность фирм будет обеспечиваться различными конкурентными преимуществами в зависимости от степени доступности фирм к ресурсам и изменения приоритетов в ценности ресурсов. Так в условиях развития неценовой конкуренции на первое место выходят нематериальные ресурсы и инновации. Таким образом, совершенствуются подходы, модели, методы и средства, обеспечивающие конкурентоспособность фирмы, а также система оценки конкурентоспособности.

Особенно острой в условиях глобализации мирового рынка и повышения открытости национальной экономики становится проблема повышения конкурентоспособности российских фирм и задача формирования условий для развития конкурентоспособных национальных компаний, которыми может быть

представлена Россия на мировой арене. Решение названных задач требует исследования влияния глобального рынка и конкуренции на национальный рынок, составления сравнительной характеристики условий и факторов конкуренции в России и на мировых рынках, поиска сравнительных конкурентных преимуществ российских фирм, а также разработки комплекса рекомендаций по повышению конкурентоспособности российских фирм с учетом выявленных тенденций развития рыночной среды.

Степень научной разработанности проблемы. Проблемы конкуренции, выстраивания моделей конкуренции и формирования конкурентных преимуществ достаточно широко представлены в работах зарубежных авторов.

Рассмотрению основных типов рыночной конкуренции были посвящены научные труды таких ученых, как А. Смит, Дж. Робинсон, Э. Чемберлин, П. Э. Самуэльсон и А. Маршалл. А. Смит представлял классическую модель рынка абсолютной конкуренции. Дж. Робинсон сформировала научные основы функционирования рынков несовершенной конкуренции и монополии. Э. Чемберлин рассматривал условия существования монополистической конкуренции и олигополии. П. Самуэльсон и А. Маршалл своими работами дополнили эти направления научных исследований.

Углубление познания конкуренции, составляющих ее факторов и механизмов действия дополняется широким кругом научных теорий самых разных школ, занятых разработкой адекватных подходов к формированию уникальных конкурентных преимуществ и стратегий конкуренции. В числе наиболее известных ученых в этой области следует назвать имена И. Шумпетера, М. Портера, И. Ансоффа, Дж. Фридмана, А. Д. Чандлера, К. Эндрюса, Г. Минцберга, Д. Миллера и многих других. Они показали значение стратегической деятельности, стратегического планирования, управления и контроля для повышения конкурентоспособности фирм.

Наибольший вклад в изучение конкурентных преимуществ (лидерство по издержкам, фокусирование, сегментирование) внес М. Портер, который сформулировал не только наиболее известные конкурентные стратегии, но и определил условия их применения. Не менее известной является матрица стратегий «роста – рыночной доли», являющаяся разработкой Бостонской консалтинговой группы; матрица «товар-рынок» И. Ансоффа. Однако сегодня эти стратегии подвержены активной трансформации, поскольку в условиях формирующейся постиндустриальной экономики их актуальность теряется. Сущность и значение, происходящих в новом постиндустриальном периоде глобальных изменений, отражены в научных работах Д. Белла, Э. Тоффлера, Ф. Фукуяма, М. Кастельса, а также в работах отечественных ученых В. Иноземцева, Д. Львова и

др., проанализировавших последствия смены технологических приоритетов и их влияние на все социально-экономические процессы, в том числе и на конкуренцию. Особое место в исследовании состояния рынка и конкуренции занял институциональный анализ, в частности это работы Д. Норта, А. Н. Олейника и др. Проблеме поиска конкурентных преимуществ и обеспечения конкурентоспособности фирм посвящена теория Э. Хекшера и Б. Олина, а также работа В. Леонтьева, который обосновал приоритетную роль инноваций в формировании конкурентных преимуществ.

Несмотря на сильные позиции школ, занятых обоснованием стратегической деятельности на современном этапе: школы обучения (Дж. Куинн, Р. Нельсон и др.), когнитивной школы (Р. Регер, Э. Хафф, Г. Томас, Г. Саймон и др.), школы власти (Э. Петтигрю, Дж. Боуер и др.), конфигурации (П. Хандавалл, Д. Миллер, П. Фризен и др.) и культуры (Д. Джонсон, Ф. Ригер и др.), в работах этих авторов отсутствует системный анализ этапов социально-экономического развития с обоснованием условий, методов и моделей конкуренции по этапам. Кроме того, недостаточно внимания было уделено рассмотрению влияния конкуренции на изменение макроэкономической среды. Нет подобных исследований и в российских научных источниках.

В отечественной науке данная проблема освещена значительно меньше. Основу для настоящего исследования составили научные труды таких авторов, как В. Иноземцев, который обосновал место и перспективы России в постиндустриальном обществе на основе условий пореформенного периода 90-х гг. XX века; труды Г. Клейнера и Д.С. Львова, которые на основе анализа условий переходного состояния экономики России рассмотрели возможные модели перехода к более совершенным формам организации. Эти исследования были дополнены работами С. Глазьева, Е. Примакова и А. Нешитова, содержащие анализ текущего состояния экономики России и прогнозы относительно перспектив развития, а также работами С. Авдашева и Ю. Б. Рубина, в которых анализируется состояние конкуренции в России. Также необходимо отметить работы С. Г. Кирдиной, посвященные рассмотрению особенностей условий и состояния институциональной среды в России, Р. Ибрагимовой, которая дает оценку места России в глобальной экономике, а также работы Н. А. Скрыльниковой, Т. Б. Кондрашевой, О. Г. Голиченко, М. Б. Гадиевой посвященные исследованию инновационной системы в России. В работах С. Перегудова, В. В. Старовойрова, А. А. Яковлева, Ю. С. Симачева, Ю. А. Данилова представлена характеристика корпоративной модели российской экономики.

В числе российских ученых, работы которых посвящены исследованию конкурентных преимуществ и стратегий, следует назвать А. Н. Юданова, раз-

работавшего теорию конкурентных стратегий в зависимости от характеристик фирм, отрасли и рынка. Широкий круг исследований Р. А. Фатхутдинова, посвященные анализу конкуренции и конкурентных стратегий фирм, А. Н. Белковского, который рассмотрел конкурентные стратегии, ставшие наиболее востребованными со стороны российских предпринимателей. А также работы В. Абрамова, В. Бурра, Б. Мильнера и др., занимающихся проблемами определения и формирования конкурентных преимуществ. Работы в области конкурентоспособности российских фирм А. Нешитова и М. В. Маракушина.

Однако при всем многообразии исследований, посвященных конкуренции, среди работ отечественных и зарубежных ученых - экономистов нет работ, отражающих эволюцию конкурентной среды, изменение условий и факторов конкуренции, новые подходы к формированию конкурентных преимуществ и моделей конкурентного поведения фирм, которые будут реализованы в соответствующих конкурентных стратегиях. Особое теоретическое и практическое значение имеет анализ новых подходов и моделей конкуренции, в условиях развития социальных сетей, которые предполагают конкуренцию, основанную на единстве целей и принципов взаимодействия, так что, конкурентная среда становится более высоко организованной, с особой внутренней структурой, правилами и распределением ролей. Также областью настоящего научного исследования стала оценка и характеристика развития конкуренции в России.

Цели и задачи. Цель диссертационного исследования: анализ эволюции конкурентной среды, изменения характера, форм и методов конкуренции, и обоснование новых подходов к формированию конкурентных преимуществ, моделей и стратегий конкуренции, обеспечивающих устойчивую конкурентоспособность западных и российских фирм.

В соответствии с целью диссертационного исследования были поставлены следующие задачи:

- проанализировать и обосновать структурные и институциональные факторы эволюции конкурентной среды и конкуренции, ее источников, форм, методов и средств;
- исследовать понятие конкурентоспособности, показать новые конкурентные преимущества, обеспечивающие конкурентоспособность западных фирм в постиндустриальной экономике;
- провести анализ и дать оценку состоянию, а также уровню и качеству развития рыночной среды и конкуренции в России;
- оценить конкурентные позиции российских фирм, выявить их сильные и слабые стороны, изучить применяемые модели и средства конкуренции;

• исследовать возможные конкурентные преимущества российских фирм и модели конкурентного поведения, которые обеспечат им формирование устойчивой конкурентоспособности.

Объектом диссертационного исследования стала конкуренция, как элемент рыночного механизма и характеристика состояния рыночной среды, а также как фактор, влияющий на поведение фирм.

Предмет диссертационного исследования - конкурентные преимущества хозяйствующих субъектов, создаваемые в целях повышения конкурентоспособности в условиях динамичной конкурентной среды.

Методической основой исследования является диалектический метод познания, метод единства исторического и логического, методы системного, структурного и статистического анализа. Комплексный подход к изучению объекта исследования основывается на включении функционального, структурного и поведенческого подхода в исследовании сущности и характера конкуренции. Применение эволюционного анализа позволило выявить основополагающие закономерности развития конкурентной среды и конкуренции.

Теоретическую основу исследования составили труды отечественных и зарубежных специалистов в области экономической теории, институционализма, макро- и микроэкономики, а также глобалистики и экономической социологии.

Информационная база исследования сформирована на основе аналитических материалов Всемирного экономического форума и Международного института менеджмента и развития, нормативно-правовых актов Российской Федерации, Федеральной службы государственной статистики, Министерства экономического развития РФ, Центра макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования, Российского союза промышленников и предпринимателей, Федеральной комиссии по рынку ценных бумаг, материалов правительственных сайтов и сайтов научно-исследовательских институтов, отчетных данные о деятельности предприятий, материалов научно-практических конференций и семинаров, электронных ресурсов, периодической печати.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в обосновании новых подходов к повышению конкурентоспособности российских фирм в условиях интеграции России в глобальную мировую рыночную систему и усложнения конкурентной среды.

В ходе работы были получены следующие результаты.

1. В рамках поведенческого подхода и в соответствии с новым качеством развития конкуренции на современном этапе предложен авторский подход к определению понятия «конкуренция» - это соперничество фирм за наиболее

выгодные условия ведения бизнеса, способствующие широкому освоению новаций и вынуждающие конкурентов вступать во взаимовыгодные партнерские соглашения о сотрудничестве.

2. Составлена периодизация этапов эволюции конкурентной среды и выявлены особенности условий, факторов, форм и средств конкуренции по этапам. Раскрыто влияние социально-экономических отношений, технологий, институциональной и рыночной среды на состояние конкуренции, модели конкурентного поведения фирм и реализуемые конкурентные стратегии. Обоснована приоритетная роль инноваций в формировании высокой конкурентоспособности на современном этапе.

3. Проведен анализ конкурентной среды в России, где в числе сдерживающих факторов развития конкуренции были выделены: недостаточный уровень развития институциональной среды, высокая степень государственного участия при доминировании прямых форм государственного управления, низкая концентрация продавцов и низкая деловая активность, отрицательные проявления рентоориентированной модели национальной экономики и низкая культура бизнеса, негативная структура экономики с ярко выраженными диспропорциями. Слабая конкуренция стала основной причиной сохранения неэффективных форм хозяйствования - фирм, которые неконкурентоспособны по отношению к иностранным производителям, выходящим на российский рынок с готовым продуктом, производственными технологиями или готовым бизнесом.

4. Выявлены причины низкой конкурентоспособности российских фирм; внутренние причины (отсутствие стратегической составляющей в деятельности фирм, слабая ориентация на рынок и низкая способность фирм адаптироваться к требованиям рынка, низкое качество стратегического менеджмента и отсутствие в деятельности фирм взвешенной конкурентной политики) и факторы внешней среды (ограниченность финансовых источников формирования капитала, недостаток на рынке труда квалифицированных кадров, прежде всего, рабочих специальностей, снижение платежеспособного потребительского спроса, административные барьеры; а также ухудшение рыночной конъюнктуры вследствие мирового финансово-экономического кризиса).

5. Определены приоритетные направления и разработан комплекс рекомендаций по повышению конкурентоспособности российских фирм, в которых особая роль отводится инновациям. Во-первых, обоснована необходимость развития кластерного подхода, как особой среды, в которой создаются инновации - продукты высокой конкурентоспособности. Во-вторых, обоснована необходимость развития бизнес - сетей – интегрированных социальных связей между фирмами, которые формируют условия и принципы работы фирм в системе до-

говорных отношений, что влияет на величину транзакционных издержек и имеет особое значение в инновационной деятельности фирм. В-третьих, показаны новые подходы, применение которых формируют новые модели конкуренции с более устойчивыми конкурентными преимуществами.

6. Обоснована необходимость применения интегрированного подхода к инновациям, как главного направления повышения конкурентоспособности российских фирм, что предполагает реализацию инноваций системно (на макро-, мезо- и микроуровнях) и комплексно: в технологиях, управлении, обучении и т.д. Предложена система стимулирования инновационной деятельности российских фирм с учетом оценок фактически достигнутых результатов в повышении производительности и конкурентоспособности фирм.

Теоретическая значимость диссертационного исследования заключается в развитии теории конкуренции, рассматриваемой как процесс эволюции форм, методов и средств, в которых определяющую роль играет сотрудничество и партнерство в формировании сильных конкурентных преимуществ.

Практическая значимость заключается в том, что основные положения диссертационного исследования разрабатывались с учетом характера конкурентной среды на российском рынке и могут применяться хозяйствующими субъектами как комплекс практических рекомендаций по повышению конкурентоспособности на основе формирования новых конкурентных преимуществ и выстраиванию новых моделей и стратегий конкуренции.

Также результаты диссертационной работы могут быть использованы при подготовке лекционных и специальных курсов по дисциплинам: «Экономическая теория» разделы: «Общая характеристика рыночной экономики», «Механизм рынка совершенной и несовершенной конкуренции», «Экономический рост»; «Экономика отраслевых рынков», «Современное состояние экономики России».

Апробация результатов исследования. Основные результаты исследования прошли апробацию в ходе Международной научно - практической конференции «Энергия молодых – экономике России» (Томск), Всероссийской научно – практической конференции «Теоретические проблемы экономической безопасности России в XXI веке» (Томск), VI и VII Экономических чтений (Томск).

Основные идеи диссертационного исследования опубликованы в 13 работах, общим объемом 3,18 п.л.

Объем и структура работы обусловлены целями и задачами исследования. Диссертационная работа общим объемом 184 страницы, состоит из введе-

ния, двух глав, заключения, списка использованной литературы (358 источников литературы), содержит 17 таблиц и 13 рисунков.

Структура диссертации

Введение

1 Факторы, определяющие развитие конкурентной среды и формирующие конкурентные преимущества

1.1 Структурные и институциональные факторы эволюции конкурентной среды и конкуренции

1.2 Эволюция конкуренции и ее влияние на изменение источников конкурентных преимуществ

1.3 Модели конкурентного поведения фирм в условиях изменения конкурентной среды

2 Конкурентоспособность российских фирм в условиях открытой экономической системы

2.1 Анализ состояния конкурентной среды и конкуренции на российских рынках

2.2 Условия и факторы обеспечения конкурентоспособности российских фирм

2.3 Основные направления и средства повышения конкурентоспособности российских фирм

Заключение

Список использованной литературы

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, характеризуется степень научной разработанности; определяются цель и задачи, объект и предмет исследования; научная новизна, теоретическая и практическая значимость работы.

В первой главе систематизируются основные понятия; анализируются периоды эволюции конкурентной среды и ее влияние на изменение характера конкуренции, видов, форм, методов и средств конкуренции по этапам развития. Рассматриваются конкурентные преимущества и модели конкурентного поведения, которые обеспечивают устойчивую конкурентоспособность западных фирм в постиндустриальной экономике.

В первом параграфе раскрывается понятие конкуренции, рассматриваются условия и факторы эволюции конкурентной среды, проводится анализ изменений характера конкуренции и состояния конкурентной среды.

Этимология термина “конкуренция” восходит к латинскому “concurrentia”, означающие “столкновение” или “состязание” за обладание редкими и ценны-

ми ресурсами. Интерпретировать сущность конкуренции можно на основе функционального, структурного или поведенческого подхода. Поскольку большинство действующих рынков сформировались давно, характер конкуренции, структура, а также состав участников на них определены, особый интерес представляет исследование моделей конкурентного поведения фирм в рамках образованных социальных связей.

Условия рыночной среды и конкуренции определяются множеством факторов, которые в зависимости от масштабов, широты охвата и по силе их действия были условно разделены на три уровня воздействия: макро- (влияние социально-экономической среды и мирового рынка), мезо- (влияние отраслей и регионов) и микроуровень (конкуренция на рынке, рыночном сегменте или нише).

Эволюция конкурентной среды обусловлена развитием социально-экономических отношений, технологий и рыночной среды (таблица 1). Э. Тоффелер, Д. Белл и др. выделяют три основных этапа социально-экономического развития: доиндустриальный, индустриальный и постиндустриальный, в рамках которых был проведен анализ изменений состояния среды конкуренции и характера конкуренции.

Таблица 1 – Этапы социально-экономического развития общества

Этап социально-экономического развития	Доиндустриальный	Индустриальный	Постиндустриальный
Период начало – конец	I, II в. до н.э. – 18 в.	1650–...г.	1950– ...г.
Сфера производства	Сельское хозяйство	Промышленность	Услуги, Высокие технологии
Технологии	Трудоемкие	Капиталоемкие	Научноемкие
Основной производственный ресурс	Земля	Сырье и энергия	Информация
Средства производства	Элементарные орудия труда	Машины и оборудование	Электронные технологии
Сфера обмена	Случайный и только излишками продукции	Рыночный обмен продукцией	Обмен информацией (требования/обязательства)
Территория обмена	Ближайшие географические территории	Освоение дальних географических территорий (стран)	Глобальное географическое пространство

Социально-экономическое развитие общества предполагает более сложный порядок организации общественных отношений, что сопровождается развитием институциональной среды (таблице 2). Бизнес, его культура и нормы поведения, как зеркало отражает уровень развития и степень цивилизованности общества.

Таблица 2 – Развитие институциональной среды бизнеса

Этап	Доиндустриальный	Индустриальный	Постиндустриальный
Уровни развития институтов и сфера их влияния	Гильдии, объединения, ассоциации	Национальные организации	Международные организации
	Предприятия, объединения, отрасли	Регулирование на государственном уровне	Регулирование международной сферы и международной деятельности с вмешательством в национальную экономику
Институты	Государство, право собственности, институт обмена, прибыль, институт найма, кредитная система	Банковская система, финансовая система, судебная система, конкуренция, страхование, авторское право	Все виды интеграции деятельности, социальная ответственность, интеллектуальные институты и интеллектуальная собственность
Нормы экономического поведения общества	Отсутствие контрактов. Мгновенные сделки обмена. Недолговременные контакты	Договора на длительной основе. Возможность нарушения договоренностей. Жесткая юридическая зависимость	Система контрактов на долговременной основе. Социально-экономическая зависимость. Культура корпоративной ответственности
Область взаимодействия фирм	Экономическая среда	Экономическая среда, правовая и политическая среда	Интегрирование экономики в другие сферы: природную, социальную, культурную и пр.

Развитие технологий и рост производительности труда существенно преобразовали рынок и условия конкуренции (таблица 3).

Таблица 3 – Характеристика конкурентной среды

Этап	Доиндустриальный	Индустриальный	Постиндустриальный
Тип рынка конкуренции	Неразвитый конкурентный рынок	Стремление к монопольному положению. Олигополия	Монополистическая конкуренция. Олигополия
Особенности конкуренции	Зависимость от местонахождения производителя и покупателя	Увеличение ресурсного потенциала	Абсолютное и гибкое подстраивание компании к рыночным условиям
Ограничения конкуренции	Слабые	Сильные. Блокирование доступа к факторам производства	Слабые. Лояльность потребителя на основе лучшего удовлетворения потребностей. Владение знанием
Субъекты конкурентного влияния	Внутриотраслевые производители	Новые предприятия и товары-заменители. Поставщики	Потребители, заказчики. Общественность. Партнеры. Контактные аудитории
Характеристика конкуренции	Слабая на внутреннем и внешнем рынке	Сильная на внутреннем и слабая на внешнем рынке	Сильная на внутреннем и внешнем рынке

В результате длительного процесса конкурентного отбора эффективных форм бизнеса, основными рыночными игроками стали крупные ТНК, которые делят между собой рынки наукоемкой продукции, рынки труда и мировые рынки капиталов. Бизнес развивается в направлении интеграции, объединения активов и образования крупных компаний, располагающих значительными ресурсными возможностями. Таким образом, образуются рынки олигополии, на которых преобладают неценовые формы конкуренции.

Развитие рынка связано не только изменением условий конкурентной среды, но и изменением характера конкуренции (таблица 4).

Таблица 4 – Характеристика влияния «пяти сил» конкуренции

Этап	Доиндустриальный	Индустриальный	Постиндустриальный
Влияние покупателей	Отсутствует	Слабое	Основное
Влияние поставщиков	Слабое	Основное	Существенное
Угроза новых компаний	Слабая	Существенная	Сильная
Угроза товаров-заменителей	Слабая	Существенная	Сильная
Конкурентная среда	Неразвита	Сформирована. Оказывает значимое воздействие	Высшие формы развития. Определяющее влияние

В условиях развитой институциональной среды и конкуренции постиндустриального периода основное влияние на конкурентоспособность фирм оказывают потребители. Конкуренция за потребителей и рынки сбыта позволяет добиваться наиболее эффективного распределения ресурсов, основанного на повышении продуктивности, что достигается внедрением более совершенных технологий – инноваций. Таким образом, конкуренция стимулирует инновации, которые создают более продуктивных форм бизнеса и способствуют развитию социально-экономической среды.

Таким образом, Конкуренция – это соперничество фирм за наиболее выгодные условия бизнеса, которое способствует широкому освоению новаций и вынуждает конкурентов вступать во взаимовыгодные партнерские соглашения о сотрудничестве.

Во втором параграфе рассматривается понятие конкурентоспособности фирм; дается анализ условий и факторов ее обеспечения; исследуется влияние эволюции конкурентной среды на формирование конкурентных преимуществ; анализируются изменения форм, методов и средств конкуренции по этапам эволюции.

Конкурентоспособность отражает способность фирм конкурировать в сравнении с аналогичными товарами, присутствующими на рынке. Это много-

уровневый интегрированный показатель характеристик фирмы, который зависит от конкурентоспособности товара, технологических и ресурсных возможностей фирмы, ее эффективности организации, а также условий рыночной среды, насколько они благоприятны для развития и роста производительности. Конкурентоспособность фирм основывается на конкурентных преимуществах - ценных ресурсах, которыми фирма владеет и использует как средство конкуренции.

Эволюция конкурентной среды выразилась не только в изменении условий и факторов конкуренции, изменения также коснулись источников конкурентных преимуществ (таблица 5).

Таблица 5 – Эволюция источников конкурентных преимуществ

Этап	Доиндустриальный	Индустриальный	Постиндустриальный
Труд	Производительность труда низкая. Отсутствие трудовой специализации. Функциональное разделение труда	Специализация по видам деятельности. Найм квалифицированного персонала	Человеческий капитал выступает основой осуществляемой деятельности. Высокий уровень профессионализма Узкая специализация по процессу и универсальная спецификация
Земля	Преимущество обладания богатыми, плодородными с/х землями	Обладание большими площадями под производственные цеха	Значения не имеет
Капитал	Существенного значения не имеет	Основа для расширения производства	Основа реализации бизнес-проектов
Технология	Низкопродуктивные способы обработки. Единичное и мелкосерийное производство	Производственные процессы: технология копирования, конвейерная технология. Массовое производство	Гибкие технологии производства и управления. Интеграция всех видов деятельности
Источник конкурентного преимущества	Собственность на землю	Доступ к сырьевым ресурсам. Материальные активы	Информационные технологии, нематериальные активы
Формирование конкурентного преимущества	Приобретение крупных наделов с целью владения и распоряжения. Аренда земли и рентные платежи	Развитие сырьевой базы и захват рынка Снижение издержек на эффекте от масштаба производства	Матричное управление. Аутсорсинг. Электронный документооборот. Использование психологии управления и продаж. Гибкие решения. Учет интересов всех заинтересованных лиц

В постиндустриальном периоде развитие получили неценовые формы конкуренции, что обусловило повышение роли нематериальных активов в формировании устойчивой конкурентоспособности фирм, где особую роль играют инновации, организационная культура и человеческий капитал, бренд, потребительская лояльность и т.д. Развитие новых подходов к формированию конкурентных преимуществ позволяет фирмам добиваться устойчивой конкурентоспособности в условиях глобализации рынков и интеграции стран.

Третий параграф содержит анализ изменений моделей конкурентного поведения фирм по этапам эволюции конкурентной среды.

Эволюция конкурентной среды и изменение характера и свойств конкуренции воплотились в моделях и стратегиях конкуренции (таблица 6). Конкурентная стратегия представляет собой набор продуманных и обоснованных решений фирмы, которые позволят ей реализовать поставленные цели и задачи и сохранить конкурентное преимущество в условиях сложной конкурентной среды.

Таблица 6 – Эволюция конкурентных стратегий

Этап	Доиндустриальный	Индустриальный	Постиндустриальный
Период планирования стратегии	Оперативное. Текущее	Текущее. Долгосрочное	Долгосрочное. Стратегическое
Цели стратегии	Сбыт продукции	Максимизация прибыли	Достижение конкурентного превосходства
Средства конкуренции	Товар, его наличие. Место и средства продажи	Цены. Качество товара Условия предложения	Дополнение потребности
Методы конкуренции	Достижение соответствия внутренних возможностей и внешних условий	Планирование ответных конкурентных действий. Применение универсальных стратегий	Планирование предупреждающих конкурентных ходов. Разработка уникальных стратегических решений

С развитием бизнес-среды деятельность фирм носит характер стратегической деятельности, когда цели и задачи определяются долгосрочной перспективой развития, а разрабатываемые стратегии конкуренции нацелены на достижение устойчивой конкурентоспособности фирм в условиях открытой экономики и интегрированного рынка.

В процессе эволюции конкуренции и изменения характера стратегической деятельности фирм, изменениям подверглись стратегии конкуренции (таблица 7).

Таблица 7 – Особенности стратегий на разных этапах

Этап	Доиндустриальный	Индустриальный	Постиндустриальный
Стратегии	Уникальные*	Стандартные**	Уникальные***
Структура стратегий	Целостность (неделимость) стратегии	Стандартные составные элементы	Стандартные составные элементы
Стратегическое преимущество	Воплощаемые отличия	Воплощаемые отличия	Создаваемые отличия

В числе наиболее известных стратегий индустриального периода выделим следующие (таблица 8):

Таблица 8 – Виды конкурентных стратегий

М. Портер				И. Ансофф				А. Юданов				БКГ			PIMS			
лидерство по издержкам	фокус на издержках	дифференцирование	фокус на дифференциации	рынок	глубокое внедрение на рынок	развитие рынка	разработка товара	диверсификация	приспособленческая	нишевая	силовая	пионерская	атакующая	оборонительная	отступление	инвестирование (рост)	ограничение инвестиций	собрать урожай (отказ)

Значимость этих стратегий в постиндустриальном периоде снижается. Приоритетным направлением становится развитие стратегий.

Во второй главе рассматриваются условия конкурентной среды и характер конкуренции на российских рынках; анализируются сильные и слабые стороны конкурентоспособности российских фирм; исследуются конкурентные преимущества, модели и стратегии конкуренции российских фирм.

Первый параграф второй главы посвящен исследованию условий и факторов конкурентной среды и конкуренции в России.

На основе анализа экономических показателей сделан вывод о том, что Россия относится к числу индустриальных стран с низким уровнем технологического развития, развития социально-экономических отношений и рыночной среды. Показана зависимость экономики от сырьевого сектора, тогда как удельный вес машиностроительной отрасли в ВВП России не превышает 1%.

* уникальность стратегических решений была определена индивидуализированностью процесса разработки конкурентной стратегии. Каждое предприятие самостоятельно от начала и до конца разрабатывало свою стратегию конкуренции.

** различные школы на основе анализа накопленных знамений в области конкуренции, стали предлагать универсальные стратегии конкуренции, компаниям оставалось лишь определиться с выбором наиболее предпочтительной стратегии.

*** в постиндустриальном периоде известные в теории конкурентные стратегии это лишь база (конструкция), которая должна быть дополнена (насыщена) уникальными стратегическими решениями.

Выявлено отрицательно влияние этой зависимости на развитие России. Обновляется системный характер кризиса в России.

Показатели России в рейтинге глобальной конкурентоспособности стран, даже в сравнении со странами БРИК, остаются низкими, что преимущественно обусловлено низким показателем индекса конкурентоспособности бизнеса. Сложившиеся в России структурные и институциональные условия не способствуют появлению конкурентоспособных национальных фирм.

В числе неблагоприятных факторов следует выделить: во-первых, слабый институт собственности, что сформировало в России понятие «условной частной собственности» и класса квазисобственника, ориентированного на максимизацию текущей прибыли и экстенсивный рост активов. Задачи развития и роста производительности труда для квазисобственника отходят на второй план.

Во-вторых, рентоориентированный характер российской экономики, оказывает дестимулирующее влияние на инновации, поскольку затраты и риски фирм на инновационную деятельность многократно возрастают при снижении окупаться инвестиций на инновации.

В-третьих, неэффективность российского бизнеса. Преобладают крупные компании с госучастием, монопольное доминирование которых основывается на административном ресурсе, что позволяет удерживать сильные рыночные позиции.

В-четвертых, прямое государственное управление нарушает действие естественного механизма рынка и конкуренции, и блокирует развитие институциональной среды. Слабое развитие рыночных институтов и их неэффективность привели к проявлению в России рентоориентированной модели поведения и таким негативным явлениям как бюрократия, коррупция и криминал.

В-пятых, высокий уровень концентрации продавцов, что является наследием постсоветского периода развития экономики, а также современным трендом развития бизнеса (тренд на гигантские образования, созданные путем слияний и поглощений), который в России сформировался как результат слабого развития рыночной конкуренции. Малый и средний бизнес, который испытывает существенные затруднения в финансовых средствах, подвергается сильнейшему конкурентному «прессингу» со стороны крупных компаний и вынужден преодолевать значительные административные и бюрократические барьеры, остается слабо развит. Однако даже в этих условиях малый и средний бизнес показывает сравнительно большую эффективность, чем крупный капитал.

В-шестых, структурная диспропорция: высокая роль градообразующих предприятий; отраслевая и региональная дифференциация.

И, седьмое, несовершенство законодательной базы в области конкуренции. В России сформирована статусная конкуренция – конкуренция за административный ресурс, тогда как влияние потребителей на рыночную конкуренцию остается слабым.

Во втором параграфе второй главы анализируются конкурентные возможности российских фирм, их сильные и слабые стороны, модели и стратегии конкуренции.

Недостаточное развитие институциональной среды, ограничение рыночной конкуренции и развитие рентоориентированной модели экономики приводит к снижению эффективности экономики России и сохранению неэффективных форм деятельности, что подтверждается низкими показателями производительности труда. Низкие показатели производительности обусловлены: во-первых, устареванием технологической базы (слабая обеспеченность фирм основными фондами, их высокий износ, низкая производительность) и отсутствием существенных конкурентных стимулов к модернизации; во-вторых, низкой производительностью труда персонала, что связано со снижением мотивационных стимулов к повышению производительности; с замещением квалифицированных специалистов на неквалифицированных низкооплачиваемых работников; со старением рабочих кадров и снижением качества человеческого капитала.

Низкая эффективность российских фирм обусловлена не только внешними факторами, но внутренними причинами, неэффективностью действующих систем маркетинга и менеджмента. Деятельность российских фирм выстраивается без учета требований рынка и с ориентацией на краткосрочную перспективу. При этом экономическое и конкурентное положение фирм будет напрямую зависеть от степени развития деятельности по стратегическому и текущему планированию, а также эффективности реализуемых стратегий. Не многие российские фирмы имеют реальные стратегии и сбалансированные планы развития, еще меньше тех, кто их успешно реализуют.

Отличительными качествами моделей конкуренции российских фирм стали:

1. Приверженность пассивной конкуренции: оперативное восприятие и адаптация изменениям конкурентной среды. Инерционность конкурентного поведения.

2. Следование лидеру, что позволяет снизить неопределенность действий и риски, а также избежать активной конкуренции и высоких издержек.

3. Применение подхода «тихой партизанской войны»: скрытое соперничество, применение тактики точечного воздействия, выигрыш от конкуренции сильных компаний между собой.

4. Применение стандартных стратегий конкуренции: снижение себестоимости, дифференциация продукции, сегментирование рынка, стратегия немедленного реагирования на потребности рынка.

5. Ценовая конкуренция.

Неспособность российских фирм создавать сильные и устойчивые конкурентные преимущества приводит к снижению их конкурентоспособности и как следствие конкурентоспособности страны в целом. Приоритетной задачей стратегии социально-экономического развития России стало повышение конкурентоспособности национальной экономики, поиск своего места в высокотехнологичной мировой экономике.

Третий параграф второй главы содержит анализ основных направлений и определение средств повышения конкурентоспособности российских фирм.

Повышение конкурентоспособности российских фирм требует внутренней перестройки фирмы, вплоть до изменения философии самого бизнеса. В числе общих рекомендаций выделим: повышение роли стратегического планирования, повышение качества продукции, ориентация деятельности на рынок, оперативное и гибкое реагирование на его изменения и т.д. Особую роль в повышении конкурентоспособности должны сыграть инновации: в технологиях, на производстве, в обслуживании рынка, стратегической деятельности фирм и т.д. Однако, поскольку в условиях рентаориентированной экономики российские фирмы проявляют слабый интерес к инновациям, необходимо развитие национальной инновационной системы и реализации комплекса мер по государственной поддержке и стимулированию инновационной деятельности российских фирм. Это требует решения вопросов системного характера: формирования институциональной среды, организационно-правовых условий, конкурентной среды и т.д.

Автором была предложена система стимулирования инновационной деятельности российских фирм, которая должна способствовать росту числа инновационно активных предприятий, повышению производительности и конкурентоспособности российских фирм. Комплекс представленных рекомендаций заключается в следующем.

Во-первых, необходимо разработать систему показателей инновационности, по которым в последствии будет проводиться оценка значимости инновационной деятельности фирм, как для самой фирмы, так и отрасли и экономики в целом. Система оценок должна быть в большей степени качественной (повышение производительности, экономия ресурсов, упрощение производственных операций, снижение издержек, сохранение экологии, улучшение социальных показателей и пр.).

Во-вторых, необходимо разработать систему дифференцированного, в зависимости от значимости результата, вознаграждения инновационно активных фирм. Причем стимулирование должно быть положительным и значимым. Сами формы поощрений могут быть различными: льготы по налогам, возмещения части расходов из бюджета, система зачетов, участие в договорных отношениях.

В-третьих, чтобы подход не был сведен к формализации, система поощрений должна распространяться на каждую отдельно заявленную фирмой инновацию (позиция определяется фирмой самостоятельно). Предполагается, что система поощрений предусматривает ограниченный период действия (этот срок не должен превышать 1 – 2 года) и размер поощрения инновационной деятельности. Итак, со стороны государства будет оказываться серьезная поддержка уже используемых инноваций, но в течение ограниченного периода времени. Таким образом, государство ограничивает свое участие стимулированием внедрения новаций. Тогда как жесткое ограничение периода стимулирования заставляет фирмы, с одной стороны, более полномасштабно использовать потенциал научной разработки с тем, чтобы получить максимальные выгоды от ее воплощения, поскольку основную долю доходов фирма должна будет извлекать от применения самой инновации. С другой стороны, своевременно заставляет задуматься о возможности внедрения новых улучшений, стремясь не только заменить устаревающие технологии, но и компенсировать при этом долю понесенных расходов.

В-четвертых, число инноваций со стороны предприятия может быть неограниченным. Чем интенсивнее будет инновационная деятельность фирм, тем устойчивее должна быть их конкурентоспособность.

Таким образом, предприниматели по-разному будут оценивать перспективы развития бизнеса и на иных основаниях распределять доходы между «прибылью» и фондами развития. У предприятий должен сформироваться значимый стимул для вложения средств в перспективные разработки. Отличие предложенного подхода заключается в том, что предлагаемый механизм соучастия в инновациях направлен на поддержание уже реализуемых программ, с конкретными результатами, которые могут стать базой для воплощения новых разработок в дальнейшем. Система может действовать через фонды или гранты.

Развитие инноваций и повышение конкурентоспособности фирм зависит от того, насколько благоприятные условия для этого были созданы. Приоритетным направлением государственной политики должно стать образование конкурентоспособных кластеров - точек экономического роста, в рамках которых формируются среда с наиболее благоприятными условиями для развития бизнеса: ресурсная обеспеченность, инвестиционная привлекательность, «жесткая»

и «мягкая» инфраструктура, уровень развития и качество институтов и т.д. В рамках кластера формируется научно-технологическая база, реализуются инновационные проекты, повышается производительность, рентабельность и конкурентоспособность продукции.

В заключении автор сформулировала основные выводы и рекомендации по диссертационному исследованию.

1. Эволюция конкурентной среды стала результатом социально-экономического развития общества, технологий и институциональных изменений в доиндустриальном, индустриальном и постиндустриальном периодах. Состояние конкурентной среды определяется множественными факторами макро (влияние социально-экономической среды и мирового рынка), мезо (влияние отраслей и регионов) и микро (конкуренция на рынке, рыночном сегменте или нише).

2. Эволюция конкурентной среды воплотилась в новом характере конкуренции, изменении видов, форм, источников конкурентных преимуществ, методов и средств конкуренции по этапам эволюции.

3. Возрастает интенсивность конкуренции и рыночная среда становится все более динамичной. Для повышения конкурентоспособности российским фирмам необходимо научиться постоянно анализировать и быстро адаптироваться рыночным изменениям.

4. Применение интегрированного подхода к инновациям будет способствовать повышению конкурентоспособности российских фирм. Интегрированный подход предполагает реализацию инноваций системно (на макро-, мезо- и микроуровнях) и комплексно: в технологиях, управлении, обучении и т.д.

5. Приоритетным направлением в инновационной политике государства должно стать развитие конкурентоспособных кластеров и создание благоприятных условий рыночной и конкурентной среды.

6. Необходимо развивать рыночную, региональную и отраслевую инфраструктуру бизнеса: аутсорсинг, франчайзинг, консалтинг, формировать разветвленные бизнес – сети.

Публикации автора по теме диссертационного исследования:

Статьи в журналах, входящих в перечень ВАК:

1. Метлина А. Е. Факторы, определяющие экономическую эффективность развития предприятия // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2003. – № 5 (37). – С. 75-77 (0,25 п.л.).

2. Метлина А. Е. Конкурентоспособность российских предприятий // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2005. – № 5 (49). – С. 65-68 (0,35 п.л.).

Публикации в других научных изданиях:

3. Метлина А. Е. Товарная политика российских предприятий // Наука и образование : VI Общероссийская межвузовская конференция студентов, аспирантов и молодых ученых (15-20 апреля 2002) : материалы конференции. – Томск : Изд-во Том. гос. педагог. ун-та, 2003. – С. 100-103 (0,23 п.л.).

4. Метлина А. Е. Издержки предприятия и их влияние на конкурентные позиции фирмы // Экономические чтения : доклады региональной научно-практической конференции, посвященной 40-летию экономического факультета. – Томск, 2004. – Вып. 6 – С. 445-449 (0,25 п.л.).

5. Метлина А. Е. Товар и его влияние на конкурентоспособность предприятия // Наука и образование I: X Всероссийская конференция студентов, аспирантов и молодых ученых (25-29 апреля 2005г.) : материалы конференции. – Томск : Изд-во Том. гос. педагог. ун-та, 2005. – Т. 6 : Технология и предпринимательство, экономика, менеджмент. – С. 348-353 (0,3 п.л.).

6. Метлина А. Е. Повышение конкурентоспособности: формирование рыночной стратегии // Энергия молодых – экономике России : труды VII Международной научно-практической конференции студентов и молодых ученых. – Томск : Изд-во Том. политех. ун-та, 2006. – С. 464-466 (0,23 п.л.).

7. Метлина А. Е. Роль нематериального актива в конкурентных преимуществах // VII Экономические чтения : материалы Российской научной конференции «Экономико-теоретические представления о будущем России». – Томск : Изд-во НТЛ, 2006. – С. 149-152 (0,35 п.л.).

8. Метлина А. Е. Экономика знаний – самообучающиеся организации // Экономика России в XXI веке : сборник научных трудов III Всероссийской научно-практической конференции «Теоретические проблемы экономической безопасности России в XXI веке» / под ред. Г. А. Барышевой, Л. М. Борисовой. – Томск : Изд-во Том. политех. ун-та, 2006. – С. 109-111 (0,07 п.л.).

9. Метлина А. Е. Взаимодействие бизнеса и государства в инновационной сфере // Экономика России в XXI веке : сборник научных трудов IV Всероссийской научно-практической конференции «Теоретические проблемы экономической безопасности России в XXI веке» / под ред. Г. А. Барышевой, Л. М. Борисовой. – Томск : Изд-во Том. политех. ун-та, 2007. – С. 185-187 (0,08 п.л.).

10. Метлина А. Е. Управление конкурентоспособностью: стратегический подход // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2007. – № 9 (72). – С. 49-52 (0,38 п.л.).

11. Метлина А. Е. Конкурентоспособность России в условиях индустриальной экономики // Наука и образование : XI Всероссийская конференция студентов, аспирантов и молодых ученых (16-20 апреля 2007г.) : материалы конференции : в 6 т. – Томск : Изд-во Том. гос. педагог. ун-та, 2007. – Т. 6 : Экономика. Технология и предпринимательство, ч 1 : Экономика. Менеджмент. Логистика. – С. 74-79 (0,28 п.л.).

12. Метлина А. Е. Условия конкуренции на российском рынке // Экономическая наука и образование в России : материалы Всероссийской конференции студентов, аспирантов и молодых ученых (22-23 ноября 2007г.). – Томск : Изд-во Том. гос. педагог. ун-та, 2008. – С. 95-98 (0,18 п.л.).

13. Метлина А. Е. Государственные программы развития бизнеса // Экономика России в XXI веке : сборник научных трудов V Всероссийской научно – практической конференции «Теоретические проблемы экономической безопасности России в XXI веке» / под ред. Г. А. Барышевой, С. А. Дукарт. – Томск : Изд-во Том. политех. ун-та, 2008. – С. 295-297 (0,23 п.л.).