

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БИЗНЕС-СТРУКТУР В ОТЕЧЕСТВЕННОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ

© 2010 Г.В. Ларионов*

Ключевые слова: конкурентоспособность, продукт, предпринимательство, стратегия.

Рассматриваются причины снижения конкурентоспособности и методы ее повышения, анализируется процесс формирования и развития конкурентоспособности производственного предпринимательства.

При переходе России к рыночной экономике особенно острым становится вопрос конкурентоспособности отечественной продукции. Именно в конкурентоспособности концентрируются основные экономические категории - качество продукции и цена, товарная политика и маркетинг, научно-технический и производственно-технологический потенциал предприятия и уровень его производства.

Основными причинами, приведшими к снижению конкурентоспособности как отдельных субъектов экономики, так и экономики страны в целом, являются: высокий уровень физического и функционального устаревания основных производственных фондов, несовершенство законодательной базы, невозможность привлекать в требуемых объемах финансирование из внешних источников, низкий уровень инновационной активности отечественных предпринимательских структур, отсутствие у большинства из них четко сформулированной стратегии развития.

Вместе с тем без существенного повышения конкурентоспособности отечественных предпринимательских структур невозможно обеспечение высоких и, что наиболее важно, стабильных темпов экономического роста национальной экономики. Особенно актуальной проблема конкурентоспособности в отечественном предпринимательстве становится в связи с перспективой вступления России в ВТО.

При создании конкурентоспособной производственной базы предпринимательства необходимо перейти к таким приоритетам инновационного и технологического развития отраслей, как ресурсо- и энергосбережение;

увеличение доли продукции высокой степени переработки; обеспечение сокращения производственного цикла за счет применения современных информационных и инновационных технологий.

Особое место в построении конкурентоспособной экономики страны занимает производственное предприятие. Здесь формируется технический уровень продукции, определяются ее стоимостные показатели, и, в конечном итоге, - ее качество. Конкурентоспособный товар должен не только противостоять товару-конкуренту, но и превосходить. Его высокая конкурентоспособность находит свое отражение в большей доле рынка, в более высокой рентабельности производства и сбыта и в большей прибыльности производственного предприятия в целом. Управление конкурентоспособностью производственного предприятия означает не только процесс создания тех или иных потребительских свойств товара, не только использование той или иной ценовой стратегии, но и диктует необходимость учитывать поведение самого рынка, проводить анализ воздействия рыночных условий на производственное предприятие, на уровень его рыночного потенциала.

Поэтому актуальность проблемы обеспечения конкурентоспособности производственных предприятий предопределяется необходимостью интенсификации развития реального сектора отечественной экономики, потребностью разработки интегрированного подхода к анализу и оценке конкурентоспособности субъектов отечественного производственного предпринимательства и формирования комплексной стратегии повышения их

* Ларионов Глеб Валерьевич, кандидат экономических наук, доцент Московской академии экономики и права. E-mail: gleb@larionov.la.

конкурентоспособности с использованием ресурсного потенциала.

Производственное предпринимательство на сегодняшний день является ведущим видом предпринимательства в экономике. Его основная функция - организация производства. Производственное предпринимательство относится к числу самых распространенных, общественно необходимых и одновременно самых сложных видов бизнеса, так как формирует основу современной рыночной экономики - массовое производство.

Производственное предпринимательство необходимо рассматривать, в первую очередь, как сферу производства, где более половины ценности предлагаемого продукта должно быть обеспечено предприятием в рамках существующего производственного цикла. При этом инициативная, самостоятельная деятельность субъекта предпринимательства, направленная на получение прибыли или личного дохода, осуществляемая от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность, приводит к возникновению нарушений равновесия путем создания новых потребительских стоимостей товаров, технологий и т.п., что открывает дополнительные возможности для бизнеса в сфере производства, а затем обращения и послепродажного обслуживания, и восстановлению рыночного равновесия на новом уровне.

При анализе процесса формирования и развития отечественного производственного предпринимательства необходимо учитывать территориальные различия уровней конкурентоспособности субъектов под влиянием следующих факторов.

Во-первых, дифференциация процесса формирования и развития производственного предпринимательства была обусловлена тем, что к началу реформирования экономики регионы обладали различным предпринимательским потенциалом и различными ресурсно-воспроизводственными возможностями развития. Эти различия явились результатом, главным образом, отраслевой и региональной специализации советской экономики, основанной на отлаженных в течение многих десятилетий кооперационно-хозяйственных связях. Резкое сокращение поставок сырья, материалов, комплектующих изделий из стран ближнего зарубежья из-за

разрыва этих связей потребовало не только изменения территориальной направленности финансово-инвестиционных и товарных потоков, но и способствовало усилению региональной дифференциации формирующихся рынков.

Во-вторых, усиление дифференциации было связано с проводимой рядом регионов политикой, направленной на самообеспечение, сохранением в них административного контроля за ценами, движением товаров и ресурсов, вплоть до прямого запрета их вывоза за пределы региона.

В-третьих, в усилении дифференциации немаловажную роль сыграл также территориальный монополизм, четко проявившийся после разрушения единого экономического пространства бывшего Союза. Территориальный монополизм был обусловлен как особенностями сложившейся за десятилетия специализации в рамках единого пространства, так и сырьевой структуры российского экспорта.

В-четвертых, определяющую роль в формировании производственного предпринимательства, динамике его эффективности играет состояние платежеспособного спроса. Особенность становления российского производственного предпринимательства заключается в том, что оно формировалось в условиях существенной дифференциации регионов и территорий по уровню потребительского платежеспособного спроса.

В-пятых, усиление дифференциации динамики становления производственного предпринимательства в значительной мере обусловлено сохраняющимися различиями регионов и территорий по уровню социально-экономического развития, наличию материально-технической базы, развитости и доступности инфраструктурного комплекса и фондовых, товарных и других рынков, климатическим и демографическим факторам, культурному и образовательному уровню и т.д.

В-шестых, усилению территориальной дифференциации способствовали различия проводимой социально-экономической политики, формирования отношения населения и местных органов власти к предпринимательству. Об этом свидетельствует различный уровень предпринимательской активности в регионах.

Индекс конкурентоспособности позволяет оценить сильные и слабые стороны России. В сферах подготовки кадров и научных исследований все еще сохраняется сравнительно сильная позиция. Однако страна занимает худшие позиции по таким направлениям, как фаворитизм государственных чиновников, коррупция и независимость суда. Российские организации конкурируют, главным образом, за счет цен, а не превосходства качества своих товаров и услуг.

Развитие отечественной предпринимательской среды, постоянно существующая прямая и условно-прямая конкуренция субъектов предпринимательства обуславливает на выходе три типа эволюционных эффектов. Эволюционный эффект первого типа состоит в относительной неустойчивости конкурентных позиций каждого соперника. Эволюционный эффект второго типа состоит в формировании предпринимательской среды современного бизнеса как сообщества разных по величине компаний.

Дифференциация субъектов бизнеса по различным признакам объектов бизнеса или в зависимости от других особенностей выступает аналогом природной дифференциации видов. Важно подчеркнуть, что различия между конкурентами состоят не только в том, сильны они или слабы, доминируют они или испытывают зависимость, но также и в том, что все они выполняют неодинаковые предпринимательские функции. И эволюционный эффект третьего типа прямой и условно-прямой конкуренции состоит именно в возникновении и усилении конкурентной функциональной дифференциации в системе предпринимательских деловых отношений.

Дифференциация профессиональной деятельности разных компаний приводит и к дифференциации их предпринимательских функций в системе бизнеса. В соответствии со своей функциональной дифференциацией каждая компания определяет, как именно она намерена осваивать избираемые области предпринимательского бизнеса.

Особое внимание следует уделить третьему типу эффектов, поскольку функциональная дифференциация проявляется, в первую очередь, на оперативно-производственном уровне предприятия. Реализация данного эффекта обеспечивается за счет использова-

ния конкурентной стратегии предприятия, основанной на воспроизводственно-эволюционном подходе. Он ориентирован на постоянное возобновление производства продукции для удовлетворения потребностей конкретного рынка с меньшими (по сравнению с лучшей аналогичной продукцией на данном рынке) совокупными затратами на единицу полезного эффекта.

Элементами воспроизводственно-эволюционного подхода являются:

- ♦ выбор базы сравнения (показатели лучшего образца конкурентов, скорректированные к началу освоения нового образца продукции предприятия) при планировании частных показателей качества и ресурсоемкости продукции, базы, отвечающей достижениям научно-технического прогресса в данной области на момент приобретения продукции потребителем, базы, удовлетворяющей требования потребителей не к моменту планирования или разработки продукции, а к моменту приобретения продукции потребителем; трактовка закона экономии времени как экономии суммы прошлого и будущего труда за жизненный цикл продукции на единицу ее полезного эффекта;

- ♦ рассмотрение во взаимосвязи воспроизводственного цикла выпускаемой, проектируемой и перспективной модели продукции в координатах времени и программы выпуска;

- ♦ обеспечение по возможности пропорционального по качеству и количеству развития элементов внешней среды (макросреды, инфраструктуры региона, микросреды предприятия).

Некоторые предприятия при построении конкурентной стратегии ориентируют производство на использование последних достижений научно-технического прогресса (НТП) в данной области, особенно в случае начала освоения нового образца в серийном производстве.

Эта стратегия приемлема при отсутствии качественной информации и высокой неопределенности решения и средств для коренного улучшения продукции.

Предприятия, ставящие целью выход в лидеры на целевом рынке с новой продукцией, применяют опережающую стратегию, делая попытку прогнозировать развитие НТП на период привыкания потребителя к продукции.

В целом конкурентную стратегию можно описать тремя принципиальными компонентами: скоростью роста, дифференцированием рынка и дифференциацией продукции.

Скорость роста показывает, какие мероприятия будут обеспечивать будущий рост предприятия.

Дифференциация рынка показывает, как предприятие будет отличаться от конкурентов в глазах покупателей, а также относительную долю рынка, которую предприятие стремится занять.

Дифференциация продукции показывает отличие продукции одного предприятия от предприятия-конкурента.

Именно равновесие этих трех компонентов определяет потенциал и уровень конкурентоспособности предприятия и является мерой приверженности предприятия делу улучшения качества продукции.

Сферу качества определяют следующие ресурсы предприятия: персонал; технологии; инновации.

Персонал - это самый главный ресурс любого предприятия. Улучшить деятельность персонала можно путем развития производственных навыков, четкого определения роли каждого сотрудника в предприятии и ее процессах, обучения их основным инструментам всеобщего управления качеством, развития личности каждого сотрудника.

Технологии - это качественный ресурс в области конкурентоспособности. Они способствуют развитию методов и механизмов производства, динамике их взаимодействия.

И, наконец, инновации - это важный ресурс сферы качества, который должен быть в достаточной степени развит как на уровне отдельного сотрудника, так и коллектива.

Таким образом, конкурентоспособность объединяет внутренние элементы, которые помогают определить характер предприятия и которые нужны для совершенствования конкурентной стратегии с использованием тех элементов, которые должны "культивироваться" как системообразующие ресурсы.

Одновременно на основе обобщения теорий, отражающих процессы формирования и развития конкуренции экономических субъектов, были выделены пять основных типов конкурентных преимуществ производителей.

Ресурсные - конкурентные преимущества предприятий, увеличивающие потребительский эффект, связанный с ценовыми характеристиками приобретаемой продукции, складываются по следующим причинам:

- ♦ благоприятный налоговый и бюрократический режимы, создаваемые правительством страны размещения капитала и позволяющие предприятиям получать экономию на налоговых платежах и транзакционных издержках;

- ♦ выгодное местоположение (близость к транспортным и информационным коммуникациям, торговым узлам и другим элементам инфраструктуры);

- ♦ благоприятные условия доступа к природным ресурсам и недвижимости;

- ♦ низкие процентные ставки (дешевизна заемного капитала);

- ♦ дешевизна (доступность) природных ресурсов (ресурсов литосферы и гидросферы территории) и рабочей силы.

Технологические конкурентные преимущества производителей обусловлены наличием и эксплуатацией предприятиями технологий массового производства, обеспечивающих экономию на масштабах и увеличивающих потребительский эффект, связанный с ценовыми характеристиками приобретаемой продукции.

Инновационные конкурентные преимущества производителей формируются за счет реализации в производстве результатов НИОКР, позволяющих обеспечивать ускоренное обновление номенклатуры и ассортимента выпускаемой продукции и за счет этого увеличивать потребительский эффект, связанный с качественными параметрами приобретаемой продукции.

Глобальные конкурентные преимущества производителей связаны с формированием внеэкономических (экологических, социальных) стандартов хозяйственной деятельности и их реализацией в политике предприятий и государства.

Культурные конкурентные преимущества производителей обусловлены культурной близостью (различиями) стран, позволяющей предприятиям поддерживать рынки сбыта и ресурсов в странах близкой культуры.

Исходя из перечисленных преимуществ, для повышения конкурентоспособности

субъектов российской экономики следует сосредоточиться на принципиально важных, но не в полной мере реализуемых (или вообще не реализуемых) для России направлениях поддержки предпринимательства в сфере производства.

России необходимо в полной мере использовать потенциал поддержки ресурсных преимуществ производителей, включая тарифное и нетарифное регулирование и прямое субсидирование некоторых отраслей.

Макроэкономическая политика России остро нуждается в расширении использования инструментов косвенной поддержки национальных производителей, в частности налоговых и кредитных, широко применяемых в отраслях зарубежной промышленности.

Направленность ориентации экономики и место России в международном разделении труда определяется сформировавшейся сырьевой структурой ВВП и экспорта. Повышение степени переработки исходного сырья в этой связи - задача, которая актуальна на ближайшую перспективу.

В настоящее время восстановление или усиление технологических преимуществ у части российских предприятий происходит в формах:

- ◆ ввода в действие технологий, экономящих различные виды производственных ресурсов;
- ◆ увеличения степени переработки исходного сырья;
- ◆ включения предприятий российских обрабатывающих отраслей в интернационализированные воспроизводственные циклы.

Долгосрочные угрозы восстановлению технологической конкурентоспособности обусловлены серьезным отставанием большинства российских предприятий от иностранных конкурентов по уровню производительности труда и капитала (фондоотдачи). Последнее даже при существенно более низкой стоимости рабочей силы не позволяет поддерживать низкие цены в средне- и долгосрочном периоде вследствие растущих эксплуатационных затрат и при невозможности вытеснения капитала в условиях дефицита инвестиций.

Восстановление или усиление инновационных преимуществ российских предприятий происходит в формах:

- ◆ расширения номенклатуры и освоения новых видов конкурентоспособной продукции;

- ◆ внедрения прогрессивных технологий.

Ограничения инновационного роста вызваны:

- ◆ низкой инновационной активностью предприятий;

- ◆ несоответствием структуры производства в растущих отраслях структуре рыночного спроса;

- ◆ отсутствием приемлемых для потребителей схем расчетов в капиталоемких отраслях.

Использование ресурсных преимуществ по-прежнему затрудняется такими макроэкономическими факторами, как ухудшение состояния ресурсной базы добывающих отраслей, рост ресурсных цен и нестабильность поставок, а также сохраняющиеся неденежные расчеты.

Факторы импортозамещения и улучшения конъюнктуры мировых сырьевых рынков сыграли основную роль в реализации ресурсных преимуществ российских товаропроизводителей. При этом потребительский рынок - основное поле импортозамещения - оказался гораздо менее емким, чем рынок продукции производственно-технического назначения, о чем свидетельствовал более быстрый рост в отраслях инвестиционного комплекса, связанных с поставками продукции производственно-технического назначения в сырьевые отрасли.

Повышение ресурсных конкурентных преимуществ возможно в случае принципиального решения о кардинальном изменении структуры российской экономики в пользу отраслей высокой степени переработки.

Следовательно, рациональное сочетание видов деятельности обеспечивает и конкурентное преимущество, и его устойчивость. Решения, связанные с позиционированием, определяют не только выбор видов деятельности и то, как предприятие будет выполнять отдельные из них, но и то, как эти виды деятельности будут связаны между собой. Если операционная эффективность - это проблема достижения превосходных показателей в отдельных видах деятельности или функциях, то стратегия - это проблема выбора комбинации видов деятельности.

Предприятие должно производить продукт, который стабильно будет находить покупателей. Это означает, что продукт должен быть, во-первых, интересен покупателю настолько, что он готов отдать за него деньги, и, во-вторых, интересен покупателю больше, чем аналогичный или схожий по потребительским качествам продукт, производимый другими предприятиями. Если продукт обладает этими двумя свойствами, то он имеет конкурентные преимущества. Следовательно, предприятие может успешно существовать и развиваться только в том случае, если его продукт обладает конкурентными преимуществами.

Несмотря на то, что каждое успешное предприятие применяет свою собственную стратегию, глубинные принципы деятельности оказываются в своей основе одинаковыми - предприятия добиваются конкурентных преимуществ посредством инноваций. Они подходят к нововведениям в самом широком смысле, используя как новые технологии, так

и новые методы работы; осваивают новые методы достижения конкурентоспособности или находят лучшие способы конкурентной борьбы при использовании старых способов.

Иными словами, налицо существенная особенность нового подхода к внедрению инновации - усиление роли потребителя при формировании требований к качественным характеристикам продукции. Новый этап развития инновационного процесса в промышленности характеризуется тем, что эта роль возрастает и для предприятий, выпускающих продукцию массового потребления, и для предприятий, стоящих в технологической цепочке производства далеко от конечных потребителей¹.

¹ См. также: *Левшина О.Н.* Методология анализа и оценки конкурентоспособности в производственном предпринимательстве : монография. М., 2009; *Лифиц И.М.* Конкурентоспособность товаров и услуг. М., 2007; *Ларионов Г.В.* Анализ и оценка конкурентоспособности интегрированного продукта в предпринимательстве. М., 2009.

Поступила в редакцию 05.10.2010 г.