

УДК 622

**А.И. Тонких**

## **МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ УРОВНЯ КОНКУРЕНЦИИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ НА ОТРАСЛЕВОМ УРОВНЕ**

*Сформулировано определение конкурентоспособности отрасли на основе анализа конкуренции продукции и предприятий.*

*Ключевые слова: конкурентоспособность отрасли, конкуренция, угольная продукция.*

**Семинар № 8**

### **A.I. Tonkih METHODOICAL APPROACH FOR EVALUATION THE LEVEL OF COMPETITION AND COMPETITION CAPACITY OF COAL PRODUCTS AT THE BRANCH LEVEL**

*The definition of competition capacity of a branch on the base of analysis of product competition and enterprise is formulated.*

*Key words: competitiveness of branch, competition, coal production.*

**К**онкуренция – фундаментальная экономическая категория. В переводе с латинского означает процесс борьбы товаропроизводителей за более выгодные условия производства и сбыта товаров, за получение наивысшей прибыли, выступает как механизм регулирования общественного производства. Испытывая на себе воздействие внешних факторов, конкуренция выполняет регулирующую роль в системе стихийной организации хозяйства, оптимизирует взаимосвязи товаропроизводителей, определяет их интересы и формы поведения в условиях экономической свободы и правовой независимости субъектов рынка [1].

Неотрывно от конкуренции существует конкурентоспособность. Она яв-

ляется её атрибутом, определяется и проявляется благодаря конкуренции.

Конкуренция осуществляется в двух основных формах – ценовой и неценовой.

**Ценовая конкуренция** предполагает борьбу за получение дополнительной прибыли путем снижения издержек производства и обращения без изменения качества продукции. В условиях ценовой конкуренции снижение издержек производства рассматривается как основной фактор достижения конкурентных преимуществ.

В последнее время наибольшее развитие получила **неценовая конкуренция** в различных ее проявлениях (технический уровень, качество, рыночная новизна, реклама, послепродажное обслуживание, создание товаров-субститутов и др.).

«Ценовые» и «неценовые» факторы конкурентоспособности продукции взаимосвязаны. Товар обладает двумя чертами: стоимостью и потребительской стоимостью. Денежным эквивалентом стоимости товара на рынке выступает его цена, а потребительская стоимость заключается в качестве товара.

Стратегия предприятия должна заключаться в том, чтобы на основе ана-

лиза факторов внешней среды и составляющих своего конкурентного потенциала преобразовать его в реальные конкурентные преимущества в виде конкурентоспособной продукции.

М. Портер также считает, что позицию фирмы в отрасли определяет конкурентное преимущество. В конечном счете, фирмы обходят своих соперников, если имеют прочное конкурентное преимущество. Конкурентное преимущество должно состоять в основном из двух частей: 1) более низких издержек и 2) дифференциации товаров. Низкие издержки отражают способность фирмы разрабатывать, выпускать и продавать сравнимый товар с меньшими затратами, чем у конкурента; а дифференциация — способность фирмы предлагать покупателю качественный товар, особых потребительских свойств или обеспечивает его послепродажным обслуживанием [5].

Конкуренция отдельных отраслей и предприятий на мировом рынке принимает характер конкуренции самой продукции. Следовательно, конкурентоспособность продукции зависит как от ценовой, так и от неценовой конкуренции. Таким образом, конкурентоспособность продукции можно оценить в общем виде следующим образом:

$$K = \frac{Q}{A},$$

где  $K$  – конкурентоспособность продукции;  $Q$  – совокупность качественных характеристик;  $A$  – совокупность ценовых характеристик.

Конкуренция, являющаяся соревнованием ради прибыли, выступает основной движущей силой товарного хозяйства. Товар становится орудием конкурентной борьбы, ее видимой причиной и неизбежным следствием. И успех в этой борьбе обеспечивает продукция, которую принято называть конкурентоспособной.

**Конкурентоспособность** — это реальная и потенциальная возможности фирм в существующих для них условиях проектировать, изготавливать и сбывать товары, которые по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательны для потребителя, чем товары их конкурентов (Европейский форум по проблемам управления).

В России проблемам повышения конкурентоспособности на высшем уровне управления стали уделять внимание с 30 марта 1999 года, когда в ежегодном Послании президента Б.Н. Ельцина "Россия на рубеже эпох" большое внимание было уделено проблемам повышения конкурентоспособности страны. Из этого Послания можно сделать вывод, что основным смыслом развития страны, **главной идеей нашего вхождения в XXI в. должно стать повышение конкурентоспособности российской экономики.**

Большое внимание повышению конкурентоспособности России уделено в "**Концепции национальной безопасности Российской Федерации**" от 10 января 2000 г. В Концепции отмечается, что важнейшей задачей для России является опережающее развитие конкурентоспособных отраслей и производств.

Конкурентоспособность – внутренний, необходимый атрибут и результат конкуренции, которая может быть достигнута при разумном сочетании рыночных механизмов и методов государственного регулирования адекватного сложившейся ситуации и требованиям времени.

Категория «конкурентоспособность» в современной рыночной экономике является одной из ключевых. **В зависимости от экономического объекта применения различают конкурентоспособность продукции,**

**конкурентоспособность предприятия, конкурентоспособность отрасли, национальной экономики.**

Характеристики и факторы, их определяющие, существенно отличаются. А объединяет эти категории способность исследуемого объекта выполнять свои функции в условиях рынка не менее эффективно, чем конкуренты. Конкурентоспособность продукции, предприятия, отрасли по своей сути представляют собой различные уровни конкурентоспособности национальной экономики.

С методологической точки зрения в основе конкурентоспособности лежит конкурентоспособность продукции, так как конкурентоспособность предприятия зависит от достигнутого уровня конкурентоспособности производимых на данном предприятии всех видов продукции. Конкурентоспособность продукции и предприятия соотносятся как часть и целое. Конкурентоспособность национальной экономики состоит из конкурентоспособных отраслей ее составляющих.

**Конкурентоспособность продукции** представляет собой совокупность качественных и стоимостных характеристик товара, обеспечивающих удовлетворение потребности потребителей. Формирование конкурентоспособности продукции происходит путем придания ей тех качественных и стоимостных характеристик, которые наиболее соответствуют требованиям потребителя на конкретном товарном рынке.

**Конкурентоспособность предприятия** рассматривается как совокупность, с одной стороны, характеристик самого предприятия, определяемую уровнем использования его научно-технического, производственного, кадрового потенциала, потенциала маркетинговых служб, реализуемых в процессе воспроизводства. С другой стороны, внешних по отношению к не-

му социально-экономических и организационных факторов, позволяющих предприятию создавать продукцию, которая по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательна для потребителей, чем у конкурентов [4].

Конкурентоспособность продукции и конкурентоспособность предприятия-производителя соотносятся как часть и целое. Возможности предприятия конкурировать на конкретном рынке зависят от конкурентоспособности продукции и совокупности социально-экономических и организационных факторов, и методов деятельности предприятия. Таким образом, по своей экономической сущности конкурентоспособность предприятия представляет собой более широкую категорию, чем конкурентоспособность продукции.

**Конкурентоспособность отрасли** определяется через наличие конкурентных преимуществ предприятий ее составляющих, которые позволяют производить продукцию высокого качества, удовлетворяющую требованиям конкретных групп потребителей [1, 2, 3].

Конкурентоспособная отрасль, должна включать следующие черты:

- конкурентоспособная отрасль это категория относительная, а не абсолютная. То есть важными считаются не сами показатели, а то, как эти показатели соотносятся с динамикой показателей конкурентов;

- конкурентоспособность отрасли должна находиться в тесной взаимосвязи с конкурентоспособностью отдельных предприятий и национальной экономики;

- конкурентоспособность национальной экономики во многом определяется конкурентоспособностью отдельных ее отраслей;

- конкурентоспособность отрасли предполагает иметь наличие в ней: рациональной отраслевой структуры, группы высоко конкурентных предпри-

ятий; отлаженной опытно-конструкторской, прогрессивной производственно-технологической базы, развитой отраслевой инфраструктуры; гибкой системы научно-технического, производственного, материально-технического и коммерческого сотрудничества как внутри отрасли, так и с другими отраслями в стране и за ее пределами;

- конкурентоспособность отрасли должна характеризоваться временной принадлежностью, причем временной интервал отрасли должен быть больше, чем для конкурентоспособности продукции (жизненный цикл товара) и конкурентоспособности предприятия (период функционирования предприятия). Например, радикальное решение проблемы конкурентоспособности даже на уровне предприятия требует 5-10 лет, а для отрасли – минимум 10-15 лет;

- конкурентоспособность отрасли характеризуется территориальной принадлежностью.

Таким образом, исходя из этих предположений, сформулируем авторское определение конкурентоспособности отрасли.

Конкурентоспособность отрасли – это категория национальной эконо-

мики, отражающая эффективность функционирования отрасли на национальном рынке в целом и на международных рынках. Она представляет собой совокупность, с одной стороны, характеристик отрасли и предприятий, ее составляющих; с другой стороны, она должна учитывать влияние на нее внешних факторов (государственное, общественное, политико-правовое устройство страны, финансово-кредитную и налоговую политику, уровень развития национального рынка и т.д.), определяющих способность отрасли более эффективно функционировать на внешнем, внутреннем и региональных рынках страны в определенный период времени по сравнению с конкурентами, получая при этом широкие возможности для дальнейшего развития отрасли.

В этом определении учитываются конкурентоспособность продукции, конкурентоспособность предприятий отрасли, возможности конкурентов, временная и территориальная принадлежность этой категории конкурентоспособности, наличие потенциала для дальнейшего развития отрасли.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия, практика / Г.Л.Азоев. -М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. - 208с.

2. Гельвановский М.И. Национальная конкурентоспособность: понятие, факторы, показатели / М.И. Гельвановский, В.М. Жуковская, И. Трофимова // Вопросы статистики. - 1999. - № 12. - С. 15.

3. Конкурентное превосходство наций. // Рынок. - 1991. - №11. - С. 12.

4. Конкурентные позиции региона и их экономическая оценка / Под ред. Г.А.Унтуры. - Новосибирск: ИЭиОПП СО РАН, 1997. - 212 с.

5. Портер М. Международная конкуренция / М.Портер. - М.: Междунар. отношения, 1993. - 896 с. **ИДБ**

### Коротко об авторе

Тонких А.И. – доцент кафедры «Экономики и производственного менеджмента», кандидат экономических наук, Дальневосточный государственный технический университет (ДВГТУ), институт экономики и управления, горный институт, E-mail: festu@festu.ru.