# Экономика, встреча 3. 19.09.22

Нет четкой формулировки **конкурентоспособности**.

1. Свойство товара, работы, услуги или непосредственно субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присутствующими там аналогами.
2. Концентрированное выражение экономических, технологических, научно-технических экономических и прочих возможностей, которые реализуются в товарах и услугах.
3. Способность успешно функционировать на конкретном рынке или регионе рынка, в данной отрасли и в данный период времени.

Конкурентоспособность и эффективность[[1]](#footnote-1) – относительный показатель (выявляется в процессе отношений)

Конкурентоспособности присущ динамический характер, поскольку она меняется с течением времени, а также зависит от изменений во внутренней и внешней среде.

Конкурентоспособность субъекта определяется наличием у него конкурентных преимуществ как во внешней, так и во внутренней среде.

Иерархия конкурентоспособности:

* Конкурентоспособность **страны** определяется способностью страны производить товары и услуги, отвечающие требованиям мировых рынков и создавать условия наращивания гос. Ресурсов, обеспечивающих темп роста ВВП и качество жизни
* Конкурентоспособность **региона** – способность региона производить тов., раб, условий, отвечающие треб. внутренних и мировых рынков, создавать условия наращивания ресурсов, увеличивая наращивания региональных ресурсов для обеспечения роста потенциальной конкурентоспособности субъектов хозяйствования со скоростью, обеспечивающей устойчивые темпы роста ВВП и качество жизни
* -//- отрасли, предприятия и **продукции** – аналогично, кроме ВВП и качества жизни

Классификация конкурентных преимуществ:

* **Низкого** порядка
  + Связаны с возможностью использования более дешевых источников.
  + Низкий порядок связан с **неустойчивостью** – они легко могут быть потрачены либо использованы вашими конкурентами
* **Высокого** порядка
  + Уникальность продукции, используемых технологий, каналы сбыта, организация процесса производства, хорошая репутация.
  + Наоборот, высокий порядок связан с **устойчивостью**.

В зависимости по природе возникновения:

* Абсолютные
  + Имеют условно **неотъемный** характер
* Относительные
  + Имеют условно **переменный** характер. Обладание высок. технологий.

Так же:

* Реальные
  + Факторы, которыми **уже обладает** предприятие
* Потенциальные
  + Факторы, которыми хозяйствующий субъект **может** превзойти конкурентов, при определенных условиях.

Группы

* По сроку действия (краткосрочные, среднесрочные, долгосрочные)
* По характеру динамики (устойчивые и подвижные)
* По уровню иерархии (товар, фирма, отрасль, регион, страна)
* По отношению к цене (ценовые, неценовые)
* По возможности повторения (уникальные и эмитируемые)
* По сфере проявления (различные стадии)

В условиях глобализации экономике меняется характер и структура конкурентных преимуществ:

* Перестают быть статичными
* Меняются способы доставки
* Полнее учитывать международные и национальные интересы
* Государственная стратегия становится во главе угла при разработке конкурентных преимуществ

В соответствии с современной концепцией ключевых компетенций[[2]](#footnote-2), определяется характер устойчивости конкурентных преимуществ

Ключевых компетенций позволяют товару, работе, услуги проникнуть на новые рынки, вносят наибольший вклад в эффективность потребительской ценности.

Использование современной теории ключевых компетенций позволяет создать и обладать источниками устойчивых конкурентных преимуществ – товар обладает большей ценностью, технология трудна для воспроизведения. Открывается доступ на различные рынки за счет коллаборационных **?????.**

**Качество** - совокупность свойств и характеристик товара, относящихся к его способности удовлетворять установленные или потенциальные потребности потребителей.

Потребитель считает качественным тот товар, который удовлетворяет его запросы

Производитель руководствуется стандартами.

* + - Возникает диссонанс

Формирование системы качества на предприятии:

* **Обеспечение** качества – совокупность планируемых и систематически проводимых мероприятий, которые создают необходимые условия для выполнения каждого этапа жизненного цикла товара таким образом, чтобы продукция удовлетворяла определенным требованиям.
* **Управление** качеством – управление технологическими процессами, выявление различного рода несоответствий в продукции, производстве либо системе качества и устранение их и причины их возникновения
* **Улучшение** качества – постоянная управленческая деятельность, которая направлена на улучшение технического уровня продукции, качества ее производства, совершенствование элементов производства и самой системы качества на предприятии.

Показатели качества:

* Нормативные – используются для определения соответствия национальным стандартам
* Патентно-правовые – определяет патентную чистоту продукции, степень воплощения в изделии оригинальных решений, не попадающих под дейтсвия патентов в отдельной стране
* Назначения товара
* Надежности товара
* Экологичности и безопасности применения товара
* Транспортабельности товара
* Эргономичности товара
* Технологичность товара
* Эстетичность товара
* Стандартизации и унификации

Оценка конкурентоспособности осуществляется путем сопоставления параметров анализируемого продукта с другим продуктом либо базой сравнения:

* Потребности покупателей
* Конкурирующий товар
* Гипотетический образец товара
* Группа аналогичных товаров

Обязательное условие – сопоставимость значений показателей оцениваемой продукции и аналога, в зависимости от соответствующих этапов их разработки, изготовления и эксплуатации.

Показатель ККС определяется путем количественного сравнения технико-хэкономических показателей товара с соответствующими показателями аналога или образца, как процентное отношение величины каждого параметра

На практике используются следующие численные показатели

* **Единичные** – отражает процентное отношение величины какого-либо технического или экономического показателя
* **Сводные** – объединяет единичные показатели на однородной группе
* **Интегральные** – объединяет групповые показатели по техническим и экономическим параметрам.

Методы оценки конкурентоспособности:

* **Дифференциальный** метод – основан на использовании единичных показателей, при помощи которых определяется соответствующие уровню базового образца в целом или по каким показателям наблюдается отличие и в какой степени.
* **Комплексный** метод – на применении групповых и интегральных показателий
* **Смешанный** метод – дает **более емкую** оценку.

К примеру, комплексный показатель конкурентоспособности продукции по формуле

Qi – доля итого наименования в номенклатуре выпускаемой продукции

Ii – интегральный показатель конкурентоспособности товара:

I^k – по качеству

I^p - по цене

КП меньше единицы – не конкурентоспособен

КП равный единицы – аналогичен

КП выше единицы – абсолютно конкурентоспособен

1. Эффект – абсолютный, эффективность – относительная [↑](#footnote-ref-1)
2. Особый навык или технологии, создающие уникальную ценность для потребителя [↑](#footnote-ref-2)