

УДК 339.137.2(470.62).009.12

UDC 339.137.2(470.62).009.12

**СТРАТЕГИЧЕСКАЯ И ОПЕРАЦИОННАЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ
В ОТРАСЛЯХ РОССИЙСКОЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

**THE STRATEGIC AND OPERATIONAL
COMPETITIVENESS IN RUSSIAN INDUSTRY
BRANCHES**

Глухих Лилия Викторовна
к.э.н., преподаватель

Glukhikh Liliya Viktorovna
Cand. Econ. Sci., lecturer

*Кубанский государственный аграрный
университет, Краснодар, Россия*

Kuban State Agrarian University, Krasnodar, Russia

Манвелян Манвел Олегович
соискатель

Manvelyan Manvel Olegovich
degree candidate

Кубанский государственный технологический
университет, Краснодар, Россия

Kuban State Technological University, Krasnodar,
Russia

В статье предлагается концепция стратегической и операционной конкурентоспособности системы детерминантов конкурентного преимущества стран, выделены уровни конкурентоспособности и соответствующие им сферы стратегического управления, а также разработаны направления вектора управления ростом конкурентоспособности отраслей.

This article is described the concept of strategic and operational competitiveness determinant system of competitive advantage of countries, competitiveness levels and corresponding them strategic management spheres and vector directions of competitiveness branches management growth have been developed as well.

Ключевые слова: КОНЦЕПЦИЯ СТРАТЕГИИ, ОПЕРАЦИОННАЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ, ВЕКТОР УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ.

Key words: CONCEPT OF STRATEGIC, OPERATING COMPETITIVENESS, STRATEGIC MANAGEMENT, VECTOR DIRECTIONS OF COMPETITIVENESS.

Авторский взгляд на концепцию конкурентоспособности отраслей промышленности России выражается в следующем:

1) экономика и имеющие в ней место взаимосвязи и закономерности имеют в своей основе экономические и неэкономические интересы, а также их сочетания. Экономические интересы реализуются посредством удовлетворения первичных потребностей, неэкономические – направлены на удовлетворение вторичных потребностей и учитывают не только материальные, но и культурные факторы;

2) промышленность страны является органичным элементом реального сектора экономики, что определяет ее взаимозависимость и взаимное влияние как от сферы экономических интересов в целом, так и от общест-

венной жизни общества, которая является источником возникновения экономики как таковой;

3) конкурентоспособность в промышленности страны рассматривается нами как конечный результат ее (промышленности) деятельности. Количественную оценку конкурентоспособности дают доля продукции отечественных предприятий на релевантных рынках на микроуровне и доля отраслей и промышленности в целом на национальном и мировых рынках – на макроуровне, качественную – способность к самоорганизации в пределах национальной экономике и качество стратегического управления конкурентоспособностью, выраженное в мотивационной модели бизнеса (автор – В.М. Терещенко). Долю национального рынка промышленной продукции, занимаемую иностранными производителями, мы оцениваем как один из резервов роста конкурентоспособности промышленности страны и стратегического управления ею. Его сопоставление с суммами инвестиционных вложений и минимальным эффективным масштабом промышленного производства в отдельных отраслях дает представление о целесообразности освоения этого резерва, т.е. об импортозамещении.

В.М. Терещенко предлагает мотивационную модель бизнеса на основе пирамиды человеческих потребностей А. Маслоу (рисунок 1)[1]. Надписи в левой колонке относятся к пирамиде Маслоу, надписи в правой колонке – к мотивационной модели бизнеса.

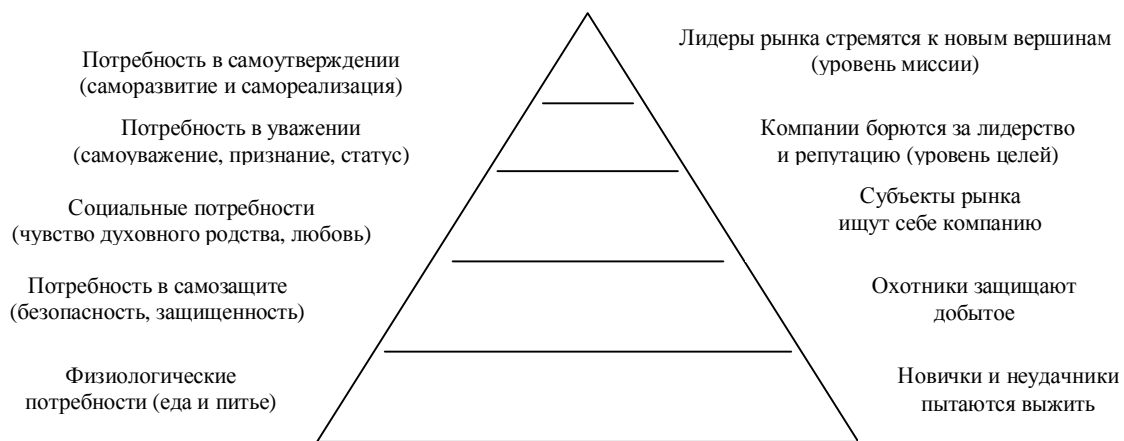


Рисунок 1 – Иерархия потребностей Маслоу в применении к бизнесу

По мнению В.М. Терещенко, модель особенно показательна для российских компаний. Большинство из них пребывают на первых трех ступенях развития, где понимание и ощущение рынка только начинают появляться, сменяя более мощные инстинкты выживания и накопления. На третьей ступени возникает любопытство к понятиям: «маркетинг», «менеджмент», «консалтинг», «исследования» и пр. Не более 5 % фирм поднялись на четвертую ступень. Проблема в том, что маркетинг, реклама, управление и другие важные (по нашему мнению, стратегические) элементы рыночного соревнования – критерии нахождения как раз на четвертой или пятой ступени пирамид [1].

Рассматриваемая модель стратегического управления предприятием, несмотря на некоторую ненаучность определений, имеет высокую практическую ценность, поскольку позволяет с высокой степенью достоверности прогнозировать результаты вступления в договорные отношения и способность к организации внутри отраслей и секторов экономики в крупные промышленные объединения, позволяющие решать крупные народнохозяйственные задачи.

4) конкурентоспособность промышленности страны, выраженная в доле внутреннего рынка промышленной продукции, является для отечественных промышленных предприятий источником определенности, ресурсом, на основании которого возможны концентрация других видов ресурсов и их использование для достижения экономических (индивидуальных) и неэкономических (общественных) интересов;

5) планомерный, управляемый и устойчивый рост конкурентоспособности промышленности страны возможен только при организации стратегического управления, которое должно быть направлено на создание условий развития для отечественных промышленных предприятий, ограничение деятельности международных компаний при одновременной ак-

тивизации экспортного потенциала национальной промышленности страны;

б) необходимость организации стратегического управления в промышленности страны объясняется: недостаточным уровнем накопления и использования социального капитала в российском обществе, экономике и промышленности страны, который повышает «барьеры входа» в отрасли за счет роста операционных издержек (таких как затраты на организацию и поддержание взаимодействия с государственными структурами, на повышение уровня вовлеченности работников, на поиск и завоевание доверия у поставщиков и потребителей и т.д.), отставанием в эффективности использования ресурсов, наличием недобросовестной конкуренции, выражающимся в принятии пролоббированных антиобщественных, но экономически эффективных для отдельных предприятий стратегических управленческих решений;

— стратегическое управление промышленностью страны является элементом системы государственного управления и направлено на реализацию общенациональных интересов высокого и постоянно растущего уровня благосостояния российских граждан, который выражается как в материальном благополучии, так и росте социального (общественного капитала).

Система детерминантов конкурентного преимущества в исходном виде (в соответствии с методологией М. Портера) выглядит следующим образом (рисунок 2).

Эти факторы обуславливают возникновение национальной среды, в которой компании зарождаются и учатся конкурировать[2].

С учетом предлагаемой нами концепции стратегической и операционной конкурентоспособности система детерминантов конкурентного преимущества стран детализируется следующим образом (рисунок 3).

В предлагаемой нами системе детерминантов конкурентного преимущества промышленности страны выделены три уровня конкурентоспособности и три соответствующие им сферы стратегического управления:

1) национальная (факторная), которую рассматривают большинство исследователей проблем конкуренции, и которая количественно выражается в абсолютных показателях наделенности всеми видами ресурсов;

2) стратегическая, определяющая границы конкурентного потенциала промышленности страны в целом на внутреннем и внешнем рынке;

3) операционная, реализуемая на уровне отраслей, комплексов, кластеров и отдельных предприятий.

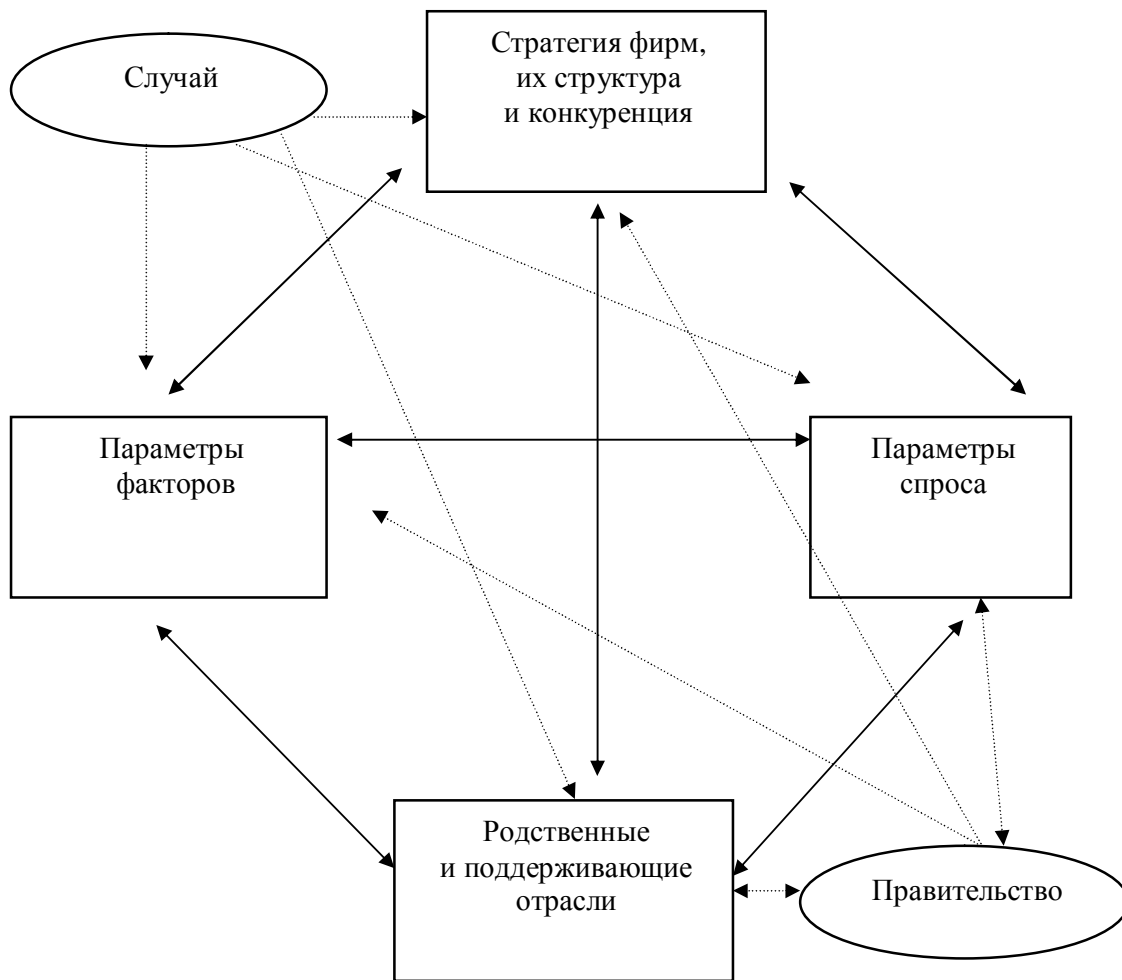
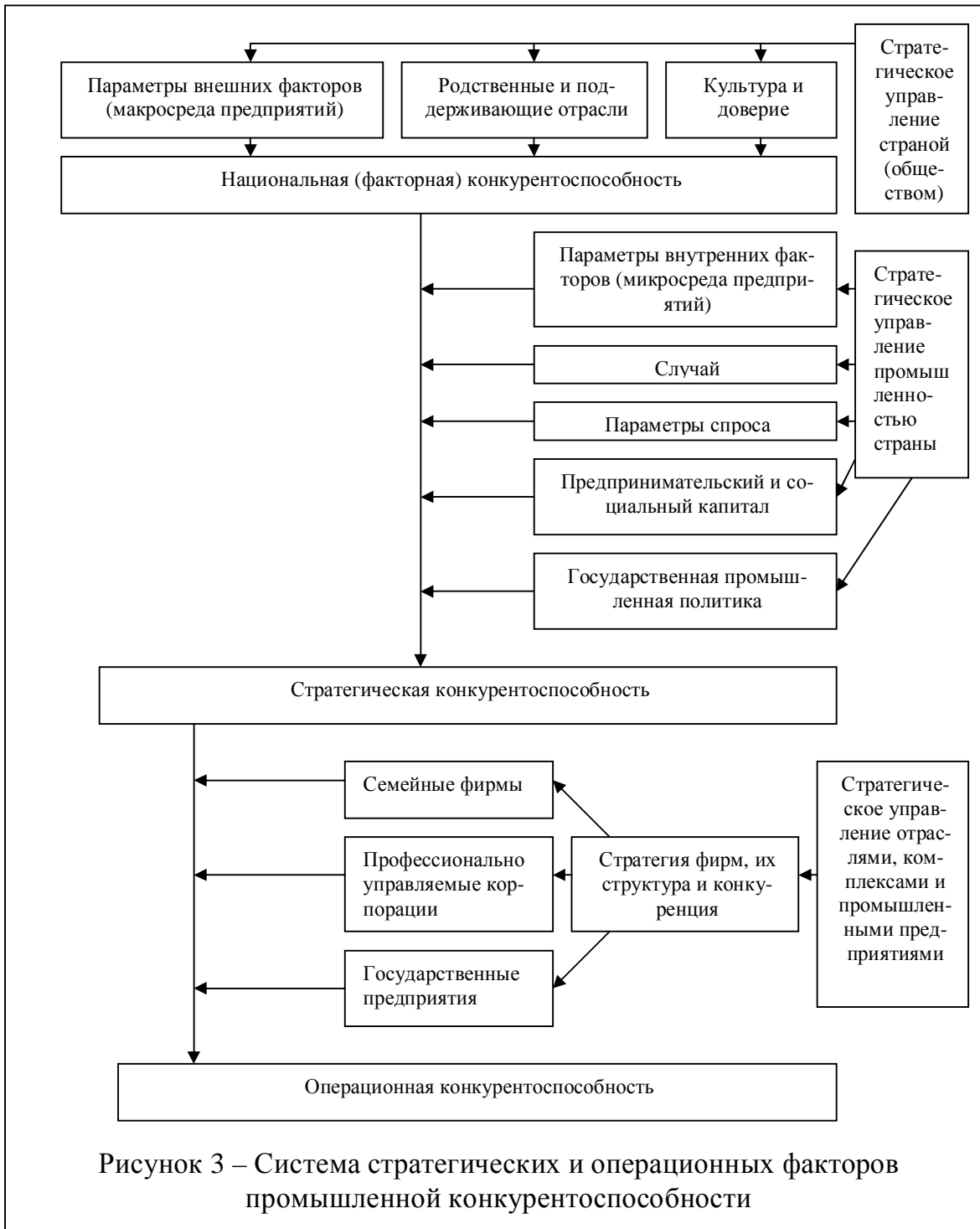


Рисунок 2 – Национальный «ромб»



Национальная конкурентоспособность определяется уровнем использования основных факторов внешней по отношению к сектору промышленности среды и характеризуется показателями запасов природных

ресурсов, биоресурсов, уровнем культуры и доверия в обществе, уровнем научно-технического развития родственных и поддерживающих отраслей. Стратегическая конкурентоспособность характеризует конкурентный потенциал промышленного сектора экономики страны, она меньше национальной конкурентоспособности на сумму операционных издержек, связанных с вовлечением в сферу промышленного производства факторов производства.

Операционная конкурентоспособность свидетельствует об уровне использования конкурентного потенциала конкретных промышленных предприятий, отраслей, комплексов и характеризуется долей сектора, его отдельных составных частей (отраслей, кластеров и предприятий) на национальном рынке (внутренней операционной конкурентоспособностью как долей внутреннего рынка промышленной продукции) и международных рынках (внешней операционной конкурентоспособностью как долей международных рынков промышленной продукции).

Таким образом, управление ростом конкурентоспособности отраслей промышленности страны должно быть направлено на:

- адекватную оценку национальной конкурентоспособности, целевое воздействие на неэкономические факторы конкурентоспособности, рост национального конкурентного потенциала;

- снижение операционных издержек в сегменте стратегической конкуренции, проведение последовательной постоянной политики экономии и производительного использования всех видов отраслевых промышленных ресурсов, рост эффективности родственных и поддерживающих отраслей;

- рост операционной конкурентоспособности, доминирование на внутренних рынках промышленной продукции, создание интегрированных «цепочек ценностей», поиск стратегических конкурентных преимуществ и захват доли глобальных промышленных рынков.

Список литературы

1. Терещенко В.М. Маркетинг-терапия. – Спб.: Питер, 2004. – С. 20.
2. Портер М. Конкуренция. – М., 2005. – С. 176.