

**Н.О. Савельева**

Пермский государственный технический университет

## **КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА И РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В ИХ ДОСТИЖЕНИИ**

Рассмотрены вопросы теории конкурентоспособности и конкурентных преимуществ. Показана взаимосвязь конкурентоспособности на различных уровнях управления. Подчеркнуто, что особенности и механизм формирования конкурентных преимуществ являются фундаментальной основой обеспечения конкурентоспособности. Представлена авторская классификация конкурентных преимуществ, а также модель взаимосвязи конкурентных преимуществ и конкурентоспособности на различных уровнях управления.

*Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, конкурентные преимущества, инновации, модернизация.*

Впервые на государственном уровне актуальность повышения конкурентоспособности России прозвучала 30 марта 1999 года в ежегодном Послании первого Президента Российской Федерации Б.Н. Ельцина «Россия на рубеже эпох». Главной идеей нашего вхождения в XXI век должно стать повышение конкурентоспособности России [1]. Повышение конкурентоспособности России в мире стало лейтмотивом Послания Президента В.В. Путина Федеральному собранию 2002 года. «Нормой в международном сообществе, современном мире является жесткая конкуренция – за рынки, за инвестиции, за политическое и экономическое влияние. И в этой борьбе России надо быть сильной и конкурентоспособной» [2]. С 2003 года идея повышения конкурентоспособности начала присутствовать во всем, начиная с национальной и заканчивая личной конкурентоспособностью. Из Послания Президента РФ В.В. Путина Федеральному собранию 2003 года: «Конкурентоспособным должно быть у нас все – товары и услуги, технологии и идеи, бизнес и само государство, частные компании и государственные институты, предприниматели и государственные служащие, студенты, профессора, наука и культура...» [3]. Программа социально-экономического развития Российской Федерации на среднесрочную перспективу (2003–2005 годы) закрепила за задачей поддержания конкурентоспособности России первостепенное значение [4]. Для решения поставленной проблемы при Правительстве РФ в 2004 году был создан Совет по конкурентоспособности и предпринимательству, в задачи которого входят, в частности, модернизация промышленности и повышение конкурентоспособности отечественной продукции на основе внедрения новой техники и технологий, укрепление конкурентных позиций российских организаций на внешнем и внутреннем рынках и др.

Подобное пристальное внимание правительства к проблеме повышения конкурентоспособности предприятий логично и обосновано рядом внешних и внутренних причин.

Во-первых, к внешним причинам можно отнести ожидаемое присоединение страны к Всемирной торговой организации (ВТО), когда российские предприятия столкнутся лицом к лицу с гораздо более подготовленными конкурентами из-за рубежа. По состоянию на данный момент Россия имеет неплохие шансы завершить переговоры по присоединению к Всемирной торговой организации в апреле 2011 года [8].

Во-вторых, интеграция России в мировое экономическое пространство привела к открытию рынков и возникновению гиперконкуренции товаропроизводителей. Помимо тенденции расширения мировых торговых границ, вызванных процессом глобализации, основной причиной повышенного внимания к проблеме повышения конкурентоспособности служит и низкий рейтинг России.

Сегодня наша страна занимает весьма низкие места в международных рейтингах глобальной конкурентоспособности. Имеются в виду, прежде всего, два наиболее известных рейтинга: рейтинг конкурентоспособности IMD (Международного института развития менеджмента, г. Лозанна, Швейцария) и Индекс глобальной конкурентоспособности WEF (Всемирного экономического форума). В рейтинге IMD за 2008 год, включающем в себя 55 стран, наша страна заняла 47-е место. В Индексе глобальной конкурентоспособности WEF за 2008 год, включающем в себя 131 страну, Россия заняла 58-е место [10].

Если брать отдельные параметры, то Россия в международных рейтингах глобальной конкурентоспособности входит в десятку лидирующих стран лишь по двум показателям: 1-е место по запасам сырьевых ресурсов (30 трлн долл. США) и 7-е место по средней продолжительности школьного образования (10,5 лет). Российская Федерация заметно проигрывает в уровне качества государственных институтов, профессиональности управления (качество и прозрачность управления), стабильности и предсказуемости законодательства, обеспечении безопасности граждан, по основным экономическим показателям, по показателям эффективности бизнеса (степень соответствия принципам инновационности, рентабельности и социальной ответственности, производительности труда, развития рынка труда, качеству менеджмента), показателям инвестиций в традиционную и технологическую инфраструктуру, в образование и непрерывное повышение квалификации рабочей силы, взаимообусловленности заработной платы, производительности труда и налогов, показателям сокращения неравенства между богатыми и бедными, показателям состояния инфраструктуры (степень соответствия инфраструктуры потребностям бизнеса, развитость базовой, технологической, научной, информационной и социальной инфраструктуры), показателям состояния образования, здравоохранения и окружающей среды [10].

Столь низкие места России объясняются как объективными российскими трудностями в данной области, так и определенной условностью и ангажированностью существующих рейтингов.

О недостаточной корректности, к примеру, свидетельствует тот факт, что в рейтингах не учитывается геополитический фактор, имеющий немаловажное значение для реальной конкурентоспособности государств, поскольку от уровня конкурентоспособности геополитики страны в немалой степени зависит создание необходимых условий для конкурентоспособности экономики и в целом государства в жесткой конкурентной среде глобализирующегося мира. В отсутствии этого и некоторых других значимых параметров заключается некая условность и недостаточная объективность существующих рейтингов [10]. Геополитический статус России в силу кардинальных глобальных трансформаций претерпел значительные изменения, которые свелись к тому, что, имея во второй половине прошлого века статус, сопоставимый лишь со статусом США, наша страна его утратила, снизилась ее геополитическая и геочивилизационная безопасность. Геополитическое положение государства должно адекватно обеспечиваться его экономическим состоянием. Однако, располагая восьмой частью мировой суши и третью мировых природных богатств, интеллектуальным потенциалом и достижениями в развитии науки, техники и культуры, страна из экономической державы (в 1989 году ВВП соответствовал занимаемому геополитическому положению – был вторым в мире, 57 % от ВВП США), производящей высокотехнологичную продукцию, трансформировалась в рядовое в экономическом плане государство, не выдерживающее конкуренции на мировом рынке по большинству видов товаров (0,5 % мирового рынка наукоемкой продукции) [10]. Резко ослаб один из сегментов геополитического статуса – российский демографический ресурс. Как отметил В. Путин в июне 2006 года, за последние 13 лет население России уменьшилось на 11 млн чел. [5]. Специалисты заговорили о демографической безопасности, находящейся под серьезной угрозой.

В качестве главных причин низкой конкурентоспособности российской экономики, а также трудностей, возникающих в процессе ее укрепления, экспертами, как правило, отмечают: отсутствие стабильного законодательства и его несовершенство; бюрократия и коррупция; сырьевая направленность экономики; неразвитость институциональной системы инвестирования; несбалансированная экспортно-импортная структура; слабость банковской и финансовой инфраструктуры; отсутствие надежных механизмов трансформации финансовых активов в инвестиционные проекты; недостаточный инновационный потенциал; отсутствие качественной национальной инновационной системы (НИС); слабость информационной инфраструктуры; недостаточное финансирование образования, науки и др. [10]. К внутренним причинам повышенного интереса к проблеме конкурентоспособности относится слабая технологическая база российских предприятий. Устаревшее оборудование остается, согласно ежегодным опросам предприятий Институтом экономики переходного периода, самой главной помехой росту конкурентоспособности выпускаемой продукции. В 2007 году так считали 57 % предприятий (в 2006 году – 48 %). Усугубляет ситуацию возникшая в 2007 году и обострившаяся в 2008 году абсолютная нехватка мощностей в российской промышленности.

Основной источник увеличения мощностей – запуск простаивающих – определенно исчерпан. Да и то, что запускалось ранее, требует замены, так как создавалось, как правило, во времена СССР. Поэтому модернизация оборудования постепенно становится все более распространенной мерой повышения конкурентоспособности в российской промышленности. Если в 1998 году ее упоминали 19 % предприятий, то в 2008 году – 48 % [11]. Развернувшийся мировой финансовый кризис, непосредственно затронувший реальный сектор экономики РФ, лишний раз подтвердил необходимость повышения конкурентоспособности отечественных производителей. «Именно сейчас нам нужно создавать основы национальной конкурентоспособности там, где мы можем получить будущие выгоды и преимущества. Надо быстро осваивать высвобождаемые в мировой экономике ниши. Создавать новые эффективные предприятия. Внедрять самые передовые технологии. Такой подход – это и есть ... неотъемлемая часть идеологии современного развития России» (из Послания Президента РФ Д.А. Медведева Федеральному собранию 2008 года) [11]. «Россия срочно нуждается в развитии конкурентоспособности на уровне компаний, чтобы полностью использовать свой ресурсный потенциал и создать более диверсифицированную и динамичную экономику», – считает один из составителей рейтинга конкурентоспособности WEF профессор Гарвардской школы бизнеса Майкл Портер [7].

Теория конкурентоспособности фирмы и ее конкурентных преимуществ была разработана в трудах А. Смита, Д. Рикардо, Б. Олина и др. Однако новые тенденции в развитии мировой экономики потребовали пересмотра ортодоксальных взглядов. В последние два десятилетия наиболее значительный вклад в разработку проблем конкурентоспособности фирм внесли американские экономисты И. Ансофф, М. Портер. Различные методы оценки и анализа конкурентоспособности исследовали в своих работах зарубежные и отечественные ученые. Среди зарубежных экономистов существенный вклад в развитие методов анализа конкурентоспособности внесли: Б. Берман, Ф. Котлер, Ж. Ламбен, Дж. Эванс и др. Отечественными экономистами в этой области являются: Г.Л. Азоев, Е.С. Быкова, П.С. Завьялов, Р.А. Фатхудинов, А.Ю. Юданов, В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова, Ю.К. Перский, Е.Е. Жуланов, Е.Н. Панарина, В.И. Тимофеев и др. В современных условиях быстрых перемен возрастает необходимость рассмотрения отдельных теоретических вопросов, связанных с проблемами разграничения и взаимосвязи понятий конкурентоспособности и конкурентных преимуществ, а также роли инноваций в их достижении.

Рассмотрим понятие «конкурентоспособность». Конкурентоспособность является сложной экономической категорией, которую можно рассматривать на следующих уровнях: конкурентоспособность товара (услуги), конкурентоспособность товаропроизводителя (фирмы), конкурентоспособность отрасли (региона), конкурентоспособность экономики страны. Развитие рыночных отношений неразрывно связано с борьбой товаропроизводителей за более выгодные условия производства и сбыта товаров с целью получения максимальной прибыли. В на-

учной литературе и обыденном общении подобное столкновение интересов получило название «конкуренция». Понятие конкуренции лежит в основе такой экономической категории, как конкурентоспособность. *Конкурентоспособность* – способность определенного объекта или субъекта превзойти конкурентов в заданных условиях [14]. Конкурентоспособность определяет способность выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на данном рынке. Конкурентоспособность объекта определяется по отношению к конкретному рынку либо к конкретной группе потребителей, формируемой по соответствующим признакам стратегической сегментации рынка. Если не указан рынок, на котором конкурентоспособен объект, это означает, что данный объект в конкретное время является лучшим мировым образцом. В условиях рыночных отношений конкурентоспособность характеризует степень развития общества. Чем выше конкурентоспособность страны, тем выше жизненный уровень в этой стране. Конкурентоспособность – это, прежде всего, способность конкурировать или соперничать. Уточнение данного термина раскрывает особенности объектов конкурентоспособности, цели и масштабы оценки и позволяет ответить на следующие вопросы: с кем (чем) конкурировать? по каким критериям и показателям? на каком уровне конкурировать? Ответ на первый из поставленных вопросов является основополагающим, так как указывает на объект оценки конкурентоспособности, т.е. на то, что оценивается. Ответы на остальные вопросы учитывают особенности объекта и позволяют увидеть, где и как реализуется способность объекта конкурировать. Таким образом, конкурентоспособность как термин нельзя рассматривать вне связи с объектом. Объектами оценки могут быть товары, фирмы, отрасли, регионы и страны. Рассмотрим особенности трактовки конкурентоспособности на нескольких уровнях:

- 1) конкурентоспособность страны;
- 2) конкурентоспособность отрасли (региона);
- 3) конкурентоспособность фирмы;
- 4) конкурентоспособность товара.

Между понятиями конкурентоспособности на различных уровнях существует тесная зависимость. С одной стороны, конкурентоспособность страны и отраслевая конкурентоспособность, в конечном итоге, зависят от способности конкретных товаропроизводителей выпускать конкурентоспособные товары. Но, с другой стороны, выпуск конкурентоспособной продукции может осуществляться в условиях, созданных для товаропроизводителей в отрасли и в стране в целом.

Конкурентоспособность товара определяет во многом конкурентоспособность и самого предприятия, его финансово-экономическое состояние и репутацию. Но это возможно только в том случае, если в структуре реализованной продукции на долю конкурентоспособного товара приходится наибольшая выручка и значительная часть прибыли. Все уровни конкурентоспособности имеют двустороннюю связь, т.е. конкурентоспособность объектов каждого нижестоящего уровня является фактором конкурентоспособности объектов всех вышестоящих

уровней. В свою очередь объекты вышестоящих уровней создают условия, обеспечивающие конкурентоспособность объектов на нижних уровнях. Синтетическим показателем, который объединяет конкурентоспособность товара, товаропроизводителя, отраслевую конкурентоспособность и характеризует положение страны на мировом рынке, является показатель конкурентоспособности стран. В самом общем виде конкурентоспособность страны можно определить как способность страны в условиях свободной конкуренции производить товары и услуги, удовлетворяющие требованиям мирового рынка, реализация которых увеличивает благосостояние страны и отдельных ее граждан. *Национальная конкурентоспособность* (англ. *National Competitiveness*) – многозначный термин, который чаще всего обозначает: способность страны добиться высоких темпов экономического роста, которые были бы устойчивы в среднесрочной перспективе; уровень производительности факторов производства в данной стране; способность компаний данной страны успешно конкурировать на тех или иных международных рынках [13].

В 1991 году американский экономист Майкл Портер (Michael E. Porter) опубликовал исследование «Конкурентные преимущества стран» (*The Competitive Advantage of Nations*), изданное в 1993 году на русском языке под названием «Международная конкуренция». Майкл Портер считает, что именно национальная конкурентоспособность определяет успех или неуспех в конкретных отраслях производства и то место, которое страна занимает в системе мирового хозяйства. Национальная конкурентоспособность определяется способностью промышленности постоянно развиваться и производить инновации так быстро, чтобы конкуренты не смогли их догнать и перегнать. Процесс создания и поддержания конкурентоспособности чрезвычайно локализован. Различия в экономике стран, в их культуре, населении, инфраструктуре, управлении, национальных ценностях и даже в истории – все это в той или иной степени влияет на конкурентоспособность национальных компаний. Портер показывает, что, несмотря на все возрастающее значение глобализации, национальная конкурентоспособность определяется набором факторов, зависящих от конкретных, локальных условий. Майкл Портер считает, что «на международном рынке конкурируют фирмы, а не страны. Необходимо понять, как фирма создает и удерживает конкурентное преимущество, чтобы уяснить роль страны в этом процессе. Успех на внешнем рынке зависит от правильно выбранной конкурентной стратегии [7, с. 51]. Таким образом, основной единицей конкуренции по М. Портеру является отрасль, т.е. группа конкурентов, производящих товары или оказывающих услуги и непосредственно соперничающих между собой. В отрасли производятся продукты со сходными источниками конкурентного преимущества, хотя границы между отраслями всегда достаточно расплывчаты. На выбор конкурентной стратегии фирмы в отрасли влияют два главных момента: структура отрасли, в которой действует фирма, и позиция, которую занимает фирма в отрасли. На конкуренцию в отрасли оказывают воздействие пять факторов (или сил конкуренции

по М. Портеру). На рис. 1 изображены пять конкурентных сил, определяющих привлекательность отрасли и позиции данной фирмы в конкурентной борьбе в этой отрасли, а именно:

1. Появление новых конкурентов.
2. Угроза замены данного продукта новыми продуктами.
3. Сила позиции поставщиков.
4. Сила позиции покупателей.
5. Конкуренция среди производителей в самой отрасли.

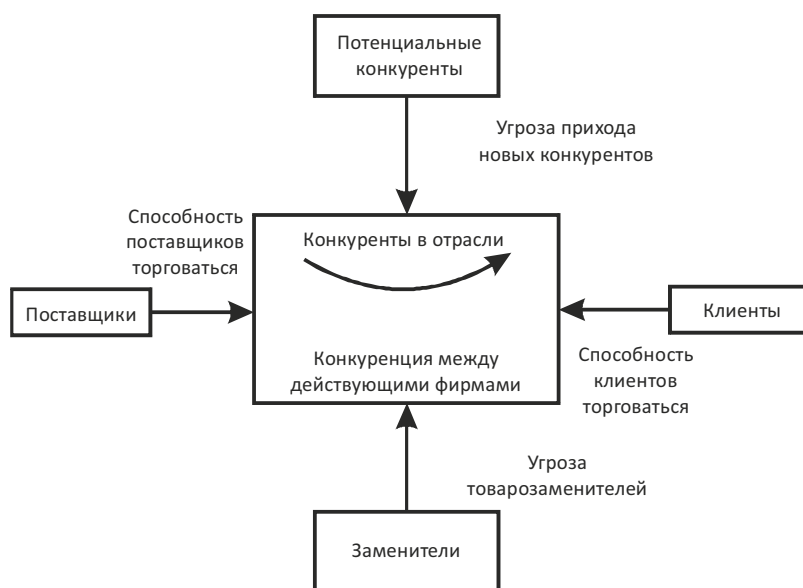


Рис. 1. Пять сил конкуренции в отрасли по М. Портеру

Эти пять факторов определяют прибыльность отрасли, поскольку они влияют на цены, устанавливаемые фирмами, их расходы, капиталовложения.

Рассмотрим далее конкурентоспособность региона, под которой следует понимать способность региона обеспечить высокий уровень жизни населения и доходов собственникам капитала, а также эффективно использовать имеющийся в регионе экономический потенциал при производстве товаров и услуг. Конкурентоспособность региона включает в себя три основополагающих аспекта: необходимость достижения высокого уровня жизни населения (конкурентоспособность на рынке труда или конкурентоспособность, обеспечиваемая населением). Эффективность функционирования хозяйственного механизма региона (конкурентоспособность на рынке товаров или конкурентоспособность, обеспечиваемая производством). Инвестиционная привлекательность (конкурентоспособность на рынке капитала или конкурентоспособность финансов).

Конкурентоспособность фирмы (предприятия, организации) – понятие относительное. Она может быть выявлена и оценена только путем сравнения фирм, выпускающих аналогичную продукцию или оказывающих одинаковые услуги

применительно к территории, в пределах которой эти фирмы функционируют (на местном, региональном, национальном, мировом рынках). Поэтому одна и та же фирма может быть конкурентоспособной на местном или национальном рынке и не быть таковой на региональном и тем более на мировом рынке. Конкурентоспособность фирмы – это относительная характеристика, которая выражает отличия развития данной фирмы от развития конкурентных фирм по степени удовлетворения своими товарами потребности людей и по эффективности производственной деятельности. Конкурентоспособность фирмы характеризует возможности и динамику ее приспособления к условиям рыночной конкуренции.

Конкурентоспособность товара (продукции) и лежит в основе всех ранее рассмотренных уровней конкурентоспособности, так как является важнейшим атрибутом экономики и затрагивает всех товаропроизводителей. Конкурентоспособность товара определяется его конкурентным преимуществом на внутреннем и внешнем рынках, что достигается на основе сочетания эффективного использования всех ресурсов с обеспечением относительно низких цен и высокого качества товара, который имеет спрос, удовлетворяет конкретные потребности покупателя и обеспечивает стабильность получаемой прибыли и повышение эффективности товаропроизводителя.

Перейдем к рассмотрению понятия «конкурентные преимущества». Конкурентные преимущества так же, как и конкурентоспособность, неразрывно связаны с конкуренцией. Конкуренция – процесс управления субъектом своими конкурентными преимуществами для одержания победы или достижения других целей в конкурентной борьбе с конкурентами за удовлетворение объективных и субъективных потребностей в рамках законодательства либо в естественных условиях [15].

Под конкуренцией подразумеваются не равновесие, а постоянные перемены. Каждая отрасль постоянно совершенствуется и обновляется. Причем важную роль в стимулировании этого процесса играет страна базирования. Страна базирования – это страна, где разрабатываются стратегия, основная продукция и технология и где имеется рабочая сила с необходимыми навыками. М. Портер выделяет четыре свойства страны, формирующие среду, в которой конкурируют местные фирмы, и влияющие на ее международный успех [11, с. 149]:

1. Параметры факторов.
2. Условия (параметры) спроса.
3. Родственные и поддерживающие отрасли.
4. Стратегия, структура и соперничество фирм.

Эти детерминанты конкурентного преимущества, каждый в отдельности и все вместе как система, создают среду, в которой рождаются и действуют фирмы данной страны. Страны добиваются успеха в тех или иных отраслях благодаря тому, что среда в этих странах развивается наиболее динамично и, постоянно ставя перед фирмами сложные задачи, заставляет их лучше использовать имею-



щиеся конкурентные преимущества и искать новые. Страны имеют наибольшие шансы на успех в тех отраслях или их сегментах, где компоненты национального «ромба» взаимно усиливаются, т.е. каждый детерминант влияет на все остальные. Преимущество по каждому детерминанту не является предпосылкой для конкурентного преимущества в отрасли. Именно взаимодействие преимуществ по всем детерминантам обеспечивает самоусиливающиеся выигрышные моменты, которые иностранным конкурентам недоступны.

*Роль правительства* в формировании национальных преимуществ заключается в том, что оно оказывает влияния на все четыре детерминанта: на параметры факторов – через субсидии, политику в отношении рынка капитала и др.; на параметры спроса – путем установления различных стандартов и осуществления государственных закупок; на условия развития родственных отраслей и отраслей-поставщиков – посредством контроля над средствами рекламы или регулирования развития инфраструктуры; на стратегию фирм, их структуру и соперничество – через свою налоговую политику, антимонопольное законодательство, путем регулирования инвестиций и деятельности рынка ценных бумаг и т.д. Все четыре детерминанта могут оказывать и обратное воздействие на правительство. Роль правительства может быть положительной и отрицательной. Детерминанты национальной конкурентоспособности представляют собой комплексную систему, которая находится в постоянном развитии. Одни детерминанты регулярно воздействуют на другие. Действие системы детерминантов ведет к тому, что конкурентоспособные национальные отрасли распределены не равномерно по всей экономике, а связаны в пучки, или «кластеры», состоящие из отраслей, зависящих друг от друга. Фирмы добиваются конкурентного преимущества, если находят новые способы конкуренции в своей отрасли и выходят с ними на рынок, т.е. осуществляют «нововведения». Под нововведением в широком смысле подразумевается совершенствование технологии, способов и методов ведения дел. Конкретно обновление может выражаться в изменении товара или производственного процесса, новых подходах к маркетингу, новых путях распространения товара и новых концепциях сферы конкуренции и др. Фирмы, которые первыми отреагировали на изменение структуры отрасли, получают преимущество, позволяющее им использовать эффект масштаба, снижать издержки, создавать фирменный имидж и налаживать отношения с клиентами в то время, когда жесткой конкуренции еще нет, а также выбирать каналы распространения, выгодные источники сырья и др. Само нововведение конкуренты могут скопировать, но преимущества, полученные благодаря быстрой реакции на изменение структуры отрасли, часто остаются за фирмой-новатором.

В процессе обновления большую роль играет информация, которая конкурентов не интересует или которая им недоступна либо доступна всем, но обработана по-новому. Продолжительность удержания конкурентного преимущества зависит от источников конкурентного преимущества. Преимущества низ-

кого уровня, такие как дешевая рабочая сила или сырье, довольно легко могут получить и конкуренты. Этому же уровню преимущество основано на использовании эффекта масштаба от применения технологий или оборудования и т.д. При появлении новой технологии такой эффект масштаба быстро исчезает. Преимущества более высокого уровня (патентованная технология, уникальные товары или услуги, репутация фирмы, тесные связи с клиентами) можно удерживать более длительное время. Достижение таких преимуществ возможно при условии долговременных и интенсивных капиталовложений; от количества имеющихся у фирм явных источников конкурентного преимущества; от постоянной модернизации производства и других видов деятельности. Для удержания позиций фирмам иногда приходится отказываться от имеющихся преимуществ, чтобы добиться новых.

Таким образом, конкурентное преимущество – это те характеристики, свойства товара или марки, которые создают для нее определенное превосходство над своими прямыми конкурентами. Эти характеристики (атрибуты) могут быть самыми различными и относиться как к самому товару (базовой услуге), так и к дополнительным услугам, сопровождающим базовую, к формам производства, сбыта или продаж, специфичным для фирмы или товара. Конкурентные преимущества есть результат низшей себестоимости продукции, высокой степени дифференциации товаров, разумного сегментирования рынка. К ним также могут относиться более высокий уровень производительности труда и квалификации производственного, технического, коммерческого персонала, качество и технический уровень производимых изделий, управленческое мастерство и новаторство, стратегическое мышление на различных уровнях управления, отражающиеся в экономическом росте. Конкурентные преимущества являются концентрированным проявлением превосходства над конкурентами в экономической, технической, организационной и других сферах деятельности фирмы. Это превосходство можно измерить такими экономическими показателями, как дополнительная прибыль, более высокая рентабельность, рыночная доля, объем продаж. Факторы, определяющие превосходство компании над конкурентами, характеризуются экономическими показателями, такими как: дополнительная прибыль, более высокая рентабельность, рыночная доля, объем продаж. Конкурентное преимущество носит сопоставимый, следовательно, относительный, а не абсолютный характер, который влияет на экономическую эффективность продаж. Исключением в этом отношении являются товары, обладающие уникальными свойствами, не имеющие заменителей, т.е. они обладают «абсолютными конкурентными преимуществами». «Абсолютные конкурентные преимущества» создают дополнительные стимулы для научно-технического прогресса и, в конечном счете, способствуют развитию конкуренции. Относительность конкурентного преимущества проявляется в другом его важном свойстве – привязанности к конкретным условиям и причинам. Другой характеристикой конкурентного преимущества является его привер-

женность неоднозначному влиянию множества разнородных факторов. Особенности и механизм формирования конкурентных преимуществ являются фундаментальной основой обеспечения конкурентоспособности. Конкурентные преимущества можно классифицировать следующим образом:

*По характеру источника:*

- основанные на инновациях;
- определяемые уровнем развития инфраструктуры рынка;
- основанные на экономических факторах;
- технические (технологические);
- основанные на нормативно-правовых факторах;
- основанные на информативности;
- структурного характера;
- основанные на демографических факторах;
- основанные на административных мерах;
- основанные на географических факторах.

*По инициатору:*

- конъюнктура рынка;
- государственная политика в области регулирования конкуренции;
- деятельность конкурентов и фирмы.

*По характеру динамики:*

- устойчивые;
- нестабильные.

*По сроку действия:*

- долгосрочные;
- среднесрочные;
- краткосрочные.

*По уровню иерархии:*

- на уровне товара;
- на уровне фирмы;
- на уровне отрасли (региона);
- на уровне экономики страны.

*По отношению к цене:*

- ценовые;
- неценовые.

*По сфере проявления:*

- НИОКР;
- производство;
- продажа;
- сервис;

– эксплуатация.

*По возможности имитации:*

– уникальные;

– имитируемые.

Наиболее важный критерий классификации – базовое условие, определяющее характер источника конкурентных преимуществ.

1. Конкурентные преимущества, основанные на инновациях, определяются: новыми технологиями; новыми или изменившимися запросами покупателей; появлением нового сегмента отрасли; изменением стоимости или компонентов производства (изменением соотношения стоимости рабочей силы в странах); регулированием на уровне правительства (стандарты, охрана окружающей среды, торговые ограничения и др.).

2. Конкурентные преимущества, основанные на экономических факторах, определяются: лучшим общеэкономическим состоянием рынков, на которых действует предприятие; стимулирующей политикой правительства в области объемов инвестиций, кредитных, налоговых и таможенных ставок в анализируемой товарной сфере; объективными факторами, стимулирующими спрос; эффектом опыта; эффектом масштаба; экономическим потенциалом предприятия; возможностью изыскания и эффективного использования источников финансирования.

3. Конкурентные преимущества, основанные на нормативно-правовых актах, существуют в силу законов, постановлений, особых привилегий и других решений органов власти и управления. В качестве примера к ним можно отнести: льготы или иные привилегии, предоставляемые региону или отдельным предприятиям органами власти и управления.

4. Конкурентные преимущества структурного характера определяются, главным образом, высоким уровнем интеграции процесса производства и реализации в компании.

5. Конкурентные преимущества, вызванные административными мерами, связаны с наличием ограничений деятельности производителей.

6. Преимущества, определяемые уровнем развития инфраструктуры рынка.

7. Технические (технологические) конкурентные преимущества.

8. Конкурентные преимущества, определяемые хорошей информированностью.

9. Конкурентные преимущества, основанные на демографических факторах,

10. Конкурентные преимущества, основанные на географических факторах.

Разграничим понятия «конкурентоспособность» и «конкурентные преимущества», а также покажем существующую между ними взаимосвязь.

*Конкурентоспособность* – способность определенного объекта или субъекта превзойти конкурентов в заданных условиях [14].

*Конкурентное преимущество* – это те характеристики, которые создают определенное превосходство над своими прямыми конкурентами.

Существующая взаимосвязь конкурентных преимуществ и конкурентоспособности отражена на рис. 2.



Рис. 2. Модель взаимосвязи конкурентных преимуществ и конкурентоспособности на различных уровнях управления

В современных условиях резко возрастает роль инноваций и инновационных факторов в формировании конкурентных преимуществ и достижении конкурентоспособности России. Россия имеет реальные предпосылки перехода на путь инновационного развития на основе российских конкурентных преимуществ, к которым можно отнести:

- 1) мощный, многогранный интеллектуальный потенциал, полученный в наследство от предыдущих поколений;
- 2) высокий уровень обеспеченности страны разнообразными природными ресурсами;
- 3) выгодное геостратегическое положение. Россия является ядром пока еще не полностью распавшейся евразийской цивилизации и может стать центром инновационной трансформации СНГ, в результате выйти на рынок этих стран и на мировой рынок.

И, конечно, ключевым механизмом повышения уровня конкурентоспособности России видится конкурентная стратегия и конкурентная политика государства, которая посредством стратегически верного определения векторов и приоритетов реформирования, ориентированных на жизнеустойчивость, позволит эффективно использовать российские конкурентные преимущества и ресурсы, и достичь уровня конкурентоспособности страны, необходимого для достойного существования в сложных условиях жесткой глобальной конкурентной среды [10]. Нам надо сделать серьезный шаг к стимулированию роста инвестиций в производственную инфраструктуру и в развитие инноваций. Россия должна

в полной мере реализовать себя в таких высокотехнологичных сферах, как современная энергетика, коммуникации, космос, авиастроение, должна стать крупным экспортером интеллектуальных услуг [12].

### Список литературы

1. Ельцин Б.Н. Послание Президента Российской Федерации «Россия на рубеже эпох» // Рос. газета. – 1999. – 31 марта. – С. 4–5.
2. Послание Президента России В.В. Путина Федеральному собранию РФ 2002 года // Рос. газета. – 2002. – 19 апр.
3. Послание Президента России В.В. Путина Федеральному собранию РФ 16 мая 2003 года [Электронный ресурс]. – URL: [http:// www.putin2004.ru](http://www.putin2004.ru) – [сайт Владимира Путина] (дата обращения: 28.02.2011).
4. Программа социально-экономического развития Российской Федерации на среднесрочную перспективу (2003–2005 годы) // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2003. № 34. С. 8329–8387.
5. Путин В.В. Послание Федеральному собранию Российской Федерации // Рос. газета. – 2006. – 11 мая. – С. 1–6.
6. Послание Президента РФ Д. Медведева Федеральному собранию Российской Федерации, 30 ноября 2010 г. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.eg-online.ru/information> (дата обращения: 28.02.2011).
7. Портер М. Международная конкуренция. – М.: Международные отношения, 1993.
8. Портанский А. Вступать по одиночке // Рос. газета. – 2011. – 1 февр. – С. 3.
9. Маровгулов В.Н. Стратегические направления повышения конкурентоспособности России в условиях глобальной экономики: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Краснодар, 2006. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.dissercat.com> (дата обращения: 1.03.2011).
10. Конкурентоспособность России и ее конкурентная стратегия [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.dengi-v-biznes.ru> (дата обращения: 1.03.2011).
11. Лисина М.И. Конкурентоспособность российских предприятий: к истории проблемы [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.m-economy.ru> (дата обращения: 1.03.2011).
12. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.ifar.ru/ofdocs/rus/rus006.pdf> (дата обращения: 1.03.2011).
13. Национальная конкурентоспособность // Википедия [Электронный ресурс]. – URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/> (дата обращения: 1.03.2011).
14. Конкурентоспособность // Википедия [Электронный ресурс]. – URL: <http://ru.wikipedia.org> (дата обращения: 1.03.2011).

15. Фатхудинов Р.А. Стратегический менеджмент: учеб. – М.: Дело, 2002.
16. Шевченко Д.А. Конкурентные преимущества // Словарь [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.glossostav.ru/word/527/> (дата обращения: 1.03.2011).

Получено 22.04.2011

**N.O. Saveleva**

Perm state technical university

**COMPETITIVENESS, COMPETITIVE ADVANTAGES  
AND THE ROLE OF INNOVATION IN THEIR CONSUMMATION**

The paper considers the issues of the theory of competitiveness and competitive advantages. The correlation of competitiveness at different management levels is demonstrated. It is emphasized, that the characteristics and mechanism of competitive advantages development are fundamental to maintaining competitiveness. The author's classification of competitive advantages as well as the correlation model of competitive advantages and competitiveness at various management levels are presented.

**Keywords:** competition, competitiveness, competitive advantages, innovations, modernization.