

Теория отраслевых рынков

Лекция 2 Конкуренция

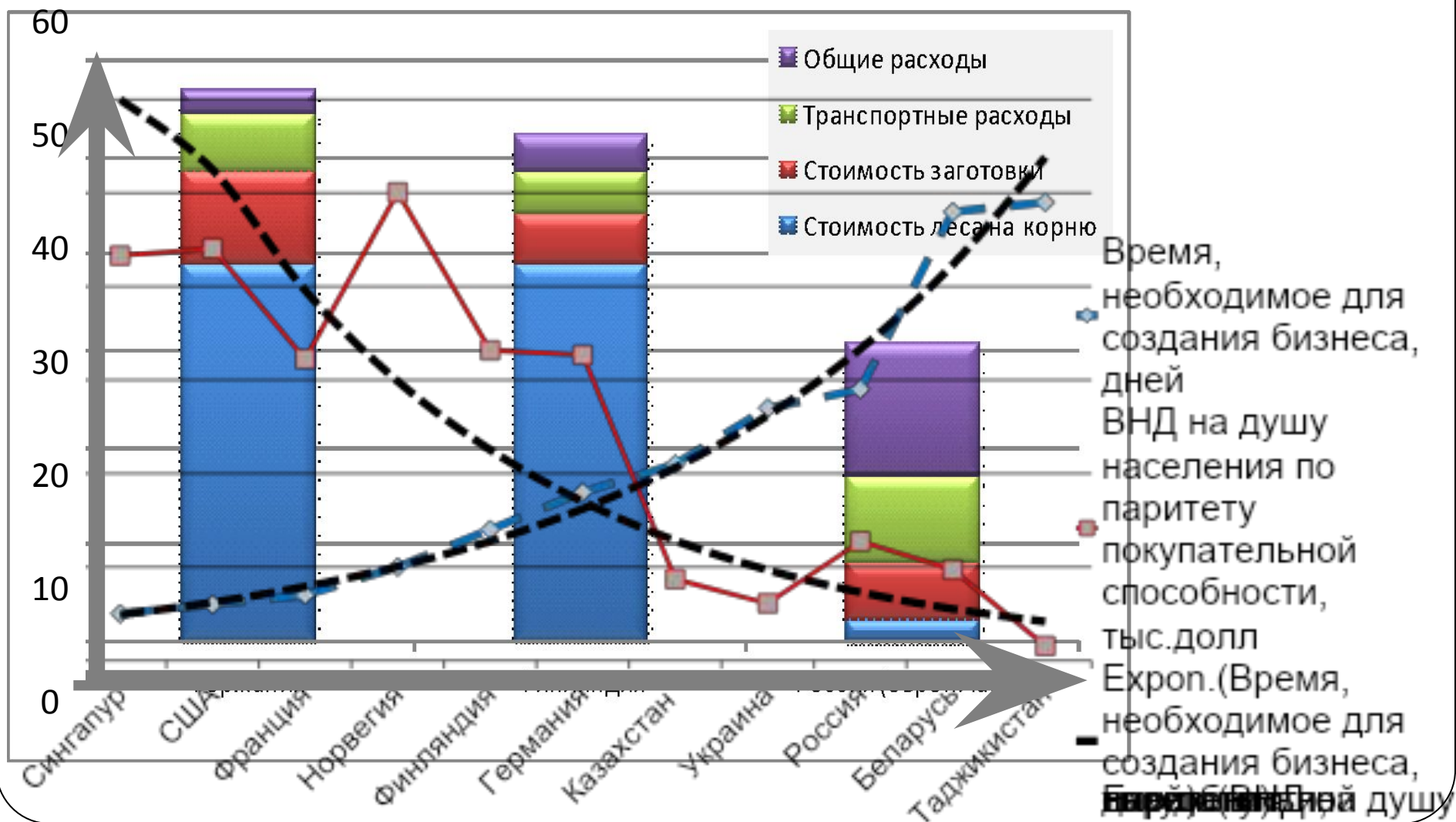


Толстогузов О.В.
olvito@mail.ru

Основными принципами функционирования рыночной экономики являются следующие

- свободы экономической, хозяйственной, предпринимательской деятельности личности, социальной группы;
- примата потребителя: появляется особый вид ответственности перед потребителем, и потребитель диктует свою волю, желания, вкус производителю;
- рыночного ценообразования: цена на рынке формируется в результате торга продавца и покупателя, взаимодействия спроса и предложения; договорных отношений, конкуренции;
- государственного регулирования рынка и рыночных отношений. В качестве инструментов регулирования рынка выступают государственные программы, налогообложение, финансово-кредитная и банковская система;
- открытости экономики: хозяйственные организации и предприниматели обладают правом осуществлять внешнеэкономические операции при соблюдении определенных условий и ограничений;
- обеспечения социальной защищенности населения
- **конкуренция** - соперничество участников рыночного хозяйства за лучшие условия купли-продажи товаров.

Влияние институциональных факторов на структуру и эффективность экономики



Конкуренция

- Термин «конкуренция» происходит от лат. «конкурро» – сталкиваться. Речь идет о соперничестве, в котором, как принято считать, побеждают наиболее эффективные участники.
- Конкуренцию считают самым важным элементом рынка как хозяйственной системы.
- Именно благодаря конкуренции «невидимая рука» рынка вынуждает каждого участника хозяйственных отношений в погоне за личной выгодой производить экономические блага, нужные обществу.

Конкуренция

- Конкуренция, с одной стороны, - это экономическая состязательность за достижение лучших результатов в области какой-либо деятельности, борьба товаропроизводителей за более выгодные условия хозяйствования, получения наивысшей прибыли.
- С другой стороны – элемент рыночного механизма, обеспечивающий взаимодействие рыночных субъектов в производстве и сбыте продукции, а также в сфере приложения капитала.
- Конкуренция является для фирм сильным стимулом создавать продукты улучшенного качества и внедрять более дешевые способы производства.

Конкуренция

- В ряде случаев целесообразно различать понятия конкуренции и соперничества. Возможно соперничество как борьба за лидирующее положение, но возможна и конкуренция без соперничества.
- Например, производство сельскохозяйственной продукции на близлежащих фермах – конкуренция, но не соперничество, поскольку рынок поглощает их урожаи без влияния на цены.

Конкуренция

- Конкуренция считается эффективной, когда она способствует повышению эффективности всей деятельности, активизации нововведений различной природы, в том числе и технологических; повышается благосостояние эффективно работающих.
- Действие монополии, напротив, подрывает эффективность, тормозит нововведения, уменьшает свободу выбора хозяйствующих субъектов, перемещает богатства от создающих его к власти имущим.
- **Однако связь конкуренции и монополии исключительно сложна и не допускает принципов строгой дихотомии: рынки содержат все степени и вариации конкуренции.**

Конкуренция

- Существует большое множество исторически сложившихся определений данного понятия.
- По А.Маршаллу «строгое значение понятия «конкуренция», очевидно, заключается в том, что один человек состязается с другим, особенно при продаже или покупке чего-либо.
- Этот вид состязания теперь, несомненно, интенсивнее и шире распространен, чем прежде, однако это лишь второстепенное и, можно даже сказать, случайное следствие коренных особенностей современной индустриальной жизни.

Конкуренция

- По определению классической школы, конкуренция есть соревнование ради прибыли, борьба за экономическое выживание.
- По Марксу, конкуренция - борьба между предпринимателями за наиболее выгодные условия вложения капитала.
- И. Шумпетер считал, что конкуренция - это соперничество старого с новым, где рано или поздно новое берёт верх.
- Даются и такие содержательные определения конкуренции, как отношения между хозяйствующими субъектами по поводу сравнения экономических результатов их деятельности

Конкуренция

- В связи с тем, что реальная рыночная экономика немислима без конкуренции, возникает настоятельная необходимость в изучении конкуренции и возможного поведения предприятий в её условиях, её уровня и интенсивности, методов конкурентной борьбы, в знании сил и рыночных возможностей наиболее сильных конкурентов, перспектив конкуренции на выбранных рынках.

Основные подходы к определению понятия «конкуренция»

- конкуренция как экономическая состязательность на рынке
- конкуренция как элемент рыночного механизма, который обеспечивает взаимодействие всех субъектов на рынке и который создаёт равновесие на рынке, т.е. уравнивает спрос и предложение
- конкуренция как фактор, согласно которому определяется тип отдельного рынка

Основные подходы к определению понятия «конкуренция»

конкуренция как экономическая состязательность на рынке

конкуренция как элемент рыночного механизма, который обеспечивает взаимодействие всех субъектов на рынке и который создаёт равновесие на рынке, т.е. уравнивает спрос и предложение

конкуренция как фактор, согласно которому определяется тип отдельного рынка

Конкуренция как механизм самоорганизации экономических систем

Основные концепции конкуренции

- В настоящее время в экономическом анализе используют **концепции конкуренции**, которые делают акцент на исследовании:
 - *поведения продавцов и покупателей,*
 - *структуры рынка.*
- Конкуренция как следствие *поведения* продавцов может возникнуть как долговременная настолько, насколько это связано с перемещением ресурсов из отраслей с низкими прибылями в отрасли с возможностью получения более высоких прибылей.
- *Структурная* концепция конкуренции связана с формированием понимания конкурентного рынка как рынка с достаточно большим числом фирм, реализующих однородный продукт, при котором никакая из фирм не в состоянии существенно повлиять на цену товара путем изменения объема продаж.

Конкуренция



- **Конкуренция** - это соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке;
- **Дискриминационные условия** - условия доступа на товарный рынок, условия производства, обмена, потребления, приобретения, продажи, иной передачи товара, при которых хозяйствующий субъект или несколько хозяйствующих субъектов поставлены в неравное положение по сравнению с другим хозяйствующим субъектом или другими хозяйствующими субъектами;

Конкуренция



- **недобросовестная конкуренция** - любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству РФ, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам - конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации;
- **монополистическая деятельность** - злоупотребление хозяйствующим субъектом, группой лиц своим доминирующим положением, соглашения или согласованные действия, запрещенные антимонопольным законодательством, а также иные действия (бездействие), признанные в соответствии с федеральными законами монополистической деятельностью

Функции конкуренции

Регулирования

- ресурсы направляются в те сферы, где в них ощущается наибольшая потребность и где они используются наиболее эффективно

Аллокационная

- выражается в эффективном размещении факторов производства в местах, где их применение обеспечивает наибольшую отдачу

Инновационная

- обнаруживается, прежде всего, в финансировании и стимулировании НТП

Адаптационная

- нацелена на рациональное приспособление фирм к условиям внутренней и внешней среды

Мотивации

- направляет действия предпринимателей в сторону повышения качества продукции и снижения цены

Распределения

- доходы предпринимателей распределяются в пользу предпринимателей, которые используют ресурсы наиболее эффективно

Контроля

- ограничивает односторонние действия предпринимателей

Виды конкуренции *по масштабам развития*

- **индивидуальная** (один участник рынка стремится занять свое место под солнцем — выбрать наилучшие условия купли-продажи товаров и услуг);
- **местная** (среди товаровладельцев какой-то территории);
- **отраслевая** (в одной из отраслей рынка идет борьба за получение наибольшего дохода);
- **межотраслевая** (соперничество представителей разных отраслей рынка за привлечение на свою сторону покупателей в целях извлечения большего дохода);
- **национальная** (состязание отечественных товаровладельцев внутри данной страны);
- **глобальная** (борьба предприятий, хозяйственных объединений и государств разных стран на мировом рынке).

Виды конкуренции по характеру развития

- **свободная** конкуренция
- **регулируемая** конкуренция.

Также конкуренцию делят на

- **ценовую**
- **неценовую.**
- **Ценовая** конкуренция возникает, как правило, путем искусственного сбивания цен на данную продукцию. При этом широко используется ценовая дискриминация, которая имеет место в том числе, когда данный продукт продается по разным ценам и эти ценовые различия не оправданы различиями в издержках.
- **Неценовая** конкуренция проводится главным образом посредством совершенствования качества продукции, технологии производства, инноваций и нанотехнологий, патентирования

Виды конкуренции по определенным этапам потребительского выбора

- **желания-конкуренты** (Этот вид конкуренции связан с тем, что существует множество альтернативных способов вложения потребителем денежных средств);
- **функциональная конкуренция** (Этот вид конкуренции связан с тем, что одну и ту же потребность можно удовлетворить различными способами (существуют альтернативные способы удовлетворения потребности)).
- **межфирменная конкуренция** (Это конкуренция альтернатив доминирующих и наиболее эффективных способов удовлетворения потребности).
- **межтоварная конкуренция** (Это конкуренция товаров фирмы между собой. Она конкуренцией по сути не является, а представляет из себя частный случай ассортиментного ряда, целью которого является создать имитацию потребительского выбора).

Виды конкуренции в зависимости от выполнения предпосылок конкурентного равновесия рынка:

- **Совершенная конкуренция** - базирующаяся на выполнении предпосылок конкурентного равновесия, к которым можно отнести следующие: наличие множества независимых производителей и потребителей; возможность свободной торговли факторами производства; самостоятельность субъектов хозяйствования; однородность, сопоставимость продукции; наличие доступности информации о рынке.
- **Несовершенная конкуренция** - базирующаяся на нарушении предпосылок конкурентного равновесия. Несовершенная конкуренция имеет характеристики: раздел рынка между несколькими крупными фирмами или полное господство; ограниченная самостоятельность предприятий; дифференциация продукции и контроль за сегментами рынка.

Виды конкуренции в зависимости от соотношения спроса и предложения (товаров, услуг):

- **чистая;**
- **олигополистическая:**
- **монополистическая.**
- **Чистая конкуренция** представляет собой предельный случай конкуренции и относится к виду совершенной конкуренции.

Ключевыми характеристиками рынка чистой конкуренции являются: большое число покупателей и продавцов, не обладающих достаточной силой, чтобы повлиять на цены; недифференцированные, полностью взаимозаменяемые товары, которые продаются по ценам, определяемым соотношением между спросом и предложением (товары схожи, много товарозаменителей); полное отсутствие рыночной силы.

~~Виды конкуренции в зависимости от~~

соотношения спроса и предложения (товаров, услуг):

- **чистая;**
- **олигополистическая:**
- **монополистическая.**

- **Олигополистическая конкуренция** — это конкуренция, относящаяся к несовершенному виду.

Ключевыми характеристиками рынка олигополистической конкуренции являются: незначительное число конкурентов, создающих сильную взаимосвязь; большая рыночная сила; схожесть товаров и ограниченность количества их типоразмеров.

Формирование олигопольного рынка (весь объем поставок обеспечивается лишь несколькими фирмами) характерно для следующих отраслей: химической промышленности (производство полиэтиленов, каучука, технических масел, этиловой жидкости); машиностроительной и металлообрабатывающей промышленности (производство машин и оборудования, стати, рельсов, труб и т.п.).

Виды конкуренции в зависимости от соотношения спроса и предложения (товаров, услуг):

- **чистая;**
- **олигополистическая;**
- **монополистическая.**
- **Монополистическая конкуренция** — это конкуренция, несовершенного вида.

Основные характеристики рынка монополистической конкуренции: многочисленность конкурентов и уравновешенность их сил; дифференцированность товаров (с точки зрения покупателя товары обладают отличительными качествами, которые воспринимаются таковыми всем рынком).

Дифференциация может принимать различные формы: вкус напитка, особая техническая характеристика, оригинальное сочетание характеристик, качество и диапазон услуг, сила торговой марки; возрастание рыночной силы за счет дифференцированных товаров, что защищает фирму и позволяет получать прибыли выше среднерыночных.

Виды конкуренции в зависимости от соотношения числа субъектов хозяйствования по поводу приложения капитала в области производства или сбыта

- **внутриотраслевая** конкуренция

- **межотраслевая** конкуренция.

- **Внутриотраслевая конкуренция** — это конкуренция между субъектами отрасли за более выгодные условия производства и сбыта продукции, получение сверхприбыли.

Внутриотраслевая конкуренция является исходным пунктом в механизме конкуренции.

Основные функции внутриотраслевой конкуренции:

- возможность установления общественной, рыночной стоимости товара и рыночной равновесной цены;
- стимулирование научно-технического прогресса;
- экономическое принуждение к повышению эффективности производства;
- выявление слабых, менее организованных производителей;
- ограничение экономической власти лидеров.

Виды конкуренции в зависимости от

соотношения числа субъектов хозяйствования по поводу приложения капитала в области производства или сбыта

- **внутриотраслевая** конкуренция
- **межотраслевая** конкуренция.
- **Межотраслевая конкуренция** — это конкуренция между предпринимателями различных отраслей за более выгодное приложение капитала на основе перераспределения прибыли. Возникновение межотраслевой конкуренции базируется на неодинаковых условиях производства (различная структура капитала и скорость его оборота, колебание рыночных цен), приводящих к разной норме прибыли.

Основные функции межотраслевой конкуренции:

- возможность модернизации отраслей, так как новые предприятия создаются на прогрессивной научно-технической основе;
- усиление интенсификации, рост эффективности производства;
- оптимизация отраслевых пропорций, структурная перестройка экономики.

Виды конкуренции в соответствии с потребностью, заложенной в основе товара:

- **Горизонтальная конкуренция** — это конкуренция между производителями одного и того же вида товара.
Является разновидностью внутриотраслевой конкуренции, т.е. конкуренции по поводу наиболее лучшего производства функциональных свойств и параметров товара (производители телевизоров конкурируют между собой по размеру диагонали, яркости звука, дополнительным услугам).
- **Вертикальная конкуренция** — это конкуренция между производителями разных товаров, способных удовлетворить одну и ту же потребность покупателя.
Например, с помощью телевизора можно удовлетворить потребность в получении информации, досуга, обучения и др. Потребность в получении информации, кроме телевизора, можно удовлетворить с помощью телефона, газет, журналов, радио и других источников, которые относятся к иным отраслям производства товаров, что и является разновидностью межотраслевой конкуренции.

Виды конкуренции в зависимости от соотношения спроса и предложения на конкретный товар:

Выделяют следующие виды конкуренции, являющиеся разновидностями внутриотраслевой конкуренции:

- конкуренция **продавцов** товара
- конкуренция **покупателей** товара.

Чем выше степень конкуренции продавцов, тем ниже степень конкуренции покупателей и наоборот.

Векторы действия этих двух тенденций противоположны, но сила и воздействие их на общество одинаковы, поэтому между ними существует определенное равновесие.

При взаимодействии кривых спроса и предложения возникает период относительного равновесия, который имеет три фазы: кратковременную, среднюю и длинную. При кратковременном равновесии цена определяется спросом. По мере удлинения периода времени цена уже определяется стоимостью, т.е. издержками.

Методы конкурентной борьбы

Основные стратегии конкурентной борьбы, которые применяют фирмы

- 1) **«Силовая»** стратегия, когда фирмы-соперники переманивают друг у друга клиентов, предлагая им товар по более низкой цене (по принципу «дешево, но прилично»).
- 2) **«Нишевая»** стратегия, когда фирма делает ставку на высокую потребительскую ценность своего товара, не считая нужным бороться за низкие цены (по принципу «дорого, но очень качественно»).
- 3) **«Соединяющая»** стратегия, если фирма стремится индивидуализировать свои товары, варьируя стандартную модель в соответствии с заранее собранными заявками клиентов (по принципу «клиент доплачивает, чтобы фирма решила его специфические проблемы»).
- 4) **«Пионерная»** стратегия, когда фирма ищет революционные технические и организационные решения, которые позволили бы привлечь покупателя и низкой ценой, и высоким качеством (по принципу «лучше и дешевле»)

Формы организации участников отраслевых рынков

- Конкурентная борьба между участниками отраслевых рынков приводит к различным формам их организации.
- Идеальному рыночному хозяйству соответствует модель совершенной конкуренции. Иногда ее называют сочетанием «полиполии», что в переводе с греческого означает «много продавцов», и «полипсонии», что означает «много покупателей».
- Совершенной конкуренцией является конкуренция, соответствующая ряду условий:
 - полная свобода действий участников товарного производства – неограниченный доступ любого товаропроизводителя на рынок и свободный выход из него, абсолютно самостоятельное принятие хозяйственных решений;
 - множественность участников товарного производства – продавцов и покупателей так много, что ни один из них не может сколько-нибудь существенно влиять на уровень рыночных цен;
 - полное («совершенное») знание участниками рыночных сделок всей информации о рынке.
- Когда не выполняется хотя бы одно из условий совершенной конкуренции, то это называют несовершенной конкуренцией.

Типология моделей организации отраслевых рынков

Рынок продавцов	ПОЛИПОЛИЯ	ОЛИГОПОЛИЯ	МОНОПОЛИЯ
Рынок покупателей			
ПОЛИПСОНИЯ	1	2	3
ОЛИГОПСОНИЯ	4	5	6
МОНОПСОНИЯ	7	8	9

Каждая из этих девяти моделей предполагает особые закономерности поведения продавцов и покупателей. Основное внимание экономисты обращают на ситуации конкурентной, монополистической и олигополистической организации рынка продавцов, предполагая, что среди покупателей господствует конкуренция (т.е. рассматриваются в основном модели № 1, № 2 и № 3).

МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ

Измерение конкуренции

- **Коэффициент концентрации CR-n,**

Совокупная доля n-фирм (3 или 5) на рынке

- **с помощью индекса Херфиндаля-Хиршмана**

$$H_p = \sum^n p_i^2, i = 1..n$$

p_i - доля фирмы на рынке, в %, n – макс. число фирм

Индекс позволяет оценить изменение силы конкуренции на определенном рынке с течением времени или сравнить разные рынки по уровню конкуренции

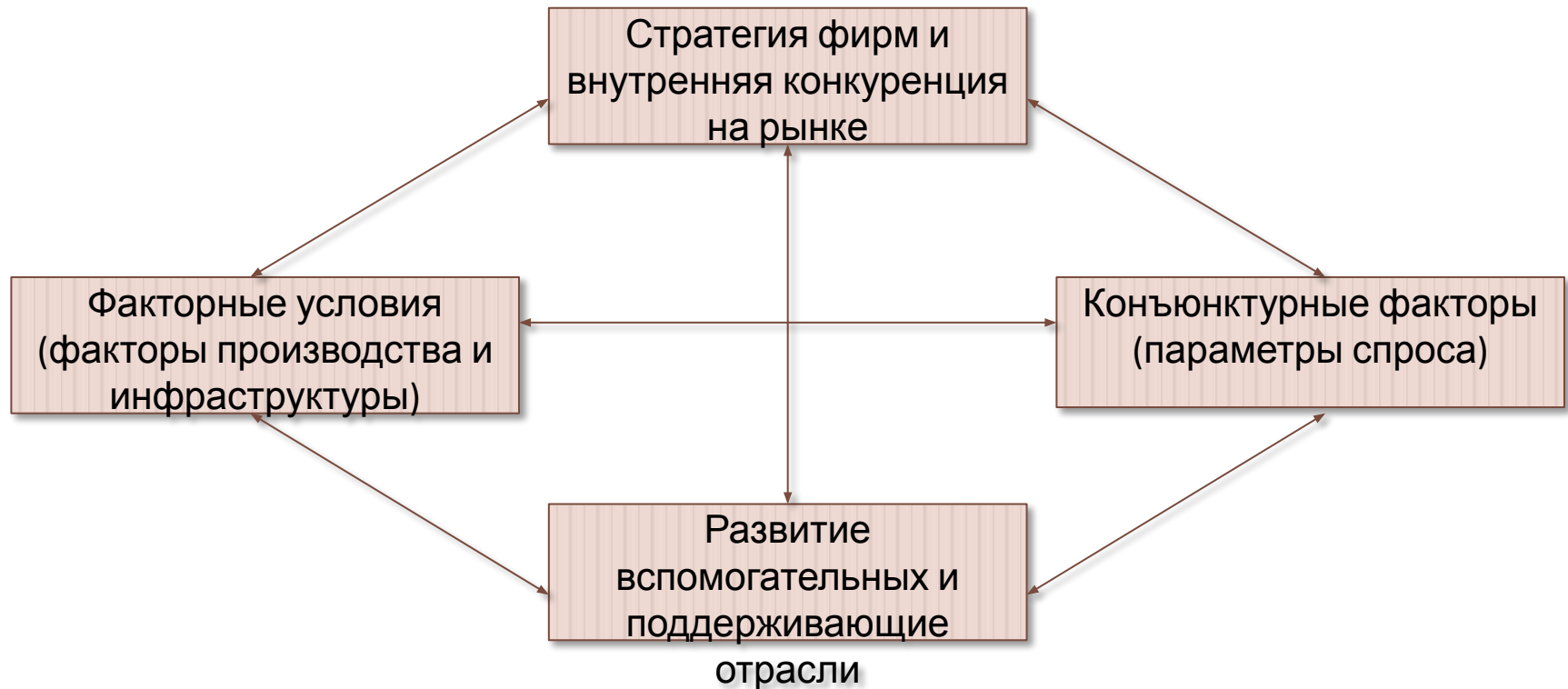
Мин знач $H_p = 0$ (совершенная конкуренция)

Макс знач $H_p = 10$ тыс (чистая монополия)

Модель пяти факторов конкурентоспособности фирмы М. Портера



«Конкурентный ромб» М. Портера



Факторы конкуренции на рынке отрасли

п/п	Факторы конкуренции
1. Ситуация в отрасли	
1.1	Число и мощность фирм, конкурирующих на рынке
1.2	Изменение платежеспособного спроса
1.3	Степень стандартизации товара, предлагаемого на рынке
1.4	Издержки переключения клиента с одного производителя на другого
1.5	Унифицированность сервисных услуг по товару в отрасли
1.6	Барьеры ухода с рынка (затраты фирмы на перепрофилирование)
1.7	Барьеры проникновения на рынок
1.8	Ситуация на смежных товарных рынках (рынки товаров с близкими технологиями и сферами применения)
1.9	Стратегии конкурирующих фирм (поведение)
1.10	Привлекательность рынка данного продукта

Факторы конкуренции на рынке отрасли

п/п	Факторы конкуренции
2. Влияние потенциальных конкурентов	
2.1	Трудности входа на отраслевой рынок
2.2	Доступ к каналам распределения
2.3	Отраслевые преимущества
3. Влияние поставщиков	
3.1	Уникальность канала поставок
3.2	Значимость покупателя
3.3	Доля отдельного поставщика

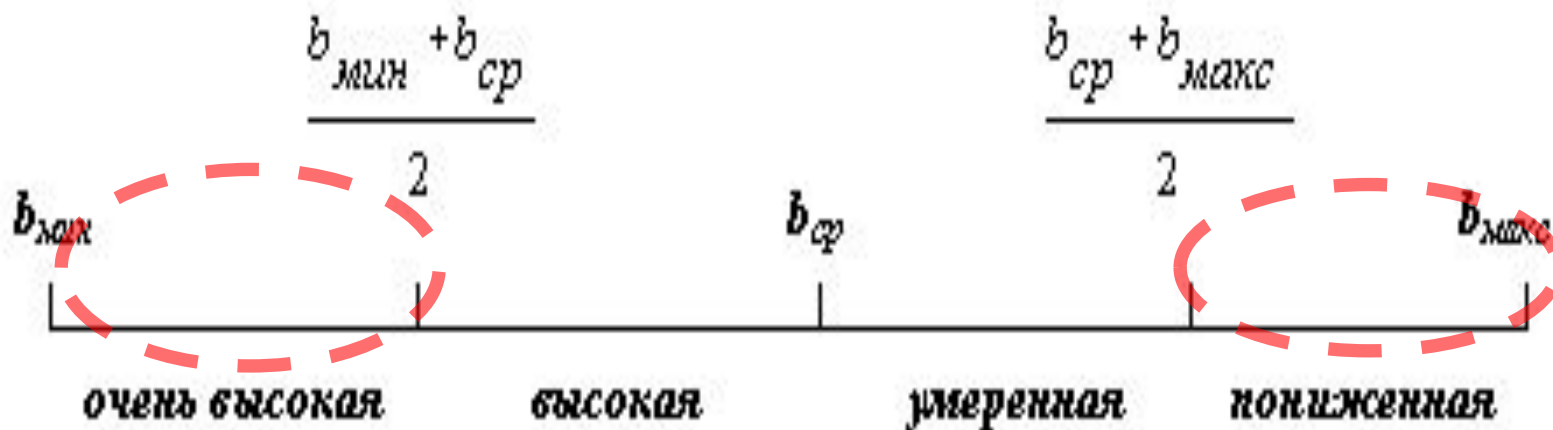
Факторы конкуренции на рынке отрасли

п/п	Факторы конкуренции
4. Влияние покупателей	
4.1	Статус покупателей
4.2	Значимость товара у покупателя
4.3	Стандартизация товара
5. Влияние товаров-заменителей	
5.1	Цена
5.2	Стоимость "переключения"
5.3	Качество основного товара

Оценка степени влияния силы конкуренции на рынке

$$\bar{b} = \frac{1}{m \cdot n} \sum_{i=1}^m k_i \sum_{j=1}^n b_{ij}$$

где b_{ij} - балльная оценка j -го эксперта степени проявления i -го фактора;
 n - количество экспертов;
 k_i - коэффициент важности i -го фактора,
 m - число рассматриваемых факторов.



Оценка прогноза развития уровня силы конкуренции на рынке

$$\hat{c} = \frac{1}{m \cdot n} \sum_{i=1}^m k_i \sum_{j=1}^n c_{ij},$$

где c_{ij} - балльная оценка j -го эксперта прогноза
развития i -го фактора;

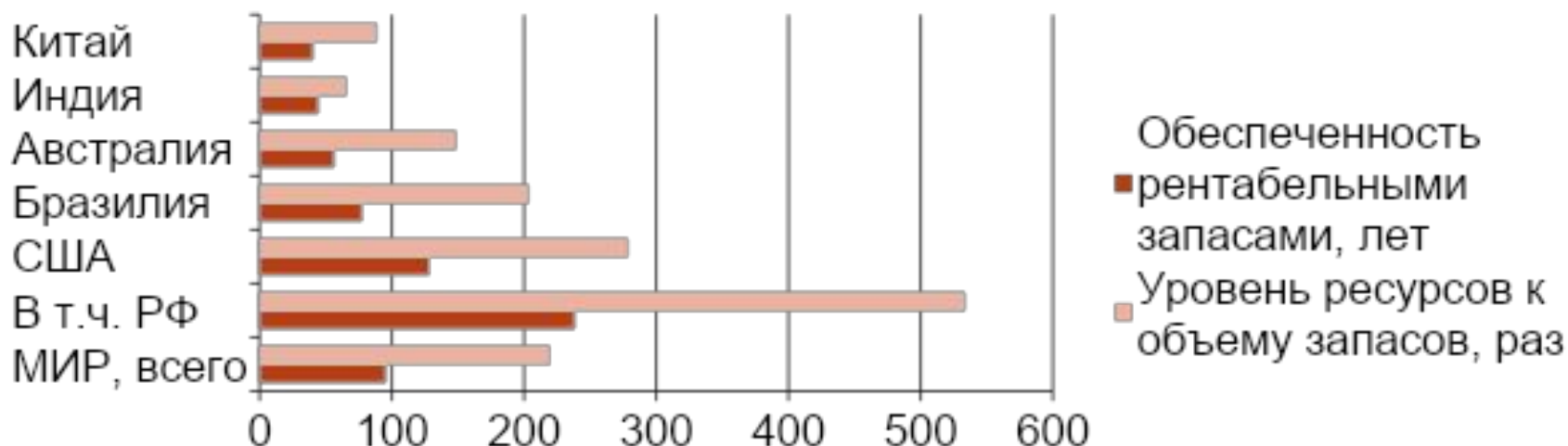
n - количество экспертов;

k_i - коэффициент важности i -го фактора,

m - число рассматриваемых факторов

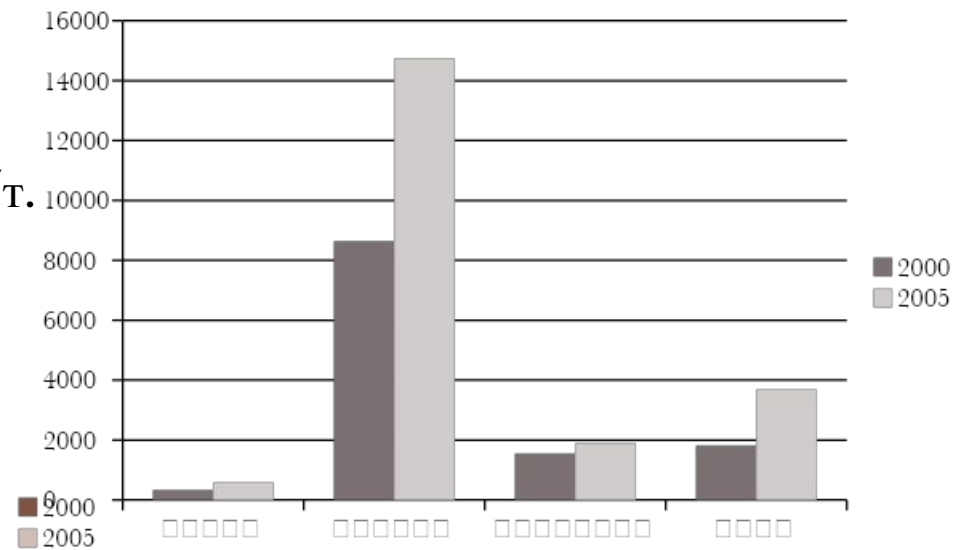
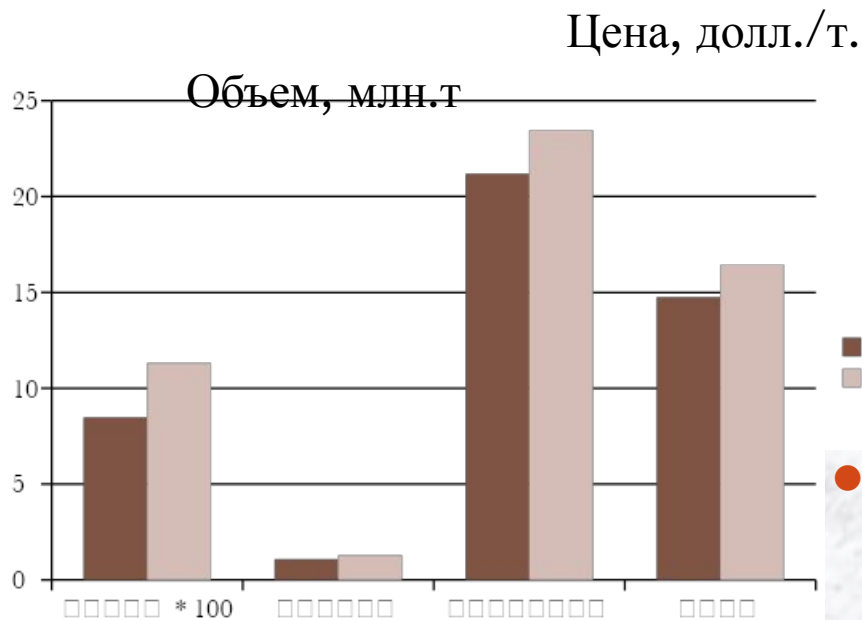


Металлургический комплекс



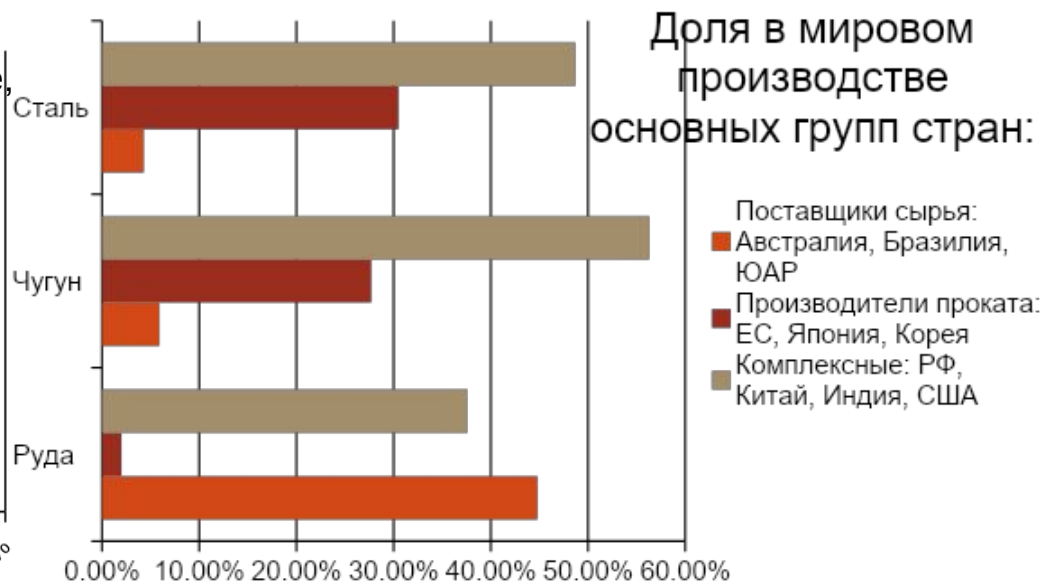
- Мировая ресурсная база металлургии для удовлетворения потребностей мировой экономики в металле достаточна (как минимум на 50-60 лет).
- Она не является ограничителем развития металлургии, но находится под влиянием разнообразных политических, институциональных и экономических процессов. При этом ограничения со стороны ресурсной базы (вплоть до исчерпания собственных качественных запасов сырьевых ресурсов) не могут стать препятствием для проведения индустриализации стран.
- Фактор наличия собственной ресурсной базы не является значимым конкурентным преимуществом сам по себе, хотя его ценность, безусловно, постепенно возрастает
- В период 2008-2025 годов, в целом, возможны разнонаправленные тенденции мирового рынка сырья, связанные с ростом спроса и возможными изменениями действующих механизмов вовлечения месторождений в эксплуатацию.

Рост спроса на металл и цен на мировом рынке в 2000-2005 гг.



- Несмотря на общую достаточность ресурсной базы, идущая индустриализация развивающихся стран создала в последние годы определенные проблемы на рынке металла, включая и проблемы ресурсного обеспечения производства у стран традиционно импортирующих сырье (ЕС, Япония, Южная Корея).
- Это выразилось в существенном росте цен на железную руду (трехкратном за 2003-2007 гг.) и продукты её первичной переработки. Причина – определенное отставание в освоении новых месторождений по сравнению в ростом спроса.

Распределение производства металлопродукции по странам мира в 2006 г.,%



- В настоящее время мировой металлургический комплекс активно развивается. Инвестиционный рост мировой экономики обеспечивает увеличение спроса на металл. За **2002-2007** гг. производство стали в мире увеличилось на **500 млн.т. (на 60%)** и составило **1,34 млрд.т. в 2007 г.** Для сравнения: аналогичный прирост был получен за весь период **1950-2000** гг.

Тенденции развития мирового металлургического комплекса

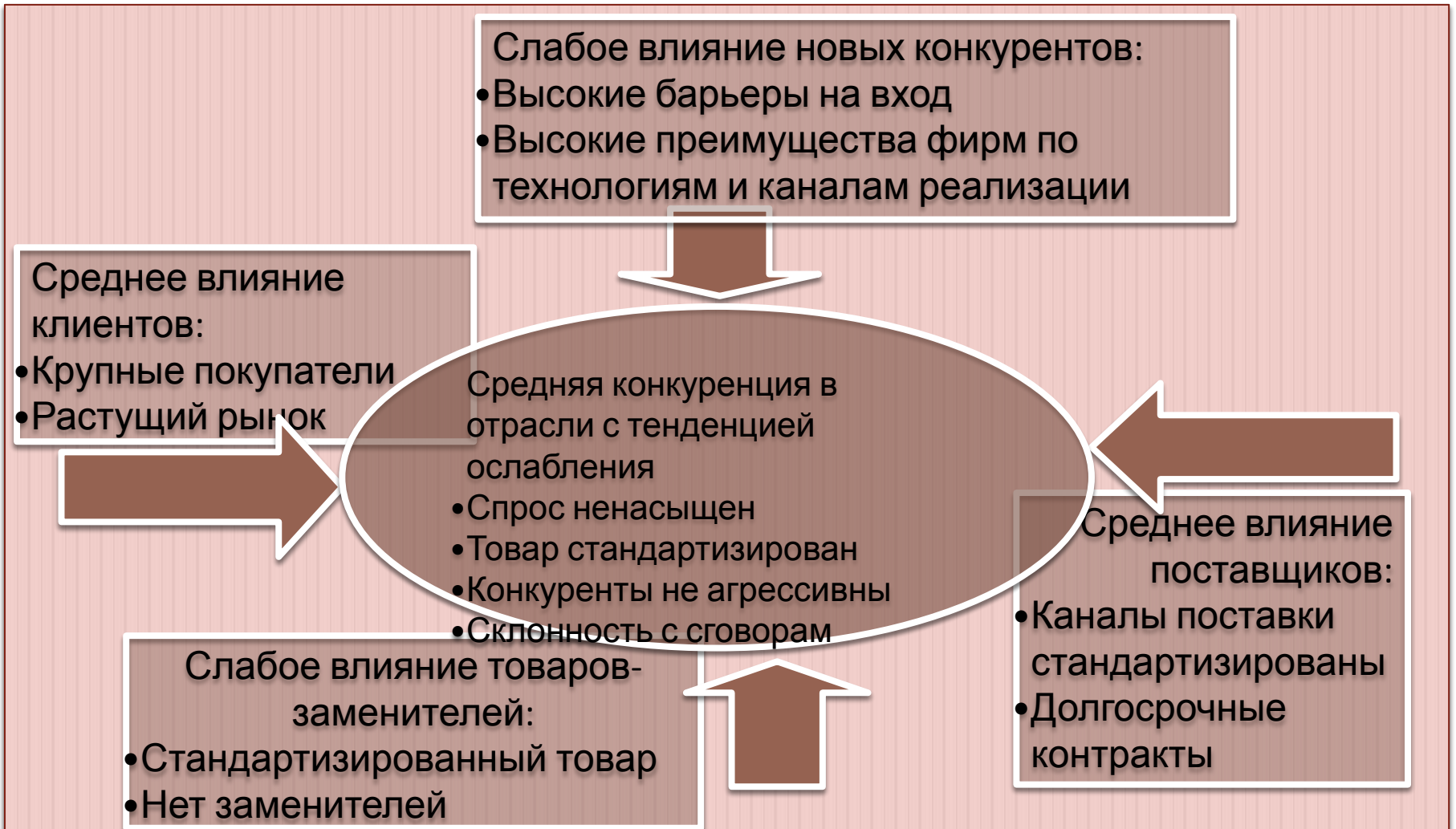
- **Снижение влияния на развитие мирового рынка металлургии традиционно «сильной» европейской и американской металлургической отрасли.**

Конкуренентоспособность зрелого рынка металлургии в странах ЕС и США сохраняется и в ближайшей перспективе сохранится в части высокотехнологичной продукции и экологичной переплавки лома. Однако, рост спроса на металл в долгосрочной перспективе в этих странах останется слабым, что обусловлено завершившимися в целом процессами индустриализации, а также медленными темпами роста экономик.

Мощные процессы индустриализации и перенос металлоемких производств, происходящие в развивающихся странах.

- Большинство развивающихся стран находятся в начале процесса индустриализации, сопровождающейся ростом удельного металлопотребления, потенциал которого оценивается в среднем в 3-4 раза.
- За последние годы Китай стал крупнейшим производителем, экспортером и импортером металлопродукции, входит в число лидеров по уровню технологического развития многих металлургических производств. С 2004 г. доля Китая в мировом стальном производстве больше суммарной доли США и стран ЕС (25).
- Ожидается повышение спроса на металлопродукцию на рынках развивающихся стран. В Бразилии уже в настоящее время спрос на сталь существенно повышается в связи с расширением жилищного строительства, автомобилестроения и производства основных потребительских товаров. На Ближнем и Среднем Востоке и в Африке наблюдается также значительный рост спроса на сталь, обусловленный потребностями, связанными с реализацией нефтегазовых проектов и активизацией деятельности в сфере строительстве.
- В результате бума металлургии развивающихся стран, принципиально изменились тенденции удельного потребления металла в мире. Темп роста производства основных металлов опережает темп роста мировой экономики. Если в 70-90 гг. объем потребления стали на душу населения снизился на 18%, то с начала 2000 г. рост составил около 6% в год.

Оценка влияния основных сил конкуренции в отрасли (металлургический комплекс)



Конкурентный анализ и прогноз развития рынка

- **Анализ конкурентоспособности по системе 111-555**
- **Метод «полярного профиля»**
- **Метод «конкурентного листа»**
- **Формирование конкурентной (деловой) стратегии компании**
- **Методы прогнозирования и планирования**
- **Форсайт**

Анализ конкурентоспособности по системе 111-555

Метод стратегического анализа по системе 111-555 построен на основе метода экспертных оценок и метода аналогий. Сущность метода анализа по системе 111-555 и порядок его применения заключаются в следующем:

- Анализ проводится по трем факторам – конкурентоспособность продукции (компании), качество продукции, цена на продукцию.
- Каждый из трех факторов оценивается группой экспертов по оценочной шкале в интервале от 1 балла (наихудший бал по конкурентоспособности и качеству, лучший – по цене продукции) до 5 баллов (лучший по конкурентоспособности и качеству, худший – по цене продукции). Средний балл – 3.
- В результате использования данного метода возможны традиционные сочетания оценок, характеризующие специфику производственной стратегии компании (551 – традиционное – высокая конкурентоспособность при высоком качестве и низкой цене; 555 – европейское; 511 – восточно-азиатское).

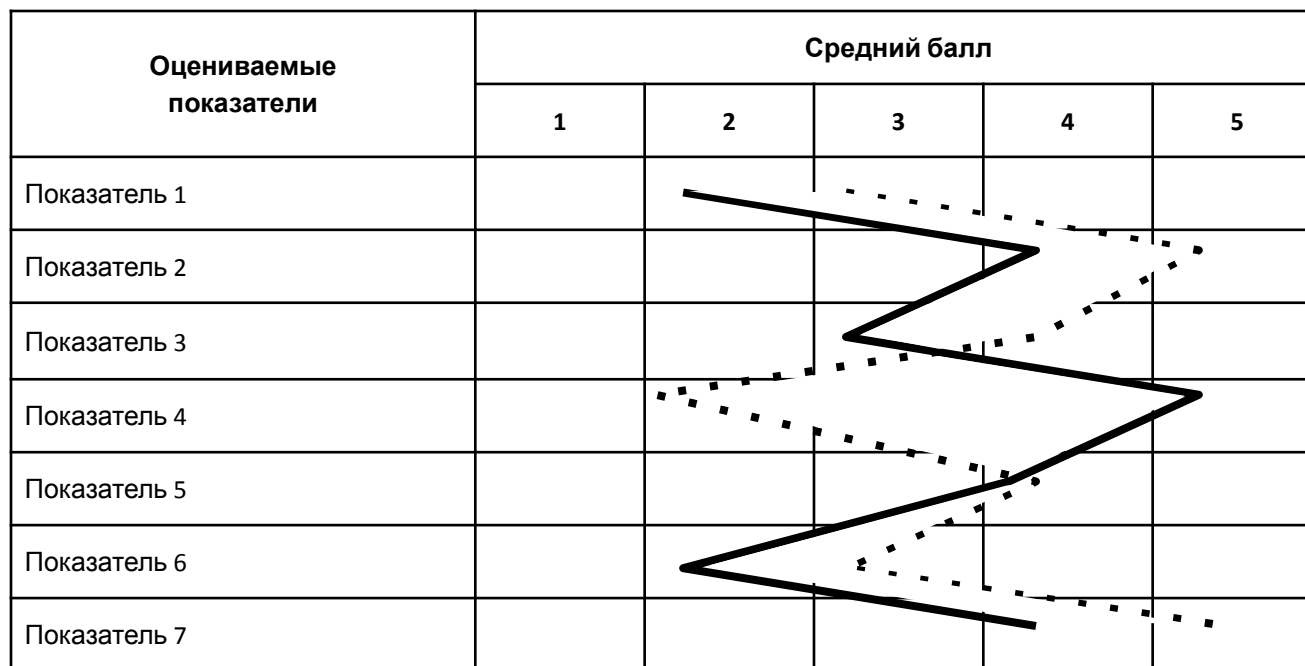
При оценке результатов стратегического анализа по системе 111-555 строятся диаграммы, наглядно показывающие зависимости трех анализируемых факторов. Например, качество – конкурентоспособность, цена – качество, цена – конкурентоспособность. Целесообразно также рассмотреть эти факторы в зависимости от объемов производства.

Метод «полярного профиля»

- Данный метод используется как механизм анализа конкурентов компании на данном целевом рынке и оценки ее конкурентных преимуществ в рамках конкретных показателей. В качестве оценочных показателей конкурентоспособности компании могут выступать различные показатели
- Метод полярного профиля – это графический метод, основанный на использовании экспертных оценок. Так, «полярный профиль» компании формируется на основании экспертных оценок по предложенному перечню показателей

График оценки конкурентных преимуществ по методу «полярного профиля»

— компания «А»;
 компания «В».



Фирма «А» имеет конкурентные преимущества перед фирмой «В» только по показателю 4. Фирма «В», напротив, имеет конкурентные преимущества перед фирмой «А» по показателям №№1-3, 6-7. В целом конкурентные позиции данной фирмы более сильны по сравнению с фирмой «А»

Метод «конкурентного листа»

- Данный метод конкурентного и стратегического анализа имеет много общего с методом «полярного профиля» и может быть реализован двумя способами:
- экспертная оценка компании по сравнению с основными конкурентами на основании предложенного перечня показателей;
- сопоставление реальных показателей, характеризующих деятельность компании и конкурентов.
- В первом случае данный метод стратегического и конкурентного анализа позволяет дать качественную оценку конкурентоспособности компании по сравнению с конкурентами. Экспертами выставляются оценки в баллах (от «1» до «5» баллов) по данной компании и по основным конкурентам. Далее рассчитывается средний балл каждой компании и определяются их рейтинги. Преимущество данного подхода заключается в том, что экономится время на сбор информации и проверку ее достоверности.

Формирование конкурентной стратегии

Анализ разрыва

Гар-анализ

Диаграмма Ишикавы

Матрица М. Портера

Структурный анализ М. Портера

Цепочка ценностей М. Портера

Диаграмма Омаэ

SWOT анализ

PEST анализ

EFAS (резюме анализа внешних факторов)

SNW анализ

Диаграмма Омаэ

Матрицы БКГ, Дженерал Электрик, МакКинзи, Шелл, ADL, Ансоффа, Абея и другие портфельные матрицы

Методы экономического анализа

Ситуационный анализ

Методы экспертиз: мозговой атаки, Делфи, комиссий, кейс-метод и т.д.

Метод сценариев

Социологические методы: анкетирование, фокус-группы

Методы моделирования: теории игр, массового обслуживания, управления запасами, имитационное моделирование

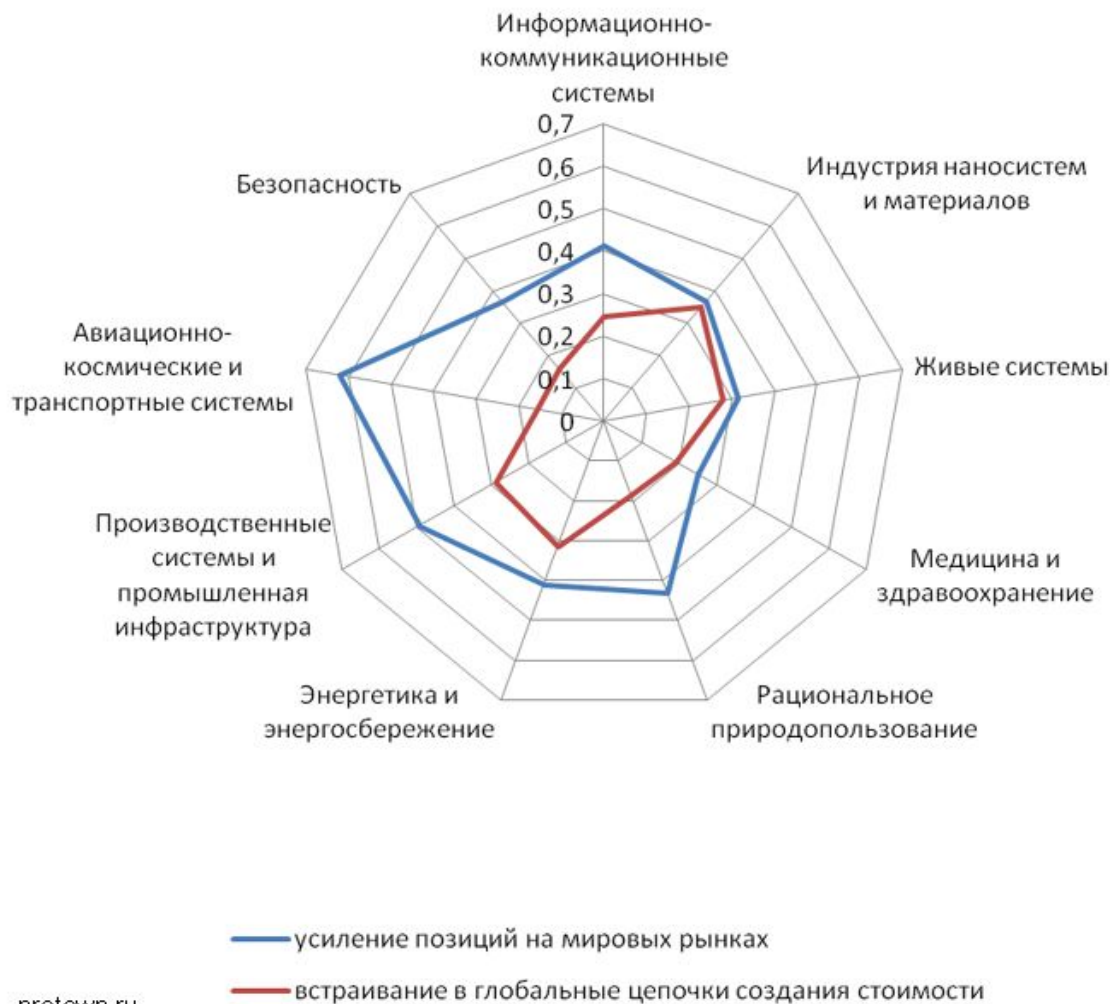
Методы прогнозирования и планирования

- **Методы экспертных оценок:** индивидуальные (метод интервью, аналитический метод, метод написания сценария), коллективные (метод коллективной генерации идей, метод Дельфи, метод комиссий и др.).
- **Методы исторических аналогий и прогнозирования по образцу**
- **Методы прогнозной экстраполяции** (методы подбора функций, методы экспоненциального сглаживания, метод скользящей средней и др.)
- **Методы моделирования** (матричные модели, методы оптимального планирования, экономико-статистические модели, модели принятия решений, имитационные модели, сетевые модели). Построить модель функционирования некоторой системы – значит отыскать или установить (определить) оператор, связывающие неизвестные и известные параметры
- **Экономико-математические методы** (линейное программирование, целочисленное программирование, метод межотраслевого баланса, корреляционно-регрессионный метод)
- **Метод экономического анализа** (балансовый метод, нормативный метод, программно-целевой метод)

Форсайт-методы

- *Форсайт - это систематический, совместный процесс построения видения будущего, нацеленный на повышение качества принимаемых в настоящий момент решений*
- Формируются новые глобальные технологии, связанные с проектированием будущего, включая научно-техническое проектирование на основе оценки долгосрочных перспектив развития, выявления технологических прорывов, способных активно воздействовать на экономику и общество (технологии форсайта).
- Идеология форсайта нацелена на научно-техническое развитие, исходит от конвергенции тенденций современных разработок в области политического и стратегического анализа и прогнозирования. Развиваются технологии, связанные с гуманитарным проектированием и социальным программированием (т.н. «новая сборка территории»).

Оценка внутренних и внешних рынков, где Россия конкурентоспособна



Результаты экспертных оценок по критериям «усиление позиции на мировых рынках» и «встраивание в глобальные цепочки» по всем направлениям научно-технологического развития. Синхронизация оценок по данным критериям наблюдается в наибольшей степени по направлениям «Индустрия наносистем и материалов» и «Живые системы». Максимальное расхождение оценок – по направлению «Авиационно-космические и транспортные системы», где отчетливо преобладают оценки, относящиеся к усилению позиций на мировых рынках. Такая картина отражает сложившиеся сегодня реалии российской экономики.

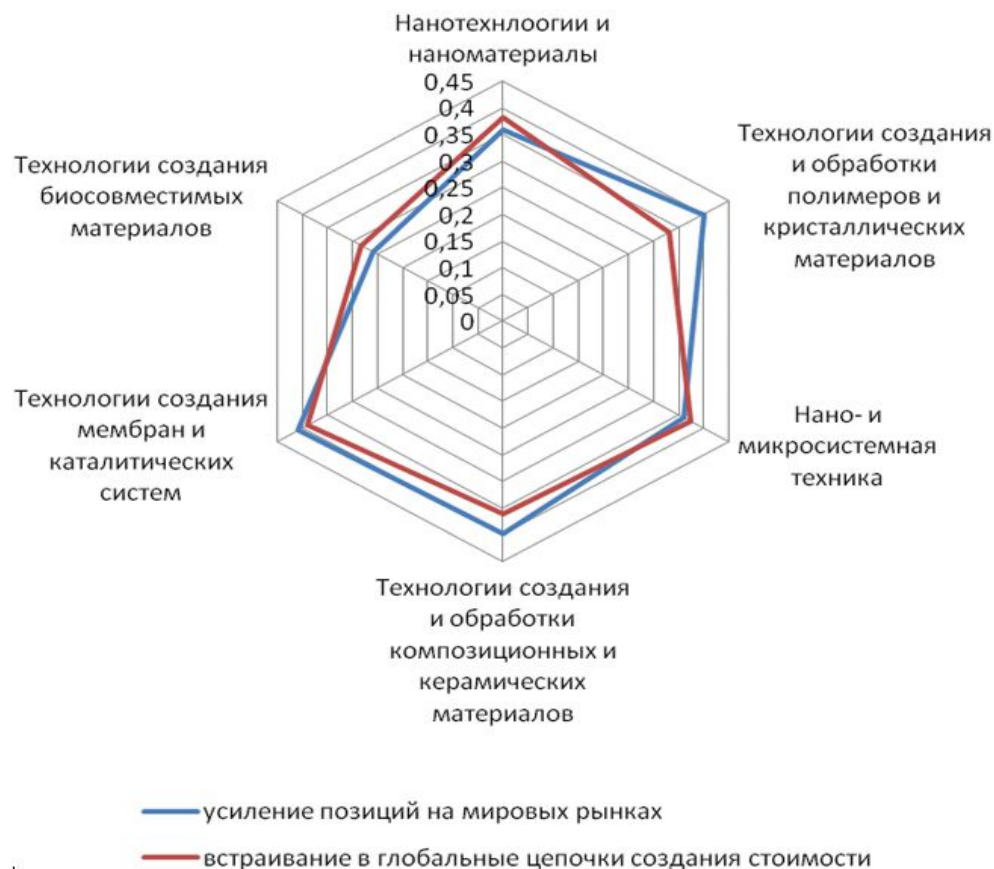
Оценка внутренних и внешних рынков, где Россия конкурентоспособна

- Свыше 80% экспертов отметили следующие важнейшие направления вероятного усиления позиций России на мировых рынках:
 - космические системы на базе малоразмерных космических аппаратов (микро-, нано- и пикоспутники) и технологии их запуска и поддержания на целевых орбитах;
 - летательные аппараты нестандартных схем, включая компоновки с улучшенной интеграцией планера с элементами силовой установки;
 - системы управления средств выведения на основе использования бортовых навигационных комплексов, включая командные приборы платформенного и бесплатформенного типов;
 - перспективные интегрированные комплексы авионики и бортовых информационных систем с возможностями комплексирования разнородной информации;
 - методы обеспечения малой заметности летательного аппарата в РЛ, ИК и видимом диапазонах;
 - технология создания бескаркасных композитных конструкций, соответствующих материалов и оборудования;
 - система навигационного обеспечения управления космическими аппаратами различного целевого назначения на основе использования информации космической навигационной системы ГЛОНАСС;
 - супержаропрочные материалы для изготовления узлов авиационных двигателей и элементов конструкций гиперзвуковых летательных аппаратов.

Оценка внутренних и внешних рынков, где Россия конкурентоспособна

- В то же время практически все перечисленные направления имеют довольно невысокие оценки по критерию «встраивание в глобальные цепочки добавленной стоимости».
- Фактически речь идет о некоторой «самодостаточности» научно-технологического развития данной области, позволяющей, тем не менее, занять хорошие позиции на мировом рынке.
- Уровень исследований в этой области, по мнению экспертов, соответствует мировому или незначительно отстает.
- Среди мер поддержки исследований по темам, получившим высокую оценку экспертов, наибольший вес имеют рост финансирования и развитие материально технической базы и инфраструктуры науки.
- Для обеспечения высокой конкурентоспособности и выхода на внутренний и внешний рынки необходимыми являются, прежде всего, обучение персонала, усиление межфирменной кооперации, развитие инновационной инфраструктуры.

Распределение ответов экспертов по критериям «усиление позиции на мировых рынках» и «встраивание в глобальные цепочки создания добавленной стоимости» по направлению «Индустрия наносистем и материалов»

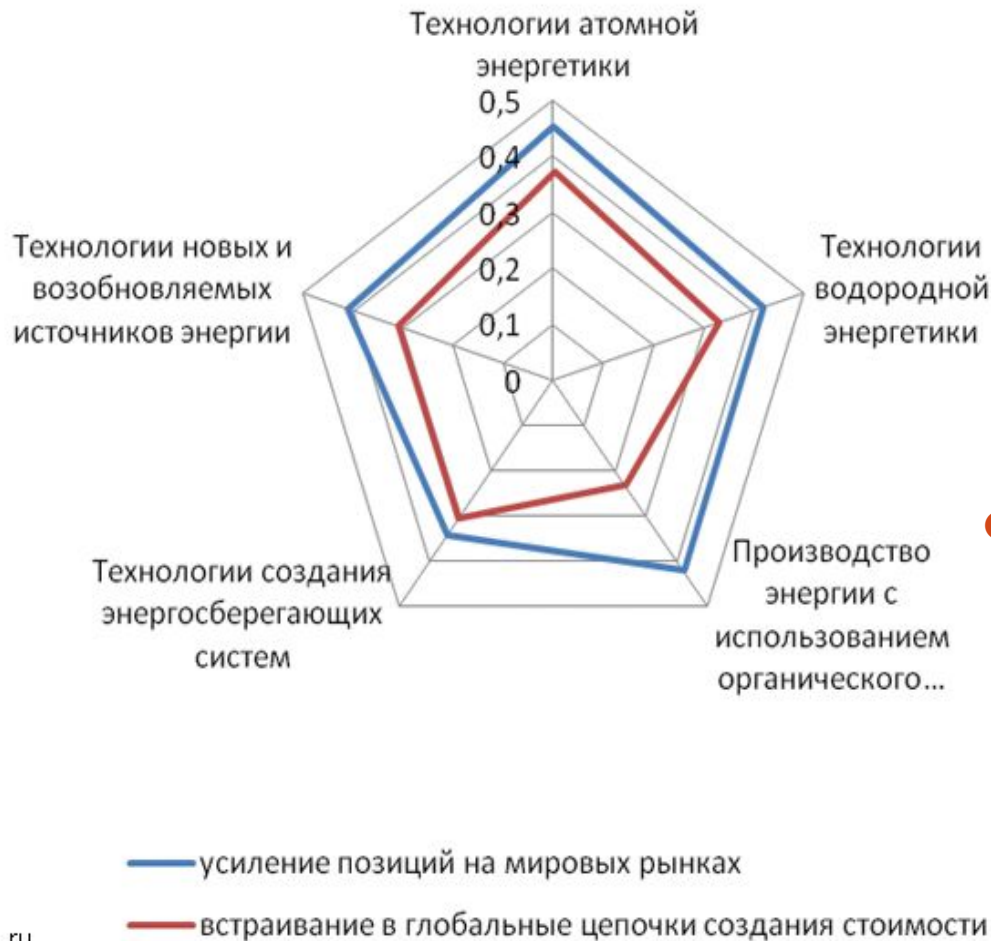


Для направления «Индустрия наносистем и материалов» характерна высокая степень согласованности оценок экспертов по критериям «усиление позиции на мировых рынках» и «встраивание в глобальные цепочки добавленной стоимости». Это свидетельствует о том, что данное направление может обеспечить результаты (в виде новых технологий, продуктов, исследовательских заделов), конкурентоспособные на мировых рынках, одновременно встраиваясь в глобальные цепочки создания стоимости, что полностью соответствует современным тенденциям создания конкурентных преимуществ.

Направление «Индустрия наносистем и материалов»

- **Медицина:** технологии для создания биомедицинских материалов и доставки лекарственных средств, включая универсальные органические и неорганические носители для целевой доставки лекарств с контролируемым временем освобождения; технологии создания магнитных наноносителей с регулируемой точкой Кюри (42-45°С) для применения в лечении злокачественных опухолей, доставки лекарств и магнитной томографии; наноконтейнерные технологии векторной доставки лекарств, сопряжения наноконтейнеров с биологически активными молекулами; наноструктурированные материалы и покрытия с высокими механическими свойствами для создания имплантантов, работающих под нагрузкой; биосовместимые материалы на основе микро и наноструктур, имитирующие ткани живых организмов; наноматериалы для технологий экстренной остановки кровотечений при оказании первой медицинской помощи и др.
- **Материалы:** различные пленки и покрытия, включая полимерные материалы с повышенной механической прочностью и химической стойкостью, включая волокна и нити; полимерные антифрикционные материалы и покрытия; кристаллические и наноструктурированные металлические материалы с повышенными конструкционными и функциональными свойствами для различных видов транспорта, включая авиацию, космос, судо- и автомобилестроение; высокоэффективные полимерные теплоизолирующие тепло- и огнестойкие материалы, покрытия и модификаторы; тонкие пленки функциональных материалов; полифункциональные алмазоподобные пленки; коррозионностойкие материалы и покрытия для экстремальных условий эксплуатации; упрочняющие инструментальные покрытия для машиностроения и др.
- **Энергетика:** материалы для традиционных и альтернативных источников энергии, включая материалы для альтернативных источников энергии, включая солнечные батареи; портативные топливные элементы, аккумуляторов водорода, электрохимические источники тока, термоэлектрические источники тока, суперконденсаторы и др., производство водорода и водород-обогащенных смесей для использования в качестве энергоносителей, компактные генераторы водорода, конверсия природного и попутного нефтяного газа вблизи мест добычи и др..

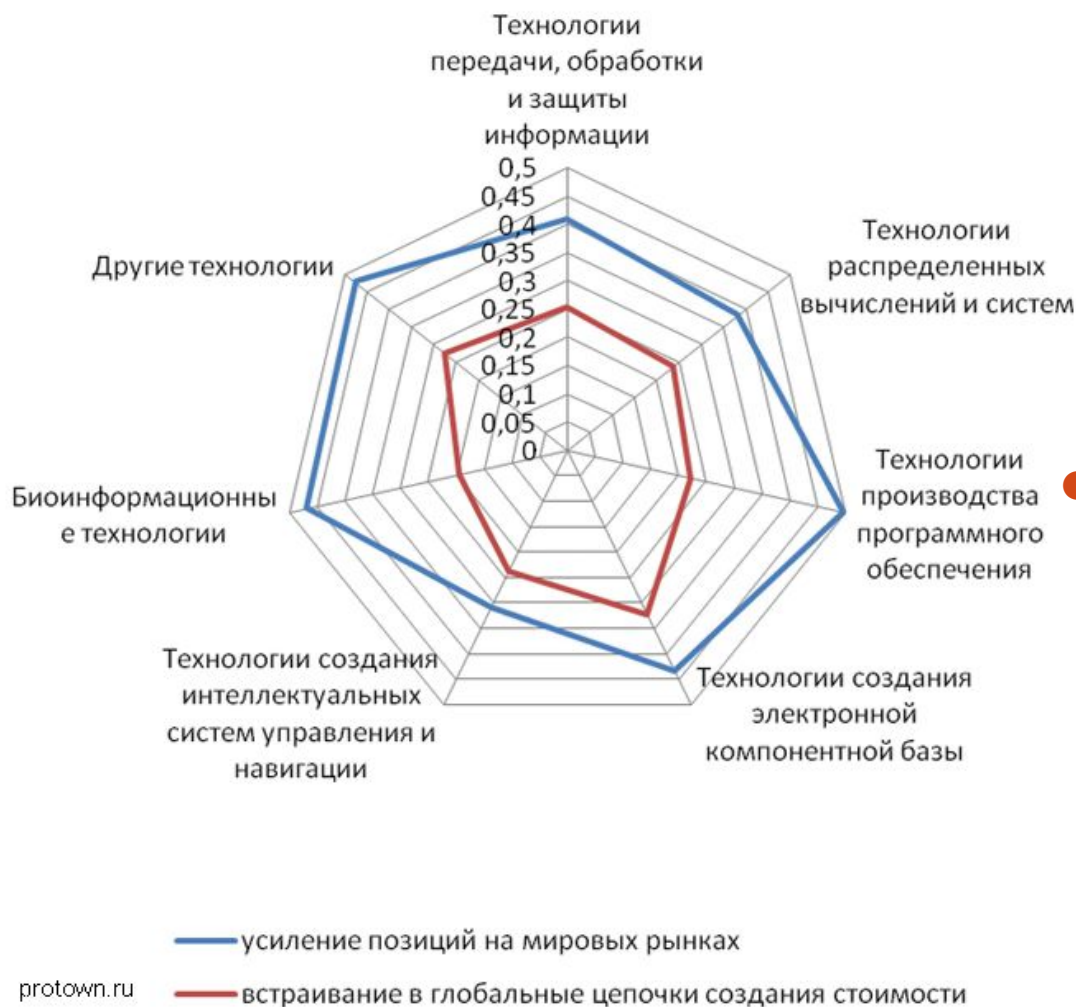
Распределение ответов экспертов по критериям «усиление позиции на мировых рынках» и «встраивание в глобальные цепочки создания добавленной стоимости» по направлению «Энергетика и энергосбережение»



- В направлении «Энергетика и энергосбережение» наибольшее число ответов экспертов по критерию «усиление позиции на мировых рынках» получила тематическая область «Технологии атомной энергетики». Эта же область лидирует и по критерию «встраивание в глобальные цепочки создания стоимости»
- Наиболее актуальные темы, результаты по которым могут иметь хорошие перспективы на мировых рынках, относятся к тематическим областям «Технологии атомной энергетики» и «Производство энергии с использованием органического топлива».

- К темам из первой области с наиболее высоким уровнем оценок по критерию «усиление позиции на мировых рынках» в **области атомной энергетики** были отнесены плавучие атомные энергоблоки для энергоснабжения, теплоснабжения и обеспечения пресной водой отдаленных районов; АЭС малой и средней мощности; технологии создания тепловых реакторов для АС (повышение эффективности выработки электроэнергии и тепла); технологии реакторов на быстрых нейтронах с тяжелыми или легкими жидкометаллическими теплоносителями; и т.д.
- Среди двадцати тем, с наиболее высокими оценками по критерию «встраивание в глобальные цепочки добавленной стоимости», четыре темы принадлежат направлению «Энергетика и энергосбережение». К ним относятся плазменно-пылевые системы прямого преобразования энергии радиоактивного распада в электрическую ("ядерная батарея"); технологии инновационного уранового и смешанного топлива, включая микротвэльное с многослойными покрытиями, матричное керметное, МОКС, нитридное; технология аккумуляирования (накопления) энергии, прежде всего электроэнергии, емкостью до 10 ГДж; технологии переработки отработавшего ядерного топлива с сепарацией и выделением актинидов и продуктов деления; быстрые реакторы с расширенным воспроизводством топлива для производства энергии, замыкания топливного цикла по урану, плутонию, минорным актиноидам).
- В качестве одного из наиболее перспективных проектов для России эксперты выделили строительство более мощных электростанций, которое возможно благодаря созданию турбин мощностью выше 1200 МВт и улучшению использования топлива, включая создание тихоходных турбин мощностью свыше 1200 МВт для АЭС и совершенствование корпусных водо-водяных реакторов (повышение мощности до 1200 МВт (эл), оптимизация топливного цикла, улучшение использования топлива, использование МОКС топлива, повышение безопасности и устойчивости к авариям, повышение КИУМ)

Распределение ответов экспертов по критериям «усиление позиции на мировых рынках» и «встраивание в глобальные цепочки создания добавленной стоимости» по направлению «Информационно-телекоммуникационные системы»



выделены ряд перспективных крупных инновационных проектов, направлений для осуществления в России: «Информационные системы в медицинском обслуживании», «Комплексная автоматизация предприятий» и «Информационные системы управления транспортом и транспортной инфраструктурой».

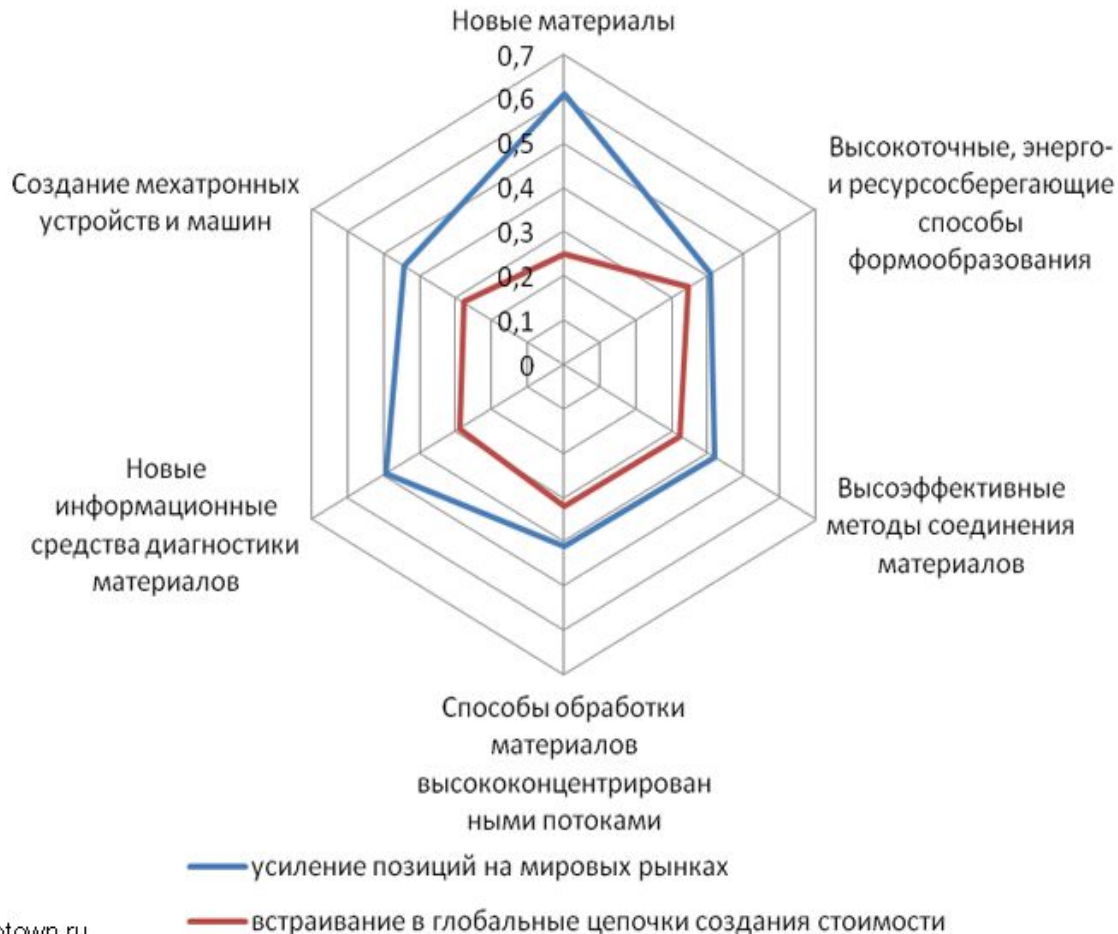
«Информационные системы в медицинском обслуживании» включают системы дистанционного медицинского обслуживания и диагностики; единые электронные социальные и медицинские карты, интегрированные систем предупреждения рисков для здоровья и др.

Распределение ответов «усиление позиции на мировых рынках» и «встраивание в глобальные цепочки» по направлению «Живые системы»

- Для направления «Живые системы», которое характеризуется высокой степенью согласованности оценок экспертов по критериям «усиление позиции на мировых рынках» и «встраивание в глобальные цепочки добавленной стоимости», наиболее предпочтительные позиции по этим двум критериям имеют тематические области и «Клеточные технологии» и «Биоинформационные технологии»



Распределение ответов «усиление позиции на мировых рынках» и «встраивание в глобальные цепочки» по направлению «Производственные системы и промышленная инфраструктура»



- По направлению «Производственные системы и промышленная инфраструктура» распределение ответов экспертов по критериям «усиление позиции на мировых рынках» и «встраивание в глобальные цепочки добавленной стоимости» показано на рис

Методика проведения оценки воздействия на конкуренцию

- Оценка воздействия на конкуренцию зачастую разделяется на два этапа:
 - оценка предполагаемого воздействия на конкуренцию и
 - глубокая оценка воздействия.
- Важнейшей частью глубокой оценки воздействия на конкуренцию является анализ уровня конкурентности среды на рынках в настоящий момент, что в дальнейшем позволит прогнозировать эффекты законодательного регулирования и принять решение о допустимости внедрения нормы регулирования.

Методика проведения оценки воздействия на конкуренцию

- Основной проблемой для анализа конкурентности среды, особенно при построении каких-либо обобщенных показателей для нескольких взаимосвязанных рынков, является отсутствие однозначных количественных показателей уровня конкурентности.
- Так, даже экономическая теория оперирует множеством моделей и индексов, которые зачастую на практике применить нельзя из-за отсутствия информации, требующейся для модели.
- Кроме того, в экономической теории пока не разработаны интегральные показатели или шкалы, при помощи которых можно было бы однозначно отнести рынки к конкурентным или, соответственно, неконкурентным.

Методика проведения оценки воздействия на конкуренцию

- Как правило трудно оценить уровень конкурентности среды в отраслевых рынках
- Поэтому в качестве измерителя конкуренции используется прокси-переменная «уровень восприятия конкуренции» (англ. – *Competition Perception Index*), определяемый Всемирным экономическим форумом (англ. – *World Economic Forum*).
- Практика показывает, что участники рынка, принимая решения о ценовых и долгосрочных политиках, ориентируются на собственное восприятие уровня конкуренции, а не экономико-статистические расчёты и показатели.

Методика проведения оценки воздействия на конкуренцию

- Помимо качественных методов анализа конкурентности среды, для анализа необходимо использовать также и экономические модели. В целом, последнее время экономическая теория стала обращать куда большее внимание вопросам оценки конкурентности среды.
- Например, в англо-саксонских странах уже давно наметился отход от традиции измерять конкурентность рынков показателями концентрации, вместо которых могут быть использованы, например, **показатель величины рыночной власти, разница между ценой и издержками** (англ. - *price cost margin*), **эластичность прибыли** (англ. - *profit elasticity*) по средним переменным издержкам

Коэффициент Лернера

Коэффициент Лернера, используемый для определения степени конкурентности рынка, свободен от проблем, связанных с подсчетом нормы доходности. Этот показатель отражает, насколько рыночная цена отклоняется от предельных издержек:

$$L = \frac{P - MC}{P} = \frac{1}{|Ed|},$$

где MC - предельные издержки;

Ed - прямая эластичность спроса по цене.

Коэффициент Лернера изменяется от нуля (в условиях совершенной конкуренции) до единицы (в случае совершенной монополии и нулевых предельных издержках). Монопольная власть тем выше, чем выше значение коэффициента Лернера, то есть, чем сильнее цены превышают предельные издержки.

Использование данного показателя ограничено сложностями определения величины предельных издержек. В эмпирических исследованиях часто используется следующая оценка предельных издержек:

$$MC^* = AVC + \frac{(r + d) \cdot K}{Q}$$

где AVC - средние переменные издержки; r - норма нормальной прибыли; d - норма амортизации; K - величина капитальных активов; Q - объем выпуска.

Методика проведения оценки воздействия на конкуренцию

В экономической теории различные методы определения рыночной власти фирмы, по сути, сводятся к оценке двух функций: функции спроса отрасли (1) и функции квази-предложения отрасли (2).

$$P = f(Q, Y, u)^{(1)}$$

$$P = C(Q, W, v) + h(f(\bullet), C(\bullet)Z)$$

Функция (1) представляет собой обратную функцию спроса, где цена в отрасли зависит от совокупного выпуска отрасли - Q , вектора наблюдаемых переменных, влияющих на сдвиг функции спроса, - Y и случайной ошибки - u .

Функция (2) является функцией квази-предложения, в которой цена в отрасли зависит от предельных издержек - C (которые, в свою очередь, представляют собой функцию от количества производимого товара - Q , вектора переменных, отвечающих за изменение величины издержек, - W и случайной ошибки - v) и функции надбавки - $h(\bullet)$, которая оценивает рыночную власть фирмы и возможность увеличения цены сверх уровня, определяемого издержками и другими переменными.

Функция $h(\bullet)$ в (2) зависит от наклона функции отраслевого спроса, предельных издержек¹⁶ и экзогенной переменной - Z . Если функция надбавки $h(\bullet)$ принимает положительное значение, то цена превышает конкурентный уровень, что означает наличие у фирмы рыночной власти.

Методика проведения оценки воздействия на конкуренцию

- Когда трудно определить предельные издержки, рыночную власть на рынке можно оценить по изменению в наблюдаемых составляющих издержек. Косвенно измерять величину предельных издержек можно через стоимость ресурсов и сырья. На практике аналитики выявляют рыночную власть тогда, когда рост цен на товары не может быть полностью обоснован ростом издержек.
- Например, этот подход был применен Федеральной торговой комиссией США в середине XX в. для выявления картельного сговора между производителями табачной продукции. Несмотря на беспрецедентное снижение цен на сырьё и производственных затрат во время Великой Депрессии, цены на табачные изделия росли в течение длительного периода времени.

Методика проведения оценки воздействия на конкуренцию

- В качестве заключения следует отметить, что в настоящее время в Российской Федерации внедрение оценки воздействия на конкуренцию в государственное управление желательно и необходимо потому, что Российская Федерация стремится войти в число мировых стран-лидеров экономического и социального развития.
- Очевидно, что без повышения качества государственного управления и принимаемых нормативных правовых актов едва ли это осуществимо.
- И в данном случае оценка воздействия на конкуренцию может стать существенным подспорьем для Правительства РФ, поскольку она позволяет при пересмотре норм регулирования достаточно быстро повысить конкурентность среды на рынках, что непосредственно сказывается на уровне цен, объёмах инноваций и интенсивности технологических изменений в различных отраслях.

ТЕОРИЯ ПОТЕНЦИАЛЬНО КОНКУРЕНТНЫХ РЫНКОВ

- Теория, утверждающая, что цены на олигополистических рынках могут быть близки к ценам, складывающимся в условиях совершенной конкуренции из-за угрозы проникновения на эти рынки фирм-аутсайдеров.
- Например, в отрасли воздушного транспорта тарифы, несмотря на относительно небольшое число конкурентов, остаются довольно низкими, так как, если бы авиакомпании попытались поднять тарифы, предприниматели проникли бы на их рынок и снизили существующие тарифы.
- Это заставляет предположить, что вмешательство государства с целью стимулирования совершенной конкуренции на рынках не требуется до тех пор, пока есть уверенность, что рынки остаются потенциально конкурентными.