

А
Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Оренбургский государственный университет»

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Рекомендовано к изданию Ученым советом федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет» в качестве учебного пособия для студентов, обучающихся по программам высшего профессионального образования по специальности 080502.65 Экономика и управление на предприятии (по отраслям) и по направлению подготовки бакалавров 080100.62 Экономика

Оренбург
2013

А

УДК 339.137.21(075.8)

ББК 65.290.2 я 73

Т - 33

Рецензент - доктор экономических наук, профессор Ж.А. Ермакова

Авторы : Е.В. Чмышенко, О.С. Лазарева, Е.Г. Чмышенко, Н.И. Бондарчук

Т - 33 **Теория и практика оценки конкурентоспособности : учебное пособие /**
Е.В. Чмышенко, О.С. Лазарева, Е.Г. Чмышенко, Н.И. Бондарчук;
Оренбургский гос. ун-т. – Оренбург : Агентство «Пресса», 2013. – 150 с.

Учебное пособие предназначено для изучения понятия и сущности конкурентоспособности объектов и методов их оценки.

В учебном пособии излагаются вопросы обеспечения конкурентоспособности различных объектов, конкурентных преимуществ, устойчивых конкурентных позиций, факторы и резервы повышения конкурентоспособности, приведены методики оценки конкурентоспособности объектов на конкретных примерах.

УДК 339.137.21. (075.8)

ББК 65.290.2 я 73

© Чмышенко Е.В.
Лазарева О.С.
Чмышенко Е.Г.
Бондарчук Н.И., 2013
© Агентство «Пресса», 2013

Содержание

Введение.....	4
1 Тема 1 Условия создания конкурентных преимуществ.....	6
1.1 Конкуренция: сущность, формы и методы.....	6
1.2 Понятие конкурентного преимущества и его источники.....	12
1.3 Стратегии создания конкурентных преимуществ.....	18
2 Тема 2 Движущие силы и резервы повышения конкурентоспособности	24
2.1 Факторы и резервы повышения конкурентоспособности.....	24
2.2 Качество продукции как фактор повышения конкурентоспособности.	
Система качества.....	28
2.3 Стандартизация и сертификация продукции.....	35
3 Тема 3 Конкурентные стратегии рыночного поведения и соответствующие им виды предприятий.....	40
3.1 Становление и развитие компаний-виолентов.....	41
3.2 Становление и развитие компаний-патиентов.....	46
3.3 Становление и развитие компаний-коммутантами.....	49
3.4 Становление и развитие компаний-эксплерентами.....	53
4 Тема 4 Принципы и критерии оценки конкурентоспособности объектов.	60
4.1 Принципы оценки конкурентоспособности.....	60
4.2 Критерии конкурентоспособности.....	63
4.3 Методические основы оценки конкурентоспособности объектов.....	66
5 Тема 5 Оценка конкурентоспособности объектов.....	70
5.1 Оценка конкурентоспособности персонала.....	70
5.2 Оценка конкурентоспособности организации.....	72
5.3 Оценка конкурентоспособности отрасли.....	85
5.4 Оценка конкурентоспособности региона.....	89
5.5 Оценка конкурентоспособности страны.....	93
6 Тема 6 Методы оценки конкурентоспособности продукции (товара).....	98
6.1 Сущность метода функциональных карт. Оценка конкурентоспособности товара по методу функциональных карт.....	98
6.2 Оценка конкурентоспособности товара по методу позиционирования..	103
6.3 Оценка конкурентоспособности товара индексным методом.....	109
6.3.1 Расчет весовых коэффициентов экспертным методом.....	113
6.3.2 Метод учета неравнозначности признаков.....	114
6.4 Оценка конкурентоспособности товара по методу «радар».....	116
7 Тема 7 Обеспечение конкурентоспособности объектов.....	129
7.1 Общая характеристика системы управления конкурентоспособностью.	129
7.2 Инструменты, методы и приемы в управлении системой обеспечения конкурентоспособности.....	136
Список использованных источников.....	146

Введение

Эффективность национальной экономической политики государства в значительной мере зависит от конкурентоспособности хозяйствующих субъектов. Переход к рыночной экономике означает для предприятий не только изменения условий и методов хозяйствования, но и постоянное их совершенствование.

В настоящее время конкурентоспособными на мировом рынке считается менее 20% российских компаний. Отечественные производители по целому ряду товаров (особенно технически сложных) потеряли свой собственный рынок из-за неконкурентоспособности по сравнению с аналогичной импортной продукцией. Более половины всех российских предприятий нуждается в коренной реструктуризации. Поэтому, чтобы выжить в условиях жесткой конкуренции с иностранными производителями, российские предприятия должны осваивать передовые формы и методы организации производства, внедрять инновации, использовать маркетинг в управлении предприятием.

На современном этапе развития российская экономика утрачивает прежние конкурентные преимущества (относительно низкая цена труда и энергоресурсов, невысокие экологические и социальные расходы, инфраструктура и др.). Поэтому для того, чтобы адаптироваться к новым условиям ведения бизнеса, успешно работать в условиях жесткой конкуренции, предприятия должны научиться использовать методы конкурентной борьбы и решать проблемы повышения конкурентоспособности своего бизнеса.

В настоящее время вопросы теории и практики конкурентоспособности предприятий фрагментарно рассматриваются в таких дисциплинах, как микроэкономика, маркетинг, экономика предприятия и др. Однако в стране до сих пор нет структур, которые системно занимались бы проблемой повышения конкурентоспособности различных объектов. Отсутствуют какие-либо

федеральные акты, стратегии, программы по решению этой главной для России проблемы.

В данном учебном пособии систематизированы базовые вопросы теории и практики конкурентоспособности различных объектов. Излагаются вопросы получения объектами конкурентных преимуществ, раскрываются факторы и резервы повышения конкурентоспособности, приведены характеристики основных стратегий конкуренции. Рассмотрены основные понятия, концепции, подходы к исследованию конкурентоспособности различных объектов (персонала, предприятия, региона, страны). Показаны основные методы оценки конкурентоспособности объектов.

Материал представлен в соответствии с Федеральным государственным стандартом высшего профессионального образования.

Учебное пособие предназначено для подготовки бакалавров, специалистов и магистров, обучающихся по экономическим направлениям, а также для руководителей и специалистов экономических служб предприятий (организаций).