

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЦЕНТР НАУЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА
«НАУКА И ПРОСВЕЩЕНИЕ»**



ГУЛЯЕВ Г.Ю., МАЛОВА И.В., УСТИНОВА О.Е.

**СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К
ОБЕСПЕЧЕНИЮ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА,
ОТРАСЛИ, ПРЕДПРИЯТИЯ**

МОНОГРАФИЯ

**ПЕНЗА
МЦНС «НАУКА И ПРОСВЕЩЕНИЕ»
2016**

УДК 338.22

ББК 65.05

Г14

Гуляев Г.Ю., Малова И.В., Устинова О.Е. Современные подходы к обеспечению конкурентоспособности региона, отрасли, предприятия: монография. – Пенза: МЦНС «Наука и просвещение». – 2016. – 198 с.

ISBN 978-5-9908494-3-3

Рассматриваются тенденции социально-экономического развития и пути повышения эффективности управления организациями в условиях глобальной турбулентности.

Издание адресовано научным работникам, преподавателям, аспирантам, студентам, работникам органов законодательной и исполнительной власти, представителям общественных организаций, широкому кругу читателей.

Авторы:

Гуляев Герман Юрьевич – кандидат экономических наук, преподаватель ОЧУ ВО «Академия МНЭПУ», преподаватель ГБПОУ «Пензенский колледж искусств», помощник депутата Законодательного собрания Пензенской области, член союза российских писателей

Малова Ирина Викторовна – кандидат экономических наук, доцент кафедры коммерции, технологии и прикладной информатики ФГБОУ ВО РЭУ им. Г.В. Плеханова Ивановский филиал

Устинова Ольга Евгеньевна – кандидат экономических наук, доцент кафедры управления АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

УДК 338.22

ББК 65.05

© МЦНС «Наука и Просвещение» (ИП Гуляев Г.Ю.), 2016

© Коллектив авторов, 2016

ISBN 978-5-9908494-3-3

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОНКУРЕНЦИИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ	6
ГЛАВА 1. КОНКУРЕНЦИЯ: СУЩНОСТЬ И СИСТЕМА ВЗАИМОСВЯЗАННЫХ КАТЕГОРИЙ	7
1.1 СОДЕРЖАНИЕ КАТЕГОРИИ «КОНКУРЕНЦИЯ»	7
1.2 СУЩНОСТЬ ВЗАИМОСВЯЗАННЫХ С КОНКУРЕНЦИЕЙ КАТЕГОРИЙ	14
1.3 ВИДЫ КОНКУРЕНЦИИ	20
ГЛАВА 2. ЭВОЛЮЦИЯ ТЕОРИИ КОНКУРЕНЦИИ	29
2.1 ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ КОНЦЕПЦИЙ КОНКУРЕНЦИИ	29
2.2 ТРАНСФОРМАЦИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ОТНОШЕНИЙ ИЛИ НОВАЯ МОДЕЛЬ КОНКУРЕНЦИИ	46
2.3 МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ И ОЦЕНКЕ ОРГАНИЗАЦИОННОГО ИМИДЖА	62
РАЗДЕЛ 2. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ КОНКУРЕНЦИИ В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ	71
ГЛАВА 3. ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНЦИИ В РОССИИ ...	72
3.1 ПРИВАТИЗАЦИЯ	72
3.2 ОСОБЕННОСТИ РОССИЙСКОГО МЕНТАЛИТЕТА	76
3.3 АГРЕССИЯ ИМПОРТА	80
3.4 КОРРУПЦИЯ И БЮРОКРАТИЯ	83
3.5 ИНФРАСТРУКТУРНЫЕ БАРЬЕРЫ ДЛЯ БИЗНЕСА	85
ГЛАВА 4. АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНЦИИ В СЕКТОРАХ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ	90
4.1 ДИНАМИКА И СТРУКТУРА ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ	90
4.2 ЕСТЕСТВЕННО-МОНОПОЛЬНЫЕ ОТРАСЛИ	94
4.3 ЗДРАВООХРАНЕНИЕ	99
4.5 СТРОИТЕЛЬСТВО	101
4.6 БАНКОВСКИЙ СЕКТОР	104
4.7 РЫНОК СОТОВОЙ СВЯЗИ	108
4.8 АВТОМОБИЛЕСТРОЕНИЕ	114
4.9 ТОРГОВЛЯ	118
4.10 СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО	125

ГЛАВА 5. ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА И ПРЕДПРИЯТИЙ ОТРАСЛИ (НА ПРИМЕРЕ ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ).....	133
5.1. ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И ПРОБЛЕМЫ НЕКОНКУРЕНТОСПОСОБНЫХ РЕГИОНОВ	133
5.2 ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНАЛЬНОГО ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА	138
5.3 ПРОБЛЕМЫ И РАЗРАБОТКА МЕР ПО ПОВЫШЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА	143
5.4 ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОТРАСЛЕВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	145

РАЗДЕЛ 3. МЕХАНИЗМЫ УКРЕПЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

ГЛАВА 6. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА ПО ЗАЩИТЕ КОНКУРЕНЦИИ.....	152
ГЛАВА 7. НАПРАВЛЕНИЯ ПО УЛУЧШЕНИЮ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ В РОССИИ .	166
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	177
ПРИЛОЖЕНИЯ	184

ВВЕДЕНИЕ

Конкуренция является неотъемлемым признаком рыночной системы и основной движущей силой её эффективного развития. Именно конкуренция стимулирует предпринимателя к сокращению издержек, расширению объемов производства, внедрению инноваций, которые, в результате, становятся достоянием общества. Здоровая конкуренция позитивно отражается на экономическом росте страны.

В России конкурентная среда формировалась не эволюционным путем, как в большинстве развитых стран, а путем создания институциональных условий для конкурентного поведения экономических субъектов. Новая российская экономика, за время своего существования, сопровождалась экономическими и политическими кризисами, негативно влияя тем самым на условия и формы конкурентных отношений.

Современная экономическая действительность, характеризующаяся трансформацией экономических отношений возлагает на развитие конкурентных отношений еще большую ответственность за улучшение экономических, инновационных показателей, качества жизни и благосостояния общества.

Озабоченность современных аналитиков вызвана, прежде всего, тем, что большинство отечественных предприятий с их неконкурентоспособными товарами, не может выдержать конкуренции с импортом. Поэтому особую актуальность приобретает решение вопросов, связанных с выбором путей экономического развития России для эффективного развития конкуренции и укрепления конкурентоспособности экономики.

Монография представляет собой авторские научные исследования, направленные на решение проблем и определение перспектив развития современного российского общества в условиях экономической турбулентности.

Авторами монографии являются:

Гуляев Г.Ю. (к.э.н.): Глава 1, п. 2.1, п. 2.2, Глава 3, Глава 4, Глава 6, Глава 7.

Устинова О.Е. (к.э.н.): п. 2.3

Малова И.В. (к.э.н.): Глава 5.

РАЗДЕЛ 1

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ

КОНКУРЕНЦИИ И

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

ГЛАВА 1

КОНКУРЕНЦИЯ: СУЩНОСТЬ И СИСТЕМА ВЗАИМОСВЯЗАННЫХ КАТЕГОРИЙ

1.1 СОДЕРЖАНИЕ КАТЕГОРИИ «КОНКУРЕНЦИЯ»

Термин «конкуренция» происходит от латинского слова «concurrentia», что означает столкновение, соперничество. При этом правомерно отметить, что данное понятие является однокоренным латинскому «concurus» – соревнование, состязание. Поэтому конкуренцию вполне справедливо определить как соперничество или соревнование, и наоборот. Упомянутые дефиниции несут одну и ту же содержательную нагрузку: в условиях столкновения интересов сторон, участники «конфликта» совершают действия для отстаивания своих собственных интересов. Различия между указанными категориями сводятся к незначительным нюансам, принципиально не меняющих сущность и содержание рассматриваемого явления.

Экономисты различных школ и направлений испытывают неподдельный интерес к исследованию содержания конкуренции. В работах ученых раскрываются причины возникновения конкуренции, даются разнообразные трактовки, механизмы действия, социально-экономические последствия и другие характеристики рассматриваемого явления. Однако в экономической науке нет единого общепринятого понимания категории «конкуренция», которое разделялось бы всеми экономистами.

Прежде всего, это связано с тем, что с развитием экономической системы эволюционируют сами формы и методы конкурентных отношений, они не статичны и подвержены развитию по мере изменения конкурентной среды и других факторов, способных оказать на них влияние. В конкретный исторический период конкуренция приобретает определенные специфические черты, что обуславливает исследователей

по-разному толковать данное явление. Кроме того, множественность определений конкуренции, в том числе, вызвана применением авторами трех подходов для идентификации данной экономической категории: поведенческого, функционального и структурного.

Исходя из поведенческого подхода, под конкуренцией, прежде всего, понимается процесс, основанный на состязательности, соперничестве хозяйствующих субъектов, что подтверждают это типичные определения конкуренции (табл. 1.1).

Таблица 1.1
Поведенческий подход при определении конкуренции

Автор	Определение
Г. Азоев [1]	соперничество на каком-либо поприще между отдельными юридическими и физическими лицами (конкурентами), заинтересованными в достижении одной и той же цели
Д. Борисов [2]	состязание между экономическими субъектами: борьба за рынки сбыта товаров с целью получения более высоких доходов, прибыли, других выгод. Конкуренция представляет цивилизованную, легализованную форму борьбы за существование и один из наиболее действенных механизмов отбора и регулирования в рыночной экономике
А. Кулешова [3]	сопернические отношения между двумя или несколькими экономическими субъектами хозяйственной деятельности, проявляющиеся в виде стремления каждого из них обойти других в достижении единой цели, получить более высокий результат, оттеснить конкурента
Шкаруд В.Д. [4]	соперничество на рынке между производителями товаров и услуг за долю рынка, получение максимальной прибыли или достижение иных конкретных целей
А. Юданов [5]	борьба фирм за ограниченный объем платежеспособного спроса потребителей на доступных сегментах рынка

Как видно в табл. 1.1, при идентификации конкуренции, авторы устанавливают различные её цели. В определении Г. Азоева под одной и той же целью конкуренции, с точки зрения предприятия понимается максимизация прибыли за счет завоевания предпочтений потребителей. Несмотря на то, что получение прибыли является