

де всего прибыльность компании, сейчас инвестиционная привлекательность компании заключается в обладании уникальными технологиями или другими новшествами, большим количестве приверженных потребителей. Предпочтение отдается как проектам, которые охватывают массовую аудиторию, так и ориентированным на удовлетворение разнообразных потребностей узкоспециализированной аудитории. Электронная среда становится главным фактором рыночной экспансии. Развитие информационных технологий требует огромных средств, а следовательно, и инвесторов, ожидающих огромных прибылей. И пока объемы продаж расширяются, все инвесторы могут фиксировать сверхприбыль. Интересно отметить, что высокотехнологичные компании и Интернет-компании, по-прежнему, как показывают материалы многочисленных текущих наблюдений, получают преобладающую долю инвестиций.

Попытка проанализировать конкурентное поведение известных российских высокотехнологичных фирм с точки зрения описанных выше принципов обнаруживает нехарактерные для фирм этого сектора конкурентные стратегии, являющиеся, на наш взгляд, следствием их существования в неотлаженной институциональной среде. В частности, «дисфункция института оценки» в нынешней экономике России не обеспечивает адекватного вознаграждения даже наиболее

эффективным инноваторам. Серьезной проблемой российской экономики являются слабое правовое регулирование инновационных процессов, отсутствие четкого оформления прав собственности. Реальные отношения между экономическими субъектами строятся по спонтанно возникшим правилам игры, соблюдающимся под угрозой репрессий в отношении нарушителей со стороны криминальных структур. Это является непреодолимым барьером в инновационных проектах, требующих долгосрочных вложений, так как коэффициент дисконтирования с учетом риска становится слишком высоким, и проекты, имеющие огромную общественную ценность, превращаются в неприбыльные, с точки зрения частного инвестора. Далее, следует принять во внимание, что требования глобальной конкуренции в высокотехнологичном секторе весьма жесткие. Российским фирмам информационного сектора без помощи правительства не удастся достойно противостоять западным фирмам именно потому, что противоположную сторону поддерживают правительства соответствующих стран. Государство должно контролировать в интересах общества развитие и проникновение информационных технологий в различные сферы жизни при участии всех заинтересованных сторон, прежде всего частного сектора. Только такие макроэкономические воздействия могут изменить модели поведения микроэкономического уровня.

Литература

1. Shapiro C., Varian Hal R. Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy. Harvard Business School Press, 1998.
2. Терехов А.И. Математическое моделирование конкуренции в сфере НИОКР (обзор) // Экономика и математические методы. 1999. Т. 35. № 1.

В.С. Цитленок, О.Л. Говорина

О ВЗАИМОСВЯЗИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ И НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Томский государственный университет

Усиление конкурентной борьбы на мировом рынке и выдвигание на первый план проблемы конкурентоспособности прямо и косвенно сопряжены с объективными сдвигами в производстве на современном этапе научно-технической революции.

Понятие конкурентоспособности на макроуровне отражает благоприятные позиции национальной экономики в системе международных отношений главным образом в сфере международной торговли и одновременно её способность укреплять эти позиции.

Страну можно квалифицировать как конкурентоспособную, если она может наращивать

темпы экономического роста, увеличивать занятость, реальные доходы граждан.

Под конкурентоспособностью национальной экономики также понимается концентрированное выражение экономических, научно-технических, производственных, организационно-управленческих, маркетинговых и иных возможностей, реализуемых в товарах и услугах, успешно противостоящих конкурирующим с ними зарубежным товарам и услугам на внутреннем и внешнем рынках.

Производителями этих товаров и услуг являются фирмы, с успехом конкурирующие на рынке. Поэтому конкурентоспособность националь-

ной экономики напрямую зависит от деятельности её конкурентоспособных фирм.

Говоря о конкурентоспособности предприятий, необходимо рассмотреть два понятия: рынок и конкуренция.

Современная рыночная экономика представляет собой сложный механизм, состоящий из огромного количества разнообразных производственных, коммерческих, финансовых и информационных структур, взаимодействующих на фоне разветвленной системы правовых норм бизнеса и объединяемых понятием – **рынок**.

По определению **рынок** – это организационная структура, где «встречаются» производители и потребители, продавцы и покупатели, где в результате взаимодействия спроса потребителей (спросом называется количество товара, которое потребители могут купить по определенной цене) и предложения производителей (предложение – это количество товара, которое производители продают по определённой цене) устанавливаются и цены товаров, и объём продаж. При рассмотрении структурной организации рынка определяющее значение имеет количество производителей (продавцов) и количество потребителей (покупателей), участвующих в процессе обмена всеобщего эквивалента стоимости (денег) на какой-либо товар. Это количество производителей и потребителей, характер и структура отношений между ними определяют взаимодействие спроса и предложения.

Ключевым понятием, выражающим сущность рыночных отношений, является понятие **конкуренции** (competition). Конкуренция – это центр тяжести всей системы рыночного хозяйства, тип взаимоотношений между производителями по поводу установления цен и объёмов предложения товаров на рынке.

Конкурентная борьба – это динамический (ускоряющий движение) процесс. Он служит лучшему обеспечению рынка товарами. В качестве средств в конкурентной борьбе для улучшения своих позиций на рынке компании используют, например, качество изделий, цену, сервисные услуги, ассортимент, условия поставок и платежей, информацию через рекламу.

Конкуренция является определяющим фактором упорядочения цен, стимулом инновационных процессов (внедрение в производство нововведений: новых идей, изобретений). Она способствует вытеснению из производства неэффективных предприятий, рациональному использованию ресурсов, предотвращает диктат производителей (монополистов) по отношению к потребителю.

Конкуренция является необходимым и определяющим условием нормального функционирования рыночной экономики, но, как любое явление, имеет свои плюсы и минусы. К положитель-

ным чертам можно отнести: активизацию инновационного процесса, гибкое приспособление к спросу, высокое качество продукции, высокую производительность труда, минимум издержек, реализацию принципов оплаты по количеству и качеству труда, возможность регулировки со стороны государства. К негативным последствиям – «победу» одних и «поражение» других, различие в условиях деятельности, что ведёт к нечестным приёмам, чрезмерной эксплуатации природных ресурсов, экологическим нарушениям и др.

Конкуренцию можно условно разделить на позитивную и негативную.

Позитивная конкуренция. Основные её факторы:

- повышение качества продукции;
- снижение цен («война цен»);
- реклама;
- развитие до- и послепродажного обслуживания;
- создание новых товаров и услуг с использованием достижений НТР и т.д.

Одной из традиционных форм конкурентной борьбы является манипулирование ценами, так называемая война цен. Она осуществляется многими способами: понижением цен, локальными изменениями цен, сезонными распродажами, предоставлением большего объёма услуг по действующим ценам, удлинением сроков потребительского кредита и др. В основном ценовая конкуренция используется для выталкивания с рынка более слабых соперников или проникновения на уже освоенный рынок.

Более эффективной и более современной формой конкурентной борьбы является борьба за качество предлагаемого на рынок товара. Поступление на рынок продукции более высокого качества или новой потребительской стоимости затрудняет ответные меры со стороны конкурента, так как «формирование» качества проходит длительный цикл, начинающийся с накопления экономической и научно-технической информации.

В настоящее время получили очень большое развитие различного рода маркетинговые исследования, целью которых является изучение запросов потребителя, его отношения к тем или иным товарам. Знание производителем подобного рода информации позволяет ему более точно представлять будущих покупателей его продукции, более точно представлять и прогнозировать ситуацию на рынке в результате его действий.

Большую роль играет до- и послепродажное обслуживание покупателя, так как обслуживание включает в себя удовлетворение требований потребителей по условиям поставок: сокращение, регулярность, ритмичность поставок (например комплектующих деталей и узлов). Послепродаж-

ное обслуживание – создание различных сервисных центров по обслуживанию купленной продукции, включая обеспечение запасными частями, ремонт и т.п. Большую роль играет послепродажное обслуживание покупателя и в том случае, когда необходимо постоянное присутствие производителей в сфере обслуживания потребителей. Предпродажное обслуживание включает в себя удовлетворение требований потребителей по условиям поставок: сокращение, регулярность, ритмичность поставок (например комплектующих деталей и узлов).

Негативная конкуренция. Основные её факторы:

- экономический (промышленный шпионаж);
- подделка продукции конкурентов;
- подкуп и шантаж;
- обман потребителей;
- махинации с деловой отчетностью;
- валютные махинации;
- сокрытие дефектов и т.д.

К этому можно также добавить и научно-технический шпионаж, так как любая научно-техническая разработка только тогда является источником прибыли, когда она находит применение в практике, т.е. когда научно-технические идеи воплощаются на производстве в виде конкретных товаров или новых технологий.

Говоря о негативных методах конкурентной борьбы, необходимо отметить, что все-таки пока есть конкуренция будет существовать и промышленный шпионаж, т.е. эти два явления связаны между собой. Нельзя, конечно, отрицать эффективность промышленного шпионажа, так как он оказывает значительное влияние на развитие военно-промышленного комплекса. И всё же, несмотря на эффективность промышленного шпи-

онажа, он не может заменить развития в отраслевых, государственных и глобальных масштабах, не может заменить научно-исследовательские работы, открытия, так как если всё время пользоваться чужим, похищенным, то при этом теряется некоторый собственный потенциал развития, что в итоге ведет к регрессу.

Основными факторами конкурентоспособности национальной экономики являются:

- 1) экономический потенциал и темпы роста экономики;
- 2) эффективность промышленного производства;
- 3) уровень развития науки и техники;
- 4) уровень квалификации трудовых ресурсов;
- 5) гибкость финансовой системы и др.

Сравнивая данные факторы с факторами конкурентоспособности предприятий, можно увидеть тесную взаимосвязь между ними. Так, эффективность промышленного производства невозможна без использования достижений НТР, создания новых товаров и услуг на основе инноваций, постоянного увеличения качества выпускаемой продукции. Экономический потенциал страны также зависит от количества и качества выпущенной продукции.

С другой стороны, товар и услуга любого предприятия не смогут выдержать жёсткой конкуренции на внутреннем и внешнем рынке, если страна базирования данного предприятия не имеет квалифицированной рабочей силы, гибкой финансовой системы, не участвует в развитии науки и техники, не внедряет их в производство.

Конкурентоспособность национальной экономики и конкурентоспособность предприятия в целом имеют прямую взаимосвязь, дополняют друг друга и являются залогом успеха деятельности страны на мировом рынке.

Е.А. Фролова

ГОСУДАРСТВО В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ: КЕЙНСИАНСКИЕ, НЕОКЛАССИЧЕСКИЕ И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ТРАКТОВКИ ПРОБЛЕМЫ

Томский государственный педагогический университет

Мировая история показывает, что сколь бы ни были распространены методы рыночной саморегуляции, какой бы ни была доля частного сектора в экономике, государство выступает далеко не второстепенным, а ключевым фактором социально-экономической динамики. В разное время участие государства проявлялось по-своему, было в различной мере прямым или косвенным. Оно ста-

ло совершенно необходимым после того, как сложилось территориальное разделение мира, образовалась устойчивая мировая структура самостоятельных государств. Усиление на определенном этапе неоклассических подходов в управлении с ориентацией на саморегулирующее начало рынка совсем не означало снижение роли государства в экономических процессах, просто государ-