

УДК 330.8

Р.А. Фатхутдинов д. э. н., профессор МФПА

КОНЦЕПЦИЯ НОВОЙ ТЕОРИИ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ И КОНКУРЕНЦИЕЙ

Вопросы теории и практики конкуренции традиционно интересовали экономическую науку на протяжении многих веков. Но лишь с 30-х годов прошлого века выход в свет книг Д. Робинсон «Экономическая теория несовершенной конкуренции» и Э. Чемберлина «Теория монополистической конкуренции» положил начало развитию теории конкуренции как системного явления, характерного для рыночной экономики.

Сегодня теория конкуренции получила свое развитие и в России. О подходах к формированию новой концепции теории управления конкурентоспособностью и конкуренцией — в статье д. э. н., профессора Р.А. Фатхутдинова.

Мнение редакции не во всем совпадает с точкой зрения автора. Однако постановка самой проблемы и ее обсуждение на страницах журнала представляются достаточно важными. По просьбе автора материал печатается в авторской редакции.

1. Особенности существующей теории управления конкурентоспособностью и конкуренцией

Анализ литературы по данной проблеме позволяет отметить следующие особенности существующей теории управления конкурентоспособностью и конкуренцией.

1. «Узкий» подход к управлению, редкое применение одновременно и комплексно маркетингового, системного, функционального, воспроизводственного, структурного и других научных подходов.

Вследствие этого факторы конкурентоспособности редко подразделяются на внешние и внутренние, динамичные и статичные, наследственные и приобретенные, ресурсные и качественные и т.д. Не интегрируют-

ся политические, правовые, экономические, технологические, информационные, социальные, организационные, психологические и другие факторы конкурентоспособности (методы конкуренции). Не интегрируются все стадии жизненного цикла объектов, начиная со стратегического маркетинга и заканчивая их утилизацией.

2. Система управления персоналом не ориентирована на инновации и конкурентоспособность.

В управлении не применяются методы принуждения, побуждения и убеждения структурно в зависимости от степени свободы личности (например, для коммерческой фирмы как 5:4:1). Вузы не готовят специалистов по конкурентоспособности. Вся учебная литература по экономике, технике и управлению не ориентирована на конкурентоспособность.

3. *Игнорирование необходимости построения дерева показателей конкурентоспособности объектов, что на практике приводит к нарушению принципа иерархичности систем.*

Например, в литературе можно встретить такое бессистемное возражение: «следует повышать конкурентоспособность, качество, надежность и безотказность техники». Перечисленные четыре показателя относятся к четырем разным уровням дерева показателей конкурентоспособности техники.

4. *Рассмотрение теории конкуренции чаще как ценовую и неценовую конкуренцию между товаропроизводителями, оставляя в тени другие объекты: правовую, налоговую, финансово-кредитную и др. системы, персонал, новшества и т. д.*

5. *«Узкий» подход к понятиям «маркетинг», «конкурентоспособность», «менеджмент», «конкуренция» во времени и пространстве, не подразделяя их на стратегический (на входе), тактический (в процессе) и оперативный (на рынке).*

6. *Рассмотрение новой инновационной экономики как экономики наукоемких отраслей, а не как формирование у руководителей, менеджеров и специалистов совершенно нового системного стратегического мышления на основе интеграции экономических законов (например, закона конкуренции, закона экономии времени с будущим трудом), законов организации, научных подходов, принципов и современных методов. Целью новой инновационной экономики является повышение качества жизни населения на основе сужения поля допуска стратегических показателей повышения конкурентоспособности различных объектов и эффективности народнохозяйственного комплекса.*

Таким образом, по результатам исследований, современная теория управления конкурентоспособностью и конкуренцией только формируется. Вследствие чего конкурентоспособность России продолжает снижаться, в 2006 году по оценке Всемир-

ного экономического форума она занимала 75 место среди 117 стран, по качеству жизни — 105¹.

2. Некоторые авторские термины и понятия

Концепция — система взглядов, законов, принципов, подходов, суждений, ведущий замысел, определенный способ понимания сущности идеи, категории, явления и т. п.

Теория — четко сформулированная концепция, обобщающая результаты исследований и практического опыта в какой-либо отрасли знаний, отражающая закономерности развития природы или общества, правила мышления и действия по достижению какой-либо цели, правила поведения субъекта (объекта) в какой-либо ситуации.

Управление — воздействие субъекта на объект по достижению запланированной цели или изменению состояния объекта. Управление в социально-экономических системах осуществляется по всеобщим (функции по принятию решения по любой общей функции: системный анализ, прогнозирование и т. д.), общим (стратегический маркетинг, планирование и т. д.) и специфическим (разработки, логистика и т. д.) функциям.

Конкурентоспособность — это способность субъекта быть лидером на рынке, управлять своими конкурентными преимуществами, преимуществами управляемого объекта по достижению запланированных целей в соперничестве с конкурентами на конкретном рынке в данное время. Конкурентоспособность может быть *стратегической* (долгосрочной, на входе объекта или системы), *тактической* (краткосрочной, в процессе объекта) или *оперативной* (на рынке, в текущем времени). Конкурентоспособность может прогнозироваться и оцениваться любого субъекта

¹ World Economic Forum. The Global Competitiveness Report 2005-2006. www.palgrave.com.

или объекта в любой форме, имеющего конкурента на глобальном (мировом), национальном или местном рынках. Главными инструментами повышения конкурентоспособности являются всеобщее повышение качества (прежде всего, качества различных процессов, качества принимающего решения) и активизация инновационной деятельности. Целью достижения конкурентоспособности является повышение эффективности управляемых объектов ради обеспечения эффективного воспроизводства народнохозяйственного комплекса, суверенитета страны и качества жизни населения.

Конкуренция — процесс управления субъектом своими конкурентными преимуществами и преимуществами управляемого объекта по стратегической или практической реализации (продаже) объекта либо достижению других целей. По аналогии с конкурентоспособностью конкуренция может быть *стратегической*, *тактической* или *оперативной* (рыночной). Только грамотно организованный процесс конкуренции, соперничества между субъектами (биологическими системами, творческими работниками, спортсменами, учеными, специалистами, рабочими, менеджерами, товаропроизводителями, субъектами Федерации, странами) может обеспечить личную конкурентоспособность и конкурентоспособность управляемого объекта, либо достижение запланированных целей (например, удовлетворение естественных потребностей в животном мире).

Системный подход — методология исследования объекта как главной составляющей системы и его связей с внешней средой.

Социально-экономическая система — это единство управляемого объекта (например, организации) и его связей с внешней средой. Внешняя среда объекта для анализа является первичной (взгляд вовнутрь), так как ее конкурентоспособность служит главным фактором, определяющим

конкурентоспособность объекта. По отношению к внешней среде объект вторичен (взгляд изнутри). Принятое в учебной литературе понятие системы как совокупности взаимосвязанных компонентов методологически ошибочно, так как в этом случае анализ начинается сразу с объекта, внешняя среда становится вторичной, не определяющей перспективы и эффективность нахождения объекта в данной среде. Первичность глобальной системы является одним из важнейших свойств систем.

Системный анализ — это комплексный анализ (диагностика) состояния и тенденций развития внешней среды и внутренней структуры объекта. Этапы системного анализа:

- 1) уточнение или формулирование миссии объекта и анализ его потенциала, возможностей;
- 2) анализ и прогнозирование тенденций развития рынков потребителей;
- 3) анализ и прогнозирование факторов внешней среды (кроме выхода и входа объекта);
- 4) анализ и прогнозирование тенденций развития рынков поставщиков;
- 5) анализ возможных структур и стратегий функционирования и развития объекта. *SWOT*-анализ следует применять как один из методов на каждом этапе системного анализа.

Конкурентное преимущество системы (субъекта, объекта) — это какая-либо эксклюзивная ценность (например, высокая компетентность), которой обладает система и которая дает ей превосходство перед конкурентами. Конкурентные преимущества могут быть внешними и внутренними, доминантными и рецессивными, наследственными и приобретенными, техническими, социально-экономическими, системными или локальными, количественно оцениваемыми или виртуальными, экспертными и т. д.

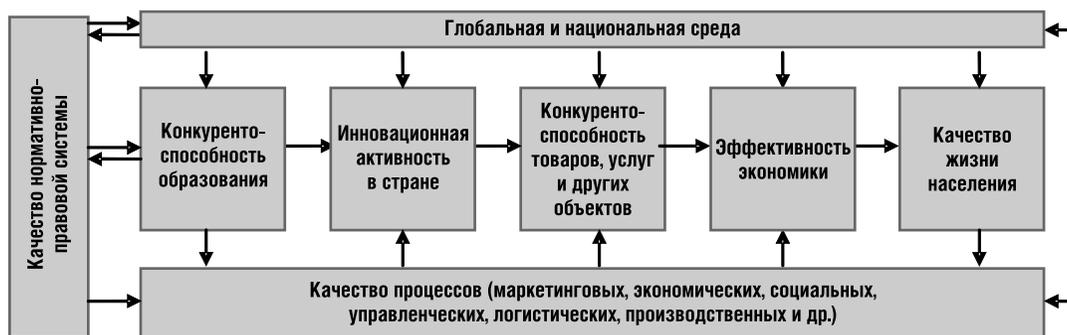


Рис. 1. Система обеспечения качества жизни

Качество — совокупность свойств и характеристик процесса, товара или другого объекта, которые придают ему способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности.

Качество — главный фактор конкурентоспособности. Принятые в зарубежной и отечественной научной литературе рекомендации по: 1) включению показателей ресурсоемкости продукции в состав показателей ее качества; 2) применению к управлению только 8 научных подходов; 3) изучению не совокупности процессов (маркетинговых, инновационных и т.д.), а только производственных; 4) приравнению по важности категорий «качества» и «конкурентоспособность»; 5) акцентированию внимания на контроле не качества входа объекта и процессов, а качества выпускаемой продукции являются методологически ошибочными. Это приводит к огромным потерям ресурсов на бесполезную попытку улучшить часть (качество продукции) без построения и развития целого — системы (конкурентоспособности).

3. Цепочка: качество образования ➔ инновации ➔ конкурентоспособность ➔ эффективность ➔ качество жизни

Одним из компонентов теории управления конкурентоспособностью является интеграционный подход (рис. 1).

В учебной литературе обычно не рассматриваются количественные взаимосвязи качества обучения, инновационной деятельности, конкурентоспособности, эффективности, качества жизни. В большинстве учебников и учебных пособий по экономике, функциональным видам менеджмента, маркетингу слабо освещены взаимосвязи школы, вуза, науки, производства, рыночной сферы, ориентированные на инновации и конкурентоспособность. Взаимосвязи компонентов цепочки «школа — государство» показаны на рис. 2.

Качество подготовки выпускников школ определяется четырьмя основными факторами: 1) эффективностью и качеством внешнего воздействия органов государственной власти, корпоративных структур и бизнеса на законодательное, финансовое, техническое, информационное, методическое, кадровое обеспечение процессов обучения и воспитания школьников; 2) качеством дошкольного воспитания молодежи; 3) наличием необходимых ресурсов для системного развития школ и достойной оплаты труда; 4) качеством подготовки преподавателей для школ в педагогических вузах. При низком качестве обучения и воспитания в школе в последующих звеньях очень трудно будет достигнуть положительных результатов.

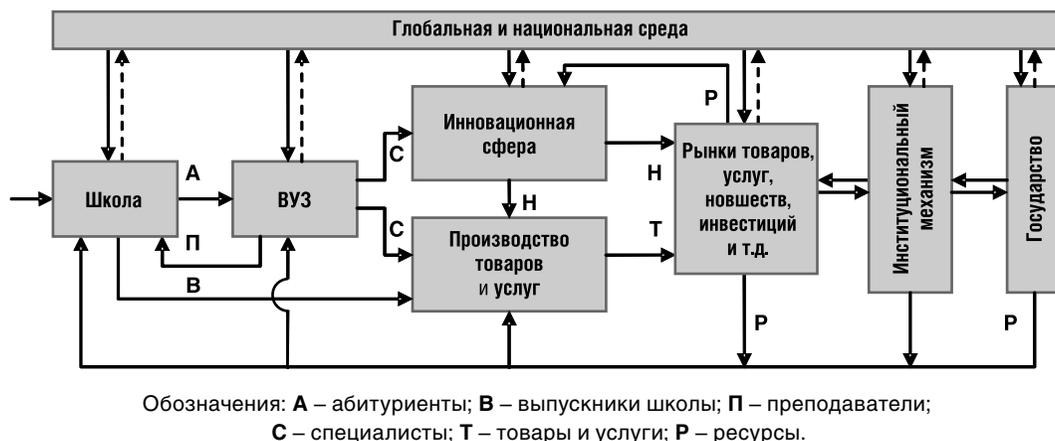


Рис. 2. Взаимосвязи компонентов цепочки «школа – государство»

4. Интеграция объектов по вертикали от персонала до страны

Второй компонент теории реализуется путем интеграции решаемых проблем от персонала до страны при системном анализе, прогнозировании и оценке уровня их конкурентоспособности. Взаимосвязи этих функций по объектам от персонала до страны исследованы в учебнике «Стратегический маркетинг».

5. Обеспечение единства качества и ресурсоемкости объектов

Обеспечение единства качества и ресурсоемкости объектов на всех стадиях их жизненного цикла осуществляется путем рассмотрения совокупности стадий как системы. При этом перед НИОКР была введена новая стадия — стратегический маркетинг, на которой исследуются стратегические параметры рынка, конкурентов и изготовителя, а также осуществляется прогнозирование новых потребностей и разрабатываются нормативы стратегической конкурентоспособности для всех стадий жизненного цикла объекта. При исследовании

какого-либо параметра (качества, ресурсоемкости и т.д.) на конкретной стадии обязательно рассматривается его влияние на последующие стадии. Например, при изменении ресурсоемкости товара в сфере НИОКР прогнозируются изменения параметров его качества и ресурсоемкости на последующих стадиях.

6. Интегрированная система принятия стратегических управленческих решений — МЭТУК

Интеграция экономики, техники и управления, стремление излагать вопросы в этих сферах в виде методик (законов, постановлений, указов, стандартов, инструкций и т.п.) и ориентация их на конкурентоспособность является очевидным условием успешного решения стратегических задач. Ни теоретически, ни практически невозможно обойти подобную интеграцию (если вы стремитесь быть конкурентоспособным). Однако МЭТУК (*методика* → *экономика + техника + управление* → *конкурентоспособность*) можно встретить только в редких диссертациях.

Структура и взаимосвязи компонентов системы МЭТУК показана на рис. 3.



Рис. 3. Структура и взаимосвязи компонентов системы МЭТУК

- закон убывающей доходности;
- закон экономической взаимосвязи затрат в сферах производства и потребления;
- закон экономии времени;
- закон конкуренции;
- антимонопольное законодательство.

7. Виды конкурентоспособности и конкуренции во времени и пространстве

На рис. 4 представлены виды конкурентоспособности и конкуренции во времени и пространстве.

8. Пирамида субъектов и объектов конкурентоспособности и конкуренции

Рисунок 5 иллюстрирует пирамиду субъектов и объектов конкурентоспособности и конкуренции.

9. Взаимосвязи компонентов новой инновационной экономики

На рис. 6 показаны взаимосвязи компонентов новой инновационной экономики.

К экономическим законам, механизм действия которых следует изучать, относятся следующие:

- закон возвышения потребностей человека;
- закон зависимости между предложением и спросом;
- закон возрастания дополнительных затрат;

Сущность указанных законов раскрыта в опубликованных автором настоящей статьи учебниках².

К законам организации, впервые сформулированным в 1922 году А.А. Богдановым³, относятся законы: композиции; онтогенеза; пропорциональности; наименьших; синергии; единства анализа и синтеза; самосохранения и развития системы.

К основным научным подходам, впервые систематизированным и развитым автором, относятся: системный, логический, воспроизводственно-эволюционный, инновационный, комплексный, глобальный, интеграционный, виртуальный, стандартизационный, маркетинговый, эксклюзивный, функциональный, процессный, структурный, ситуационный (вариантный), нормативный, оптимизационный, директивный, поведенческий, деловой подходы. Эти подходы не дублируют, а дополняют друг друга⁴.

² Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: Учебник. 2-е изд. испр. и доп.— М.: ЭКСМО, 2005; Стратегическая конкурентоспособность: Учебник.— М.: Экономика, 2005; Ориентация образования на инновации и конкурентоспособность//Платное образование. 2006.

³ Богданов А.А. Тектология: (Всеобщая организационная наука). В 2-х кн.— М.: Экономика, 1989.

⁴ Сущность этих подходов раскрыта в учебнике автора статьи «Управление конкурентоспособностью организации».

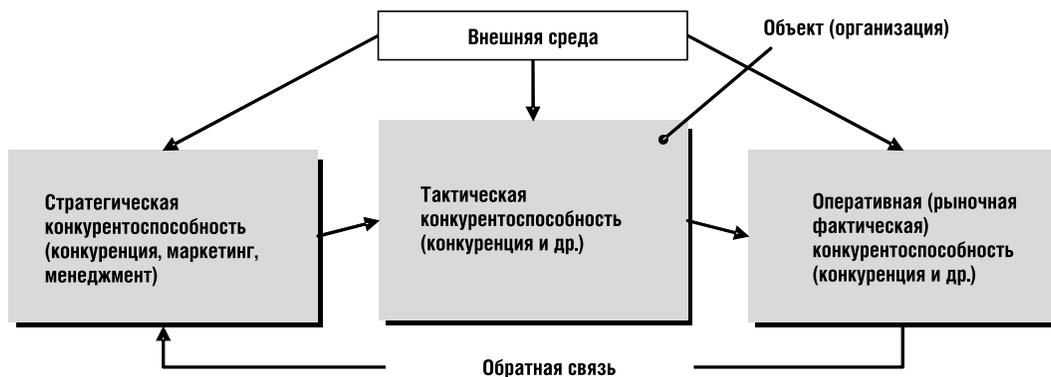


Рис. 4. Виды конкурентоспособности и конкуренции во времени и пространстве

10. Всеобщие, общие и специфические функции управления конкурентоспособностью

В учебной литературе по экономике и управлению рекомендуются различные сочетания упрощенных функций управления субъектами. Например: анализ, прогнозирование, оценка, планирование, организация, координация, контроль, мотивация, регулирование. Или: анализ, планирова-

ние, организация, учет и контроль, мотивация, координация. Подобные перечни функций очень укрупненные, не позволяют сконцентрировать ресурсы и усилия на выполнении конкретных целей и задач. Нами предлагается функции управления подразделять на *всеобщие, общие и специфические* (рис. 7).

Всеобщие функции характеризуют формальный цикл разработки и оформления управленческих решений по каждой (подчеркиваю) общей функции.



Рис. 5. Пирамида субъектов и объектов конкурентоспособности и конкуренции

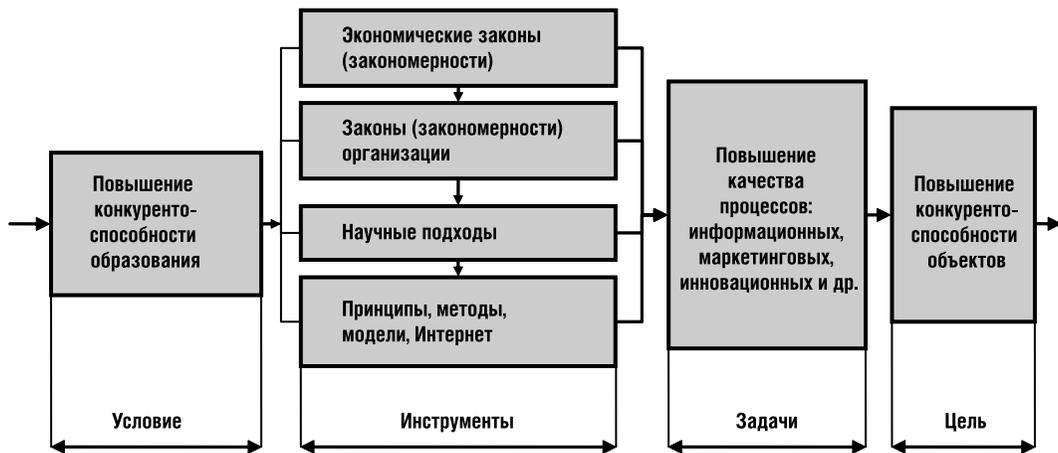


Рис. 6. Взаимосвязи компонентов новой инновационной экономики

К *всеобщим функциям*, обязательным для выполнения по каждой общей функции, относятся:

- организация работ по разработке управленческого решения;
- анализ и синтез проблемы;
- прогнозирование параметров объекта, которые предстоит выполнить (достичь);
- оптимизация и оценка решения;
- оформление управленческого решения по данной общей функции управления.

К *общим функциям*, которые необходимо выполнять по каждой специфической функции, относятся:

- стратегический маркетинг (впервые предлагается нами);
- планирование;
- организация процессов по выполнению планов;
- учет;
- контроль;
- мотивация;
- координация.

Состав специфических функций, которые необходимо выполнять для дости-

жения целей субъектом, индивидуально определяется сложностью объекта и организационного цикла его разработки и реализации. Так, для машиностроительного комплекса к специфическим функциям управления (достижением целей) можно отнести следующее: маркетинг, НИОКР, организационно-технологическая подготовка производства, закупочная логистика, метрология, серийное производство, сбытовая логистика, продажа товара, сервис потребителей, обеспечение организа-

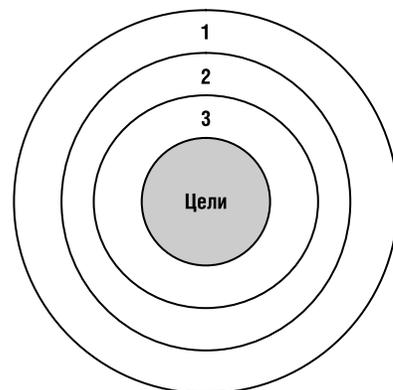


Рис. 7. Взаимосвязи всеобщих (1), общих (2) и специфических (3) функций управления конкурентоспособностью объекта

		↑ МАХ			
Сила конкуренции на рынках покупателей	Поллиполия	3. Горизонтальная диверсификация	6. Концентрация на целевом рынке	8. Локальная инновационная деятельность	9. Системная инновационная деятельность
	Олигополия	2. Локальная диверсификация	5. Системная интеграция	7. Комплексная диверсификация и интеграция	Вариант встречается редко
	Монополия	1. Адаптация друг к другу	4. Адаптация продавцов к покупателю	Вариант встречается редко	Вариант не встречается
↓ МИН					
		Монополия	Олигополия	Монополистическая конкуренция	Совершенная конкуренция
		→ МАХ			
		Сила конкуренции на рынке продавцов			

Рис. 8. Стратегия поведения изготовителя

ционного цикла (нормативно-методологическое, кадровое, информационное, ресурсное обеспечение и т.п.). По каждой специфической функции выполняются все общие функции, а по каждой общей функции — все всеобщие функции управления. Процесс управления очень сложен. Вместе с тем в настоящее время все три группы функций на практике выполняются, но чаще всего бессистемно и непропорционально. Остается низким качество управления на большинстве предприятий (считаю это самым узким местом в теории и практике управления конкурентоспособностью различных объектов).

11. Классификация конкурентных преимуществ различных объектов

В табл. 1 приведена общая классификация конкурентных преимуществ объектов. Более подробная классификация конкурентных преимуществ персонала, товаров, организаций, отраслей, регио-

нов, страны в целом приведена в учебнике «Стратегическая конкурентоспособность».

12. Стратегия поведения изготовителя в зависимости от силы конкуренции на рынках продавцов и покупателей

Стратегию поведения изготовителя в зависимости от силы конкуренции на рынках продавцов и покупателей иллюстрирует рис. 8.

Раскроем авторское толкование понятий, приведенных на рис. 8.

Адаптация — приспособление системы (объекта) или ее отдельных компонентов к изменяющимся условиям.

Диверсификация — расширение ассортимента, изменение вида продукции, освоение новых видов производства с целью более эффективного использования своих конкурентных преимуществ или предотвращения банкротства.

Дифференциация — расчленение, разделение системы (производственной, со-

Таблица 1

ОБЩАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ОБЪЕКТОВ

Признак	Вид конкурентных преимуществ
Отношение к системе (организации, стране и т.д.)	Внешние (по отношению к объекту системы). Внутренние (в объектах)
Сфера возникновения преимуществ	Природно-климатические. Социально-политические. Технологические. Культурные. Экономические и др.
Содержание фактора преимущества	Качество товара (услуги). Цена товара. Качество сервиса потребителей товара. Эксплуатационные затраты потребителя. Конкурентоспособность внешней среды
Метод (средство, источник) получения преимущества	По наследству (объективно). Обучение. Инновационная деятельность. Перемещение
Место реализации преимущества	Рабочее место. Организация. Отрасль. Регион. Страна. Мировое сообщество
Пространство и время	Стратегические факторы (на входе объекта, долгосрочные). Тактические (в процессах организации, краткосрочные). Оперативные (на выходе объекта, на рынке, в текущее время)
Вид получаемого эффекта от реализации конкурентного преимущества	Научно-технический. Экологический. Экономический. Социальный. Психологический

циально-экономической) или процесса на более мелкие или самостоятельные компоненты с целью более эффективного использования экономических законов, законов организации, соблюдения научных подходов и принципов управления, предотвращения банкротства.

Интеграция — углубление, усиление взаимодействия, взаимосвязей и сотрудничества субъектов хозяйствования или управления с целью более полного использования каждым субъектом своих эксклюзивных конкурентных преимуществ во благо всех субъектов, получения синергического эффекта.

Инновация — внедрение или применение новшества в любой области деятельности (патенты, лицензии, ноу-хау, новые модели, методы, программы и т.д.) с целью реализации эксклюзивных конкурентных преимуществ и получения какого-либо эффекта.

Концентрация — сужение, сосредоточение деятельности на узком направлении, обладающем устойчивым конкурентным преимуществом.

13. Принципы управления конкурентоспособностью объектов

К указанным принципам относятся следующие:

- применение инструментов новой инновационной экономики (анализ механизмов действия экономических законов и законов организации, соблюдение требований научных подходов и принципов, применение современных методов и моделей);
- ориентация на конкретные рынки и потребности потребителей;
- применение интегрированной системы МЭТУК (методика → экономика + техника + управление → конкурентоспособность);
- ориентация на количественные методы оценки, контроля и оперативного управления конкурентоспособностью;
- экономические и управленческие факторы не должны входить в формулу оценки конкурентоспособности, так как они являются либо следствием, либо условием обеспечения конкурентоспособности;
- конструкция формул (моделей) для оценки конкурентоспособности должна учитывать весомость входящих в них факторов (показателей, аргументов);
- включаемые в формулу факторы преимущественно должны быть удельными и относительными;

- методы оценки конкурентоспособности персонала, товаров, организации, отрасли, региона, страны с учетом перечисленных принципов изложены в учебнике «Управление конкурентоспособностью организации».

14. Методы управления конкурентоспособностью и конкуренцией

Конкуренция как процесс управления субъектом своими конкурентными преимуществами и преимуществами управляемого объекта по достижению определенных целей существует между любыми субъектами как внутри целевой группы (сообщества), так и между субъектами, продающими товары одного назначения, либо пользующимися аналогичными объектами для удовлетворения своих потребностей.

Конкуренция может проходить интуитивно, подсознательно в животном мире за территорию, жилище, пищу, самку, так и сознательно, когда процессом управляет человек при достижении любых своих целей на любых рынках: рынках творческой деятельности, интеллектуальной собственности, спортивных состязаний, образовательных, медицинских и других услуг, потребительских товаров, капитала, инноваций, недвижимости и т.д.

Отсюда вывод: *для каждой группы субъектов и объектов рынка будут свои факторы конкурентоспособности и методы ее достижения, а также свои методы стратегической, тактической или оперативной (рыночной) конкуренции.*

Унификация факторов и методов управления конкурентоспособностью и конкуренцией различных групп объектов методологически ошибочно!

В настоящее время ценовая и неценовая конкуренции являются главными

формальными методами, сопровождающими процесс реализации товара. Кстати, цена товара и его качество (под этим термином часто понимают неценовую конкуренцию) наряду с конкурентоспособностью внешней среды, качеством сервиса потребителей и эксплуатационными затратами на использование товара являются факторами конкурентоспособности товара. Для других субъектов и объектов (персонал, технологии, организация, регион, страна и т.д.) будут совершенно другие факторы конкурентоспособности.

Поскольку конкурентоспособность синтезирует в себе все главные внешние и внутренние параметры объекта рынка (в соответствии со свойством множественности системы мы не можем измерить все ее параметры), то для обеспечения конкурентоспособности объекта (субъекта) необходимо применять все индивидуальные для данной группы объектов (субъектов) методы.

Методы управления конкурентоспособностью и конкуренцией должны быть дифференцированы по объектам с учетом видов конкурентоспособности и конкуренции во времени и пространстве (рис. 4), иерархии субъектов и объектов (рис. 5), функций управления (рис. 7), видов конкурентного преимущества, которые мы стремимся реализовать на рынке (табл. 1). Подобную дифференциацию очень трудно осуществить как методически, так и практически. Однако в условиях ужесточения конкуренции этим следует заниматься.

Высокая стратегическая и тактическая конкурентоспособность объекта (например, товара) совсем не гарантирует достижение ее оперативной (рыночной) конкурентоспособности. Можно иметь прекрасный конкурентоспособный товар, однако, если в данный момент организационно-технический уровень торгового центра, качество сервиса потребителей

не отвечают требованиям конкурентоспособности, продавцы не владеют необходимыми знаниями в области права, маркетинга, психологии, качества товаров и сервиса, организации торговли, то товар не будет продан. Конкурентоспособность не будет реализована, изготовитель не получит доход. Поэтому, например, методы рыночной конкуренции в соответствии с законом пропорциональности по качеству не должны уступать методам обеспечения конкурентоспособности.

Конкурентоспособность объекта (субъекта) определяется прежде всего конкурентоспособностью внешней среды, для организации — это страна и регион. Поэтому, в качестве примера перечислим основные группы методов обеспечения стратегической конкурентоспособности России, организации, товаров, персонала, а также методов оперативной (рыночной) конкуренции по реализации оперативной (рыночной) конкурентоспособности товара.

Стратегическая конкурентоспособность России может быть достигнута в будущем путем разработки и внедрения качественной системы методов в области политики права, маркетинга, образования, инновационной деятельности в стране, экономики, культуры, здравоохранения, социологии психологии и т.д. Для организации, товаров и других объектов эти методы должны конкретизироваться и адаптироваться к конкретным условиям.

В области управления стратегической конкурентоспособностью объектов и стратегических конкурентных условий, акцент должен делаться на применении системного анализа, методов прогнозирования, развитии образования и науки. В области управления тактической конкурентоспособностью акцент должен делаться на повышение качества различных процессов: маркетинговых, инновационных, инвестиционных, логистических, производственных, управленческих, социальных и др.

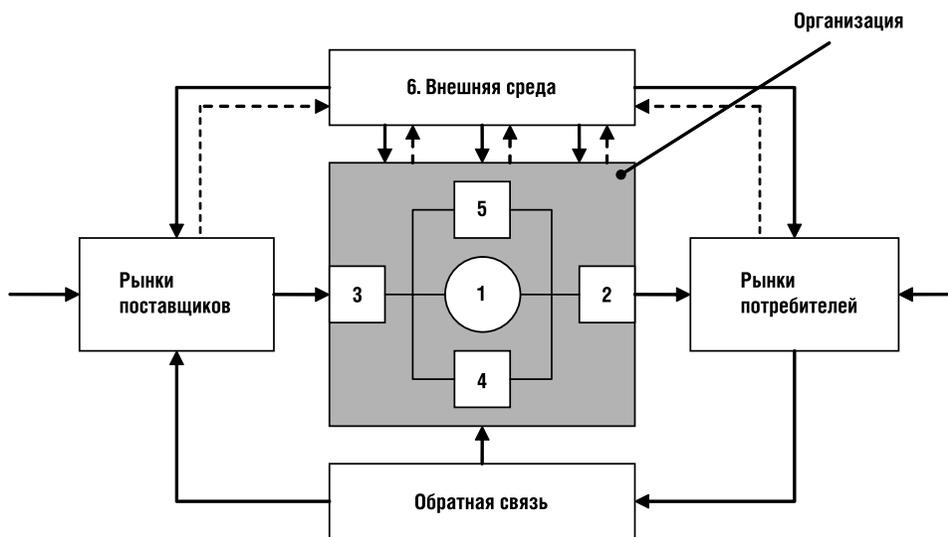


Рис. 9. Структура системы управления конкурентоспособностью организации

На стадиях стратегической и тактической конкуренции маркетологи должны с максимальной точностью прогнозировать условия и факторы оперативной (рыночной) конкуренции.

Задачей оперативной конкуренции в целом является принятие всех возможных усилий по реализации конкурентных преимуществ, продаже конкурентоспособного товара, достижению других целей или удовлетворению определенных потребностей в конкретных условиях. Поэтому на рынке при наличии конкурентоспособного товара должна быть конкурентоспособной еще и система сервиса потребителей (технический уровень, профессионализм персонала, эффективность организации рыночных процессов и т.д.). Конкретные методы (технические, экономические, организационные, психологические и т.д.) оперативной конкуренции определяются параметрами конкурентоспособности конкретного объекта, его сложностью, программой выпуска, условиями продажи, сервиса потребителей, использования. Для нахождения

и формулирования этих методов необходимо выполнять дополнительные исследования.

15. Структура системы управления конкурентоспособностью организации

На рис. 9 представлена структура системы управления конкурентоспособностью организации.

Раскроем содержание данной структуры более подробно:

1 — инструменты новой инновационной экономики;

2 — целевая подсистема: выпуск конкурентоспособного товара, новшеств, состоящая из подцелей: повышение качества, ресурсосбережение, организационно-техническое развитие организации, социальное развитие коллектива, охрана окружающей среды, обеспечение комплексной безопасности;

3 — обеспечивающая подсистема (правовое, нормативно-методическое, ресурсное, информационное, организационное обеспечение);

4 — управляемая подсистема (стратегический маркетинг, инновационная деятельность и т.д.);

5 — управляющая подсистема (управление персоналом, разработка и реализация управленческих решений);

6 — внешняя среда: макро-, мезо-, микросреда организации.

В организационной структуре крупной организации, ориентированной на конкурентоспособность, должны быть должности главного менеджера, главного маркетолога, заместителя генерального директора по логистике, заместителя генерального директора по сервису потребителей, ведущие менеджеры по группам товаров.

Таким образом, автором выносятся на обсуждение концепция новой теории уп-

равления конкурентоспособностью и конкуренцией, разработанная с применением системного, комплексного, маркетингового и других научных подходов. Стержнем этой теории является новая инновационная экономика — экономика знаний, интегрирующая инструменты экономических законов (закономерностей) и законов (закономерностей) организации, научных подходов и принципов, современных методов и моделей. Ни в одном известном автору источнике одновременно не рассматриваются инструменты новой инновационной экономики, нацеленной на уменьшение (сужение) допуска (погрешности) стратегических решений. Систему обучения и принятия решений рекомендуется переводить, наряду с новой инновационной экономикой, на новую интегрированную систему МЭТУК (методика ➔ экономика + техника + управление ➔ конкурентоспособность).

Статья поступила в редакцию 10.10.2006

R. Fatkhutdinov

COMPETITIVENESS AND COMPETITION MANAGEMENT: THE NEW THEORY CONCEPT

The theoretical and practical issues associated with competition have been in the focus of the economic theory for ages. But it was in the 1930-s when Economics of Imperfect Competition by Joan Robinson and Theory of Monopolistic Competition by Edward Chamberlin were published which marked the beginning of the theory of competition as a systemic phenomenon peculiar to any market economy. Today the theory of competition is developing in Russia and in other countries.