

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/62762>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Конкуренция и антимонопольная политика

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

1.ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ 5

1.1.Понятие и сущность конкурентоспособности продукции 5

1.2.Основные инструменты измерения степени конкурентоспособности продукции 11

1.3.Факторы и методы повышения конкурентоспособности продукции 20

2.АНАЛИЗ И ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОССИЙСКОЙ ПРОДУКЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ПШЕНА) 31

2.1.Основные тенденции и прогнозы развития российского рынка пшена в современных условиях 31

2.2.Оценка уровня конкурентоспособности пшена из России на зарубежных рынках 39

2.3.Меры по повышению степени конкурентоспособности российского пшена на зарубежных рынках 55

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 62

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 65

ВВЕДЕНИЕ

В настоящих условиях хозяйствования конкурентоспособность продукции является главным фактором, обеспечивающим достижение высоких экономических результатов.

Конкурентоспособность можно определить как способность стабильно в течении продолжительного времени производить и реализовывать продукцию, пользующуюся по своим качественным характеристикам (включая ценовую составляющую) устойчивым спросом потребителей (индивидуальных и коллективных) в изменяющихся рыночных условиях.

Актуальность данной темы заключается в том, что стремление страны к достижению поставленных целей экономической политики основывается на способности получать и удерживать конкурентные преимущества, то есть способности быть предпочтенным из множества других стран. При этом указанные конкурентные преимущества продукции основываются, в конечном итоге, на более высоком, по сравнению с другими странами, уровне эффективности (технологической и(или) рыночной) функционирования, характеризующей степень достижения целей различных уровней социума. Поэтому каждое государство стремится непосредственно влиять на конкурентоспособность своей продукции.

Предметом работы является конкурентоспособность продукции.

Целью работы выступает комплексный анализ понятия конкурентоспособности продукции и конкурентных преимуществ на примере российского рынка пшена.

В связи с этой целью ставится ряд задач:

- дать характеристику понятия «конкурентоспособность»,
- выявить основные факторы конкурентоспособности продукции,
- изучить степень конкурентоспособности российского пшена,
- дать рекомендации для повышения конкурентоспособности российской продукции на мировом рынке.

Работа состоит из трех основных частей, в которых анализируются теоретические основы понятия конкурентоспособности продукции, проводится анализ конкурентоспособности на примере российского пшена и даются рекомендации для ее повышения в будущем.

Для раскрытия темы были использованы исследования современных авторов в области изучения факторов конкурентоспособности, официальные данные компании и статистика внешней торговли РФ, аналитические порталы и ресурсы Интернет.

1.ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ

1.1.Понятие и сущность конкурентоспособности продукции

Исследование экономической сущности конкурентоспособности требует определения причин её возникновения, что в свою очередь, обуславливает необходимость ответов на следующие важные вопросы:

- что такое продукция как носитель конкурентоспособности?
- какие качественные черты продукции обуславливают наличие способности эффективно функционировать во внешней среде?
- что обуславливает возникновение конкуренции между странами?

Любое государство в первую очередь является целостной системой, сущность которой заключается не в особенностях составляющих его элементов, а в характере связей и отношений между этими элементами. Характер этих связей позволяет определить потенциальные основания и критерий конкурентоспособности во внешней среде.

Установлено, что таким критерием является прочность отношений между элементами экономической системы, степень которой выражается интенсивностью соответствующих связей. При этом в качестве критерия тесноты связей следует рассматривать интенсивность процессов вещественного, энергетического и информационного обмена как элементов системы между собой, так и данных элементов с внешней средой.

Организация производственных, энергетических и информационных систем в стране является фактором определения степени конкурентоспособности его продукции. Необходимо учитывать, что обособление страны от внешней среды представляет собой прерывания всех отношений между элементами экономической системы и внешней средой.

Исходя из вышесказанного, может быть определено, что конкурентоспособность как свойство продукции является результатом процесса обособления страны в результате его выделения из внешней мировой среды. Обязательное участие всех элементов экономической системы в создании конечной продукции позволяет определить экономическую сущность его конкурентоспособности:

Графическое изображение изложенного подхода к трактовке конкурентоспособности представлено на рисунке 1. [14]

Рисунок 1 - Понятие конкурентоспособности продукции

Задачей функционирования предприятий на рынке тогда является улучшение его положения во внешней среде, которое предполагает:

- а) сохранение существования предприятия как противодействие процессам повышения конкуренции в отрасли;
- б) качественное изменение системы, приводящее к увеличению его потенциальных способностей, что фактически означает повышение его конкурентных преимуществ.

Объективное существование процессов непрерывного развития всех субъектов страны (работники, общество, поставщики, потребители, само предприятие как система), обуславливает необходимость постоянного увеличения совокупности потенциальных возможностей (конкурентоспособности) его продукции.

Внешними причинами необходимости повышения конкурентоспособности продукции являются [6]:

- существование множества предприятий на рынке;
- наличие у предприятий аналогичных целей деятельности, то есть сходной глобальной позиции во внешней среде;
- ограниченность возможностей достижения предприятиями поставленных целей деятельности вследствие ограниченности ресурсов, имеющихся во внешней среде;
- объективное стремление общества к максимизации уровня удовлетворения своих потребностей в условиях ограниченности возможностей для этого.

Графическое отображение причин возникновения конкуренции на рынке представлено на Рисунке 2. [6]

Рисунок 2 - Причины возникновения конкуренции на рынке

Внутренние причины возникновения конкуренции на рынке обусловлены тем, что существование предприятия – это достижение такого функционального состояния, которое является достаточным для того, чтобы это предприятие было предпочтено обществом и потребителями. Таким образом, стремление государства к достижению поставленных целей основывается на способности получать и удерживать конкурентные преимущества, то есть способности быть предпочтительным из множества других стран мира. При этом указанные конкурентные преимущества основываются, в конечном итоге, на более высоком, по сравнению с аналогичными странами, уровне эффективности (технологической и(или) рыночной) функционирования, характеризующей степень достижения целей различных уровней социума. Указанная эффективность базируются на системной совокупности специфических компетенций и располагаемых им производственных ресурсах, образующих его потенциал, а также выбранном страной способе их реализации, то есть реализуемой стратегией на рынке.

Целью анализа существующих подходов к трактовке конкурентоспособности продукции является раскрытие сущности следующих её основных аспектов [2]:

- каковы причины возникновения у продукции свойства, выражаемого категорией «конкурентоспособность»;
- что является факторами, определяющими уровень конкурентоспособности продукции;
- какова целевая направленность конкурентоспособности продукции;
- какие качественные характеристики присущи конкурентоспособности продукции;
- какова взаимосвязь конкурентоспособности предприятия с аналогичным свойством его продукции, отрасли и национальной экономики в целом.

Исследование существующих подходов к трактовке причин, порождающих конкурентоспособность продукции, позволяет выделить две основные их группы [3]:

- причины возникновения конкурентоспособности являются внутренними и присущи изначально, независимо от наличия взаимодействия предприятия с внешней средой. Следовательно, конкурентоспособность продукции является качественной характеристикой (способностью) страны в целом.
- причины возникновения конкурентоспособности являются как внешними по отношению к государству (вследствие его открытости как системы и взаимодействия с внешней средой), так и внутренними, независимыми от его открытости. Следовательно, конкурентоспособность продукции является свойством страны и возникает только в результате его взаимодействия с контрагентами на рынке в форме соперничества (соконкуренции).

Необходимо отметить, что наиболее теоретически и методологически полным в рамках рассматриваемой группы является подход Портера М.Е. Согласно ему, конкурентоспособность продукции в результативной форме ее выражения определяется двумя факторами:

- а) структурой отрасли, в которой действует предприятие (структура отрасли характеризуется пятью конкурентными силами);
- б) позицией предприятия в отрасли, которая обусловлена имеющимся у предприятия конкурентным преимуществом (низкие издержки/дифференциация) и широтой охвата рынка.

Подходы к понятию конкурентоспособности изображены в Таблице 1.

Таблица 1 - Сравнительный анализ подходов к трактовке конкурентоспособности [5]

Конкурентоспособность продукции – это его свойство, отличное от потенциала государства, конкурентоспособности продукции и эффективности деятельности. Поэтому, в отличие от существующих подходов, в качестве причин возникновения конкурентоспособности необходимо рассматривать не только внутренние, относящиеся к стране, факторы, но и внешние, принимающие форму конкуренции на рынках готовой продукции и производственных ресурсов. Управление конкурентоспособностью должно учитывать факторы и уровень конкурентоспособности продукции и отрасли (национальной экономики).

Таким образом, в целом можно определить, что конкурентоспособность продукции – это способность стабильно в течение продолжительного времени страны производить и реализовывать продукцию, пользующуюся по своим качественным характеристикам (включая ценовую составляющую) устойчивым спросом потребителей (индивидуальных и коллективных) в изменяющихся рыночных условиях.

1.2. Основные инструменты измерения степени конкурентоспособности продукции

Конкурентоспособность товаров — это комплекс потребительских и стоимостных характеристик товара, которые определяют его успех на рынке. Одной из составляющих конкурентоспособности является качество продукции (услуги).

Качество продукции — это определенная совокупность свойств товара, способная в той или иной мере удовлетворять требуемым потребностям при их использовании по назначению, включая утилизацию или уничтожение.

Конкурентоспособность отражает качественную сторону предлагаемой продукции. Конкурентоспособным является тот товар, комплекс потребительских и стоимостных свойств которого обеспечивает ему коммерческий успех на рынке.

Конкурентоспособный товар — это товар, выгодно отличающийся от аналогов-конкурентов по системе качественных и социально-экономических признаков.

Рисунок 2 - Индикаторы конкурентоспособности товара [39]

Оценка конкурентоспособности продукции состоит из следующих этапов:

- Анализ рынка и выбор наиболее конкурентоспособного товара;
- Определение сравнительных параметров образцов товара;
- Расчет интегрального показателя конкурентоспособности оцениваемого товара.

Конкурентоспособность товаров определяет во многом конкурентоспособность и самого предприятия, его финансово-экономическое состояние и репутацию.

Процесс формирования конкурентоспособности представляет собой совокупность организационно-экономических мер по приведению производственных программ выпуска продукции определенного объема, ассортимента и качества в соответствие с имеющимся производственным потенциалом. Одним из главных факторов формирования конкурентоспособности является максимальное использование конкурентных преимуществ.

Оценка конкурентоспособной продукции отражает соответствующие функциональные задачи:

- изучение конъюнктуры (спрос, предложение, цены, емкость рынка, каналы сбыта),
- определение набора потребительских и экономических показателей конкурентоспособности (натуральные, стоимостные, относительные),
- выбор базы для сравнения конкурентов (анализ показателей конкурентоспособности, выбор объекта в качестве базы для сравнения, расчет интегрального показателя конкурентоспособности).

Оценка конкурентоспособности товаров производится путем сопоставления параметров анализируемого товара с параметрами базы сравнения, поскольку, как было сказано выше, конкурентоспособность понятие относительное.

За базу сравнения может быть принята потребность покупателей или образец. Образцом, как правило, является аналогичный товар, который имеет максимальный объем продаж и наилучшую перспективу сбыта. В случае, когда за базу сравнения принимают потребность, расчет единичного показателя конкурентоспособности производится по формуле [23, с.116]:

$$G = \frac{P_i}{P_{in}} * 100\%$$

где: g_i — единичный параметрический показатель конкурентоспособности по i -му параметру;

P_i — величина i -го параметра для анализируемой продукции;

P_{in} — величина i -го параметра, при котором потребность удовлетворяется полностью; n — количество анализируемых параметров.

Описанный выше метод позволяет только констатировать факт необходимости повышения или снижения параметров товара для повышения конкурентоспособности, но не отражает влияние каждого параметра

при выборе товара потребителем.

Вывод о конкурентоспособности дополняется заключениями о преимуществе и недостатке оцениваемого товара по сравнению с аналогичными, а также предложениями мер, необходимых для принятия с целью улучшения положения товара на рынке.

Стратегия повышения конкурентоспособности фирмы носит название конкурентной стратегии.

Конкурентная стратегия — это обобщенная модель действий и совокупность правил, которыми должно руководствоваться государство при принятии решений для достижения и долгосрочного поддержания конкурентоспособности [17]. Формирование стратегии требует четкого определения реальных характеристик, выражающих количественно и качественно представления об источниках ресурсов, рынках сбыта, ситуации в конкуренции, экономических предпосылках и ограничениях.

Рисунок 3 - Конкурентные стратегии фирмы [36]

Сегодня самой популярной является методика определения конкурентной стратегии по Портеру.

Он выделил следующие три стратегии фирм [17]:

- 1) лидерство в издержках (она же – минимизация издержек);
- 2) дифференциация (раньше это понятие было связано с термином УТП – уникальное торговое предложение);
- 3) концентрация (иначе – фокусирование). Самостоятельно она не применяется, а выступает по Портеру составным элементом стратегии 1 или 2.

Давая общее определение стратегии конкурентной борьбы, Портер упоминает «пять конкурентных сил», которые компания должна преодолеть на пути к получению более высокой отдачи от инвестиций и устойчивым позициям в своей отрасли.

Рассмотрим, как это выглядит на практике в разрезе каждой из трех конкурентных стратегий [23].

1. Минимизация издержек (лидерство в издержках): конкуренция по цене

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Распоряжение Правительства РФ от 17.04.2008 года №1662-р «О концепции долгосрочного социально – экономического развития РФ на период до 2020 года
2. Указ Президента РФ от 12 мая 2009 года №537 «О стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года»
3. Стратегия инновационного развития РФ на период до 2020 года
4. Стратегии экономического развития регионов РФ до 2020 года
5. Авагян Г.Л. Международные валютно-кредитные отношения. – М.: Инфра-М, 2016. – 491 с.
6. Авдокушин Е.Ф., Жариков М.В. Страны БРИКС в современной мировой экономике. — М.: Магистр: Инфра - М, 2013. -479 с.
7. Агаев И.А. Особенности концепции национальной безопасности в современных условиях// Российское предпринимательство. – 2016. - №13. – с. 114-123
8. Бондаренко С. И. Конкурентоспособность продукции металлургического комплекса России; Научная Книга - 2016. - 104 с.
9. Булатов А.С. Мировая экономика и международные экономические отношения. – М.: Кнорус, 2017. – 602 с.
10. Головачев А. С. Конкурентоспособность организации; Вышэйшая школа - Москва, 2018. - 320 с.
11. Дж. Мэнвилл Хэррис. Международные финансы [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bibliotekar.ru/biznes-18/>
12. Каменски Х. Методы стратегического анализа. Доступ через <http://ecsocman.hse.ru/data/2010/05/18/1214035316/2008-4-5.pdf>
13. Квасникова В. В., Жучкевич О. Н. Конкурентоспособность товаров и организаций. Практикум; Инфра-М, Новое знание - Москва, 2013. - 192 с.
14. Кони́на Н. Ю. Конкурентоспособность фирмы в глобальном мире; Проспект - Москва, 2017. - 368 с.
15. Красавина Л.Н. Международные валютно-кредитные отношения. – М.: Юрайт, 2016. – 283 с.
16. Кузнецова Е. И. Экономическая безопасность и конкурентоспособность. Формирование экономической стратегии государства; Юнити-Дана - Москва, 2014. - 240 с.
17. Лифиц И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг; Юрайт - Москва, 2013. - 448 с.

18. Ломакин В.К. Мировая экономика. – М.: Экономика, 2017. – 350 с.
19. Любецкий В.В. Мировая экономика и международные экономические отношения. – М.: НИЦ Инфра-М, 2017. – 447 с.
20. Модернизация и конкурентоспособность российской экономики; Алетейя - Москва, 2016. - 368 с.
21. Моисеева, Нина Константиновна; Анискин, Юрий Петрович Современное предприятие: конкурентоспособность, маркетинг, обновление; Внешторгиздат - Москва, 2013. - 526 с.
22. Николаева И.П. Мировая экономика и международные экономические отношения. – М.: Дашков и К, 2016. – 503 с.
23. Платонова И.Н. Международные экономические отношения России. – М.: Инфра-М, 2015. – 409 с.
24. Реальные перспективы развития российской экономики// ИГСУ– 2016. - №6. – с.32
25. Суэтин А.А. Мировая экономика. Международные экономические отношения. – М.: Кнорус, 2015. – 237 с.
26. Торкунов А.В. История международных отношений. – М.: Аспект-Пресс, 2015. – 552 с.
27. Торкунов А.В. Современные международные отношения. – М: Аспект-Пресс, 2016. – 268 с.
28. Федякина Л.Н. Международные финансы [Электронный ресурс]. URL: <http://nashol.com/>
29. Фатхутдинов Р. А. Глобальная конкурентоспособность; Стандарты и качество - Москва, 2013. - 464 с.
30. Философова Т. Г., Быков В. А. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность; Юнити-Дана - Москва, 2013. - 296 с.
31. Халевиная Е.Д. Мировая экономика и международные экономические отношения. – М.: НИЦ Инфра-М, 2017. – 558 с.
32. Хасбулатов Р.И. Международные финансы. – М.: Юрайт, 2014. – 567 с.
33. Цыганков П.А. Теория международных отношений. – М.: Юрайт, 2016. – 690 с.
34. Цыганов П.А. Международные отношения и мировая политика. – М.: Юрайт, 2016. – 462 с.
35. Чеботарев Н.А. Мировая экономика и международные экономические отношения. – М.: Дашков и К, 2016. – 421 с.
36. Шараев Ю.В. Теории экономического роста. – М: Инфра-М, 2016. – 427 с.
37. Шаховская Л.С. Мировая экономика и международные экономические отношения. – М.: Кнорус, 2013. – 371 с.
38. Щенин Р.К. Мировая экономика и международные экономические отношения. – М.: Юрайт, 2014. – 399 с.
39. <http://www.gks.ru/> - федеральная служба государственной статистики РФ
40. <http://statistika.ru/> - гос. статистика
41. <http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/strategicPlanning/concept/> - минэкономразвития РФ
42. <http://www.m-economy.ru> – проблемы современной экономики
43. <http://minpromtorg.gov.ru/> - Министерство промышленности и торговли РФ
44. <http://www.ved.gov.ru/> - Портал внешнеэкономической информации России
45. <http://www.minfin.ru/ru/> - Министерство финансов РФ
46. <http://ikar.ru/lenta/673.html> - сравнение зерновых культур РФ

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/62762>