

Раздел 2 ИНСТРУМЕНТЫ АНАЛИЗА ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ И
ТЕХНОЛОГИИ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА
第二章：国际商务业务及外部环境分析方法

Тема 6 Понятие конъюнктуры и экономических циклов в развитии
мировой, региональной и страновой экономик

主题六：在全球、区域及国家经济发展中的经济行情、经济周期的概念

Тема 7 Конкурентоспособность на мировом рынке

主题七：国际市场的竞争问题

Тема 8 Цена и ценовая политика в международном бизнесе

主题八：国际商务中的价格和价格政策

Тема 9 Стратегический менеджмент в международном бизнесе

主题九：国际商务中的战略管理

Тема 10 Международный маркетинг

主题十：国际营销

ТЕМА 7

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ НА МИРОВОМ РЫНКЕ

Слово «конкурентоспособность» (competitiveness) — итальянское «Competizione» (соперничество) — латинское «cum petere» (*искать вместе*).

Трактовки понятия конкуренции:

- • удовлетворение потребностей потребителя;
- • борьба за свободные средства потребителя.

Различают:

- • товары конкурентные (товары-аналоги);
- • товары конкурирующие (товары-заменители).

Конкуренция — процесс управления конкурентными преимуществами в рамках законодательства; главный инструмент экономии ресурсов.

Конкурентоспособность — это свойство объекта, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности; определяется по отношению к конкретному рынку или конкретной группе потребителей.

- • Конкурентоспособность — свойство практически любых экономических объектов;
- • конкурентоспособность тождественна таким экономическим категориям, как качество или эффективность;
- • конкурентоспособность является категорией динамической, причем ее динамика обусловлена прежде всего внешними факторами;
- • конкурентоспособность — свойство объекта, имеющего определенную долю соответствующего релевантного рынка;
- • конкурентоспособность — важная рыночная категория, отражающая одно из важнейших свойств рынка — его конкурентность.

主题7

国际市场的竞争问题

- “竞争力”这个词“competitiveness”源于意大利语
- —“Competizione”//“比赛”拉丁语—“cum petere”，“一起寻找”。
- 竞争**概念的解释**：
- 满足消费者需求；
- 争取消费者的手段；
- **二者不同**：
- 竞争性商品（商品 - 类似品）；
- 参与竞争的商品（商品 - 替代品）
- **竞争**——在**法律架构内**竞争优势的管理过程；节约资源的主要方法。
- **竞争力**——竞争力是参与者双方或多方的一种通过**角逐或比较**而体现出来的**综合能力**。它是一种**相对指标**，必须通过**竞争**才能表现出来，笼统地说竞争力有大有小或强或弱。但**真正要准确**测度出来又比较难的，尤其是**企业竞争力**。竞争力是竞争**对象**在竞争中显示的能力。因此它是一种随着竞争变化着的又通过竞争而体现的能力。竞争力包含在竞争对象现在能力和它未来的能力。要测定竞争力需要确定一个测定目标时间。
- 它属于质量或者效率这样的经济范畴；
- 是一个动态范畴；
- 它的动态首先以外部因素为前提；
- 具有相关市场一定份额的客观特性；
- 是反映市场重要特征之一即竞争性的重要市场范畴。

Ключевые факторы национальной конкурентоспособности:

- • качество жизненного уровня;
- • производительность труда;
- • скорость внедрения инноваций;
- • прибыльность предприятий;
- • уровень благосостояния;
- • «конкурентный образ мышления» в национальной экономике.

Экономические факторы конкурентоспособности экономики (по мнению экспертов Всемирного экономического форума):

- • эффективность промышленности;
- • степень рыночной ориентации;
- • динамизм финансовой системы;
- • человеческие ресурсы;
- • природные ресурсы;
- • социально-политическая стабильность;
- • качество бизнес-климата и т. д.

Формы конкуренции:

- • предметная (между товарами одной ассортиментной группы);
- • функциональная (между товарами-заменителями).

主题7

国际市场的竞争问题

- 国家竞争力的关键因素；
- 生活质量；
- 劳动生产率；
- 创新的速度；
- 企业盈利性；
- 福利水平；
- 国民经济中“竞争思维方式”。
- 经济竞争力的经济因素（世界经济论坛的专家意见）
- 工业效率；
- 市场定位能力水准；
- 金融体系动态；
- 人力资源；
- 自然资源；
- 社会、政治稳定性；
- 商业活动环境质量等；
- 竞争方式：
- 实物性竞争（相同种类的商品之间）；
- 功能性竞争（在商品和替代品之间）。

Уровни конкуренции:

- • региональная;
- • национальная;
- • межнациональная;
- • глобальная.

Методы конкуренции:

- • на основе критерия повышения качества товара;
- • на основе критерия повышения качества сервиса;
- • на основе снижения цены;
- • на основе снижения эксплуатационных затрат у потребителя;
- • на основе использования всех (статичных и динамичных) конкурентных преимуществ объекта и субъекта.

Формирование механизма конкуренции:

- • конкурентное право;
- • экологическое право;
- • гражданское право;
- • налоговый кодекс;
- • таможенная система;
- • трудовое право.

Конкуренция — движущая сила мирового развития, включает:

- • повышение качества товара;
- • снижение цены;
- • повышение качества сервиса;
- • экономию ресурсов у потребителей товаров.

主题7

国际市场的竞争问题

- 竞争程度：
 - 区域间的竞争；
 - 全国范围的竞争；
 - 国际间的竞争；
 - 全球范围的竞争；
- 竞争方法：
 - 提高商品质量；
 - 提高服务质量；
 - 降低价格；
 - 降低消费者使用费用；
 - 利用主客观所有（静态和动态的）竞争优势；
- 竞争机制的形成：
 - 竞争法；
 - 生态法；
 - 民法；
 - 税法；
 - 海关制度；
 - 劳动法。
- 竞争 — 世界经济发展的动力，它包括：
 - 提高商品质量
 - 降低价格
 - 提高服务质量
 - 节约消费者商品资源

Оценки национальной конкурентоспособности

- *Конкурентоспособность страны — это способность в условиях свободной конкуренции производить товары и услуги, удовлетворяющие требованиям мирового рынка, реализация которых увеличивает благосостояние государства и граждан.*

Индексы национальной конкурентоспособности:

- • GCI (Growth Competitiveness Index) — индекс перспективной конкурентоспособности. Оценивает перспективы экономического роста на 5—8 лет.
- • VCI (Business Competitiveness Index) — индекс деловой конкурентоспособности.

Направления повышения национальной конкурентоспособности:

- • реструктуризация экономических секторов;
- • макроэкономическая стабилизация;
- • ценовая и тарифная структура;
- • нейтральная конкурентная среда;
- • устойчивое правоприменение;
- • соблюдение прав интеллектуальной собственности;
- • транспарентность правил, регулирующих создание новых фирм;
- • четкие положения о банкротстве;
- • приватизация.

Инструменты и механизмы реализации:

- • адресная государственная поддержка;
- • инвестиционные соглашения между государством и крупными инвесторами;
- • поддержка экспорта;
- • адресные льготы;
- • помощь в стандартизации и патентовании;
- • институциональные преобразования;

主题7

国际市场的竞争问题

- **国家竞争力的评价**
- 一个国家的竞争力是在自由竞争条件下生产满足世界市场需求的商品和提供服务的能力。该商品和服务的销售能够增加国家和公民的福利。
- **国家竞争力的指数：**
- ——GCI (Growth Competitiveness Index) — 有前景的竞争力增长指数。该经济增长前景评估指数5~8年。
- ——BCI (Business Competitiveness Index) — 商业竞争力指数。
- **提高国家竞争力的方式：**
- 改组经济部门；
- 稳定宏观经济；
- 确定价格和税费率结构；
- 弱化竞争环境；
- 加强法律监督；
- 遵守知识产权；
- 调整创建新公司规则的透明度；
- 明确的破产规章制度；
- 增强私有化。
- **实施方式和机制：**
- 有针对性的国家支持；
- 国家和大投资商之间签订的投资协议；
- 出口支持；
- 有针对性的优惠政策；
- 在实现标准化和获得专利权中进行援助；
- 体制转变。

Повышение национальной конкурентоспособности включает:

- активную экспансию в экспорте;
- привлечение кредитных ресурсов;
- объединение белорусских сетей, которое позволяет намного быстрее концентрировать ресурсы;
- укрупнение масштабов деятельности;
- применение более гибких подходов к деятельности в области закупок;
- создание интегрированных структур;
- потребительское кредитование;
- системы дисконтных карт, привязанных к определенным видам товаров;
- создание дееспособных менеджерских команд;
- последовательную легализацию, которая в своем исходном пункте связана с проблемами таможенного оформления;
- финансовый и производственный потенциал.

Конкурентоспособность предприятия — способность производить конкурентоспособную продукцию за счет умения эффективно использовать.

Конкурентоспособность товара — совокупность его качественных и стоимостных характеристик, обеспечивающая удовлетворение конкретной потребности покупателя и выгодно отличающая его от аналогичных товаров конкурентов.

Методы конкуренции:

- на основе критерия повышения качества товара;
- на основе критерия повышения качества сервиса;
- на основе снижения цены;
- на основе снижения эксплуатационных затрат у потребителя;
- на основе использования всех (статичных и динамичных) конкурентных преимуществ объекта и субъекта.

主题7

国际市场的竞争问题

- **提高国家竞争力的方法：**
- 积极扩大出口；
- 吸引信贷资源；
- 整合能够更快速地集中资源的白俄罗斯网络， ；
- 扩大经营活动范围；
- 在采购领域采取更灵活的经营方式；
- 创建一体化结构；
- 消费性贷款；
- 对某些商品种实行打折或会员卡制度；
- 创建有活力的管理团队；
- 及时合理认证海关手续等相关的文件。
- **提高金融和生产能力。**
- **企业竞争力— 通过有效利用财务和生产潜力而生产有竞争力产品的能力。**
- **商品竞争力— 保障满足购买者具体需要并使之有利于与竞争对手同类产品区分的质量和特性总和。**
- **竞争的方法：**
- 分析市场并选择最具竞争力的商品；
- 分析市场并对同类商品进行比较；
- 确定其商品的竞争力水平；
- 比较并确定所选的两个商品的各项参数；
- 计算所研究商品竞争力的积分指数。

Методика определения конкурентоспособности товара:

- анализ рынка и выбор наиболее конкурентоспособного товара-образца для сравнения и определения уровня конкурентоспособности изучаемого товара;
- определение набора сравниваемых параметров обоих товаров;
- расчет интегрального показателя конкурентоспособности изучаемого товара.

Факторы мотивированности потребителя относительно закупки сложных технических товаров:

- условия поставки;
- сервисное обслуживание;
- условия оплаты;
- реклама;
- имидж фирмы.

Конкурентные преимущества Беларуси

- Высокое качество человеческого капитала, низкая цена рабочей силы, эффективная система подготовки квалифицированных кадров.
- Развитый научно-технический потенциал.
- Выгодное экономико-географическое положение.
- Наличие производств, выпускающих конкурентоспособную продукцию на внутреннем и внешнем рынках (тракторы, холодильники, телевизоры, алкогольные и безалкогольные напитки и др.).
- Наличие магистральных нефте- и газопроводов, проходящих через территорию Беларуси.
- Развитая производственная инфраструктура.
- Высокий уровень комплексности развития территорий.
- Обширные земельные ресурсы. Благоприятные природно-климатические условия для кормопроизводства, льноводства, картофелеводства.
- Наличие больших запасов возобновляемых лесных ресурсов.
- Наличие больших запасов возобновляемых запасов пресной воды (подземных и поверхностных).
- Наличие больших запасов калийных солей.
- Наличие значительных залогов глины, цементного и другого сырья для промышленности строительных материалов.
- Наличие культурных и исторических ценностей, привлекательность природных ландшафтов.

主题7

国际市场的竞争问题

- 确定商品竞争力的方法：
 - 市场分析和选择最有竞争力的产品样本进行比较，并确定所调查产品的竞争力水平；
 - 确定两种商品的可比参数；
 - 计算所调查产品的竞争力指标。
- 消费者购买技术含量高的商品时所考虑的因素：
 - 供货条件；
 - 售后服务水平；
 - 付款条件；
 - 广告效应；
 - 公司形象。
- 白俄罗斯的竞争优势：
 - 高素质的人力资本；廉价的劳动力；培养技能熟练人才的有效制度；
 - 成熟的科技潜力；
 - 有利的经济、地理位置；
 - 具有生产国内国外市场有竞争力产品（拖拉机、冰箱、电视机、含酒精类和非含酒精类饮料等）的能力和条件；
 - 有通过白俄罗斯领土的石油和天然气管道；
 - 成熟的生产基础设施；很高的国土开发综合水平；
 - 富饶的土地资源；
 - 有发展饲料业、亚麻种植业及马铃薯栽培业适宜的自然条件；
 - 可再生森林资源储量大；
 - 可再生淡水资源（地表水和地下水）储量大；
 - 钾盐储量大；
 - 拥有相当数量的可做工业建筑材料的粘土、水泥和其它原料荒地；
 - 有丰富的历史-文化遗产和美丽的自然风光。

THANK YOU

谢谢！

Спасибо за внимание