It is important for port authorities to continuously collaborate with shipping companies to reduce environmental damage they produce. Reducing CO₂ emissions is an essential issue for the container shipping industry in achieving environmental and economic sustainability. Ports differentiate port dues for ships with low sulfur content emissions or with voluntary vessel speed limit. Green practices in the shipping industry such as using cleanburning low sulfur fuels, environmental-friendly materials and equipment, and adopting environmental friendly design shipbuilding have positive impact on green performances and firm competitiveness. It is also suggested that regular exercise of Port State Control for ship inspection is needed for a sustainable development port. Ports need to collaborate with urban authorities to evaluate projects as inhabitants around the port's areas may complain about port activities that could result in a serious conflict between a port and its community [4].

In addition, Vietnam needs to train human resources, raise awareness of marine emissions and climate change for marine, fisheries and marine economics; renewing marine shipbuilding technology according to new green maritime standards, reducing engine emissions - ship engines, incinerators. To promulgate policies on taxation and collection of charges for ship gases; collaborate and exchange experience with international marine environmental organizations in the field of marine emissions. To study, build and set up a number of "emission control" or "special" sea-going areas in seaports adjacent to sea areas with special ecological environment values in Vietnam's sea areas. Accordingly, all large-scale ships with emissions exceeding the permissible limits will not be docked or under special pilot regime.

Conclusion

Logistics centers in Danang play a big role in the state economy and the places for logistics centers should be chosen according to road network in the country, geographical situation and foreign trade policy. Logistics are responsible for variety of externalities, including air pollution (CO₂ emission), noise accidents, vibration, land-take and visual intrusion. Various attempts have been made to assess the relative environmental impacts of freight modes, and a relatively consistent picture emerges from these different studies despite some difference in absolute values. The impact of logistics on climate change has attracted increasing attention in recent years, partly because tightening controls on pollution and road safety improvements have alleviated the other environmental problems, but also because new scientific research has revealed that global warming presents a much greater and more immediate threat than previously thought.

1. L. Ping. "Strategy of green logistics and sustainable development. International Conference on Information Management, Innovation Management and Industrial Engineering, ICIII 2009, 2009, vol. 1, pp. 339–342.
2. S. Limbourg, H. T. Q. Giang, and M. Cools. Logistics service quality: The case of da Nang City. *Procedia Engineering*, 2016, vol. 142, pp. 123–129.
3. V. N. News "Coastal Đà Nẵng faces severe pollution problems," Vietnam News, 2017. [Online]. Available: <http://vietnamnews.vn/environment/392137/coastal-da-nang-faces-severe-pollution-problems.html#dESCQGYISf3wPJUV.97>.
4. S. Roh, V. V. Thai, Y. D. Wong. Towards Sustainable ASEAN Port Development: Challenges and Opportunities for Vietnamese Ports," *Asian J. Shipp. Logist.*, 2016.

Бурдюгова А.Г., Зяблицкая Н.В.

Исследование и развитие конкурентных преимуществ организации

*Филиал ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет (НИУ)»
(Россия, Нижневартовск)*

doi: 10.18411/lj-07-2018-42

idsp: 000001:lj-07-2018-42

Аннотация

В данной статье рассмотрены теоретические аспекты конкуренции, а, так же, выявлены методики и особенности конкурентных преимуществ организации. Сделаны выводы о том, что конкурентные преимущества важны для любой организации, которая

хочет существовать на рынке, быть перспективной, эффективной и «живучей» в своей сфере деятельности.

Ключевые слова: Конкуренция, конкурентная борьба, соперничество, экономика, организация, конкурентные преимущества.

Abstract

In this article, theoretical aspects of competition are examined, and methods and features of the organization's competitive advantages are also revealed. Conclusions are drawn that competitive advantages are important for any organization that wants to exist on the market, to be promising, effective and «tenacious» in its field of activity.

Keywords: Competition, competitive struggle, rivalry, economy, organization, competitive advantages.

Конкуренция - одна из главных черт рыночного хозяйства, которая дает «творческую» свободу личности, создает условия для ее самореализации в сфере экономики путем разработки и создания новых конкурентоспособных товаров и услуг.

Основа конкурентоспособной экономики – конкурентоспособность товаров (услуг, промышленности и т.д.), которая должна являться одной из основных целей любой организации, потому что главное для любой организации — это победа в конкурентной борьбе. Достигается она или нет - зависит от конкурентоспособности и конкурентных преимуществ организации в целом.

В качестве средств, в сложившейся нелегкой конкурентной борьбе, для улучшения своих показателей на рынке, организации используют, например, качество изделий, цену, сервисное обслуживание, ассортимент, условия поставок и платежей, создают хорошую рекламную кампанию. В сложившихся современных условиях перед тем, как определить свои конкурентные преимущества, организация должна найти ответы на вопросы: кто будет покупать; какое количество товара (услуг); почему покупатель выбирает те или иные товары (услуги); по какой цене; товары (услуги) каких производителей он выбирает; чем он при этом будет руководствоваться. Все эти ответы сыграют важную роль в коммерческой деятельности каждой организации. Ответы на эти вопросы связаны с конкурентоспособностью организации в целом.

Теоретические основы конкуренции стали закладываться в период докапиталистических формаций. Но, наиболее целостные первые теоретические положения, касающиеся конкурентной борьбы и ее движущих сил, были упомянуты в середине XVIII века. Данная в этом заслуга принадлежит представителям классической политической экономии Адаму Смиту, Давиду Рикардо. Затем, существенно была развита теория о конкуренции в трудах Дж. Кейнса, П. Сраффы, А. Маршалла, Й. Шумпетера, В. Леонтьева, М. Портера и др.

Конкуренцию следует рассматривать как всем известную фундаментальную экономическую категорию. Вместе с тем, зачастую термин «конкуренция» понимается в разных смыслах в экономике.

С этимологической точки зрения понятие «конкуренция» восходит больше всего к латинскому «*conspicuentia*», которое подразумевает «состязание», «столкновение». Поведенческая трактовка данной категории установилась в первую очередь в экономической литературе. В особенности, Адамом Смитом, конкуренция отождествлялась с честным соперничеством, без сговора, которое имело место между субъектами на рынке за самые выгодные из условий покупки и продажи товаров. Главным из методов для ведения конкурентной борьбы выступало изменение цен. Вместе с тем, он замечал не подчиненность рыночной экономики, не управляемой коллективной волей и не подчиненной единому замыслу, при этом, она следует установленным правилам поведения. Согласно данным правилам свободная конкуренция – это сила, обеспечивающая взаимодействие предложения и спроса, уравнивающая цены на рынке. Результатом сопернических действий продавцов и покупателей, является установление общей цены на однотипные товары и кривых предложения и спроса. Таким образом, посредством конкуренции обеспечивается функционирование механизма ценообразования на рынке.

Давид Рикардо являлся основоположником идей ценового регулирования на рынке вследствие конкуренции. Положение, касающееся совершенной конкуренции,

теоретическая модель которой разработана непосредственно Рикардо, предоставило возможность установления метода сочетания «естественных» цен в долгосрочном равновесии с принципами, характерными децентрализованному управлению, и возможность последних способствовать экономическому развитию.

Затем, происходило совершенствование поведенческого понимания конкуренции, делались попытки указать точные ее способы и цели ведения. Так, с точки зрения марксистской трактовки конкуренция рассматривается, как характерная товарному производству антагонистическая борьба между частными товаропроизводителями за более выгодные условия производства и сбыта товаров, за получение наивысшей прибыли [1].

В качестве одного из основателей неоклассического варианта такого поведенческого толкования понятия конкуренции выступает А. Маршалл, являющийся английским экономистом, связывающим ее с борьбой за экономические редкие блага и за деньги покупателя, за счет которых возможно их приобретение. Логика данного подхода заключается в том, что множество благ (услуг, товаров, ресурсов) рассматриваются как редкие с позиции их количества, которое меньше общественной потребности общества. В связи с чем, у владельцев благ есть возможность их распределения, руководствуясь собственной выгодой.

Как считал П. Хейне, американский экономист: «Конкуренция есть стремление как можно лучше удовлетворить критериям доступа к редким благам».

Вместе с такой трактовкой конкуренции, которая являлась характерной XIX-XX веку, свое распространение получила «структурная трактовка». Ее истоки восходят к работам А. Курно, Ф. Эджуорта, Э. Чемберлина Дж. Робинсон, и других ученых, которыми заложен фундамент западной современной теории конкуренции.

Причиной недовольства существующей моделью конкуренции являлось чрезмерное внимание лишь к одному ее типу (ценовой конкуренции), а также невозможность раскрыть посредством нее сущность такой деятельности, как конкуренция. Если говорить о совершенной конкуренции, Й. Шумпетером было отмечено: «... Данный вид конкуренции невозможно отнести на счет имеющихся товаров, но данный тип конкуренции может набрать своей актуальности, если будет произведен новый товар, новая технология, новые ресурсы либо новый тип организации». Ф. Хайек высказывался более определенно: «... Надо учитывать существование на данном этапе государственного устройства ... поэтому конкуренция функционирует в существующей системе. В случае существования модели совершенной конкуренции в реальном государстве, отсутствовали бы ограничения во всех областях деятельности. Это является фактически невозможным, поскольку жизненно необходимы при этом государственные ограничения».

Критиками модели такой конкуренции отмечались элементы монополии, проникающие в экономику, не находящие свое отражение в концепции конкуренции. Немалый вклад в теоретические модели монополии и олигополии внесен Ф. И. Эджуортом (математическое описание), А. Л. Лернером (монопольная власть и ее оценка), К. Викселлем (ценовая дискриминация и конкуренция), Й. Шумпетером, Ф. Хайек и др.

Таким образом, следует сделать вывод о наличии сформировавшихся к середине XX века общих представлений о сущности конкуренции, главных ее движущих силах, то нашло свое выражение в постулировании 4-х классических моделей конкуренции на рынке: монополистической, совершенной, олигополии, а также чистой монополии. Позиции данной группы ученых являются достаточно сильными в западной современной экономической науке, в результате чего термин «конкуренция» («competition») зачастую находят свое применение в структурном понимании. В том случае, если речь идет о поведенческой стороне конкуренции, зачастую используется другой термин – «соперничество» («rivalry»).

В случае структурного подхода акцентируется внимание не на конкурентной борьбе друг с другом, а на анализе рыночных структур и условий, господствующих на сегодняшний день на нем. Так, в работах С. Л. Брю и К. Р. Макконнелла конкуренция рассматривается как «наличие на рынке множества независимых продавцов и покупателей, возможность для них свободно входить на рынок либо его покидать».

Третий подход является функциональным. Посредством него рассматривается роль, принадлежащая конкуренции в экономике. В частности, Й. Шумпетером конкуренция определялась в качестве соперничества «старого» с «новым». Данные нововведения рынком принимаются скептически, но в случае их осуществления новатором, механизмом конкуренции будут вытеснены с рынка компании, которые используют устаревшие технологии.

Конкуренция, согласно Ф. Хайек, является «процедурой открытия». Согласно его точке зрения, благодаря конкуренции на рынке «скрытое становится явным». Так скажем, в условиях типичного для реального рынка недостатка информации первоначально одинаково привлекательными могут казаться несколько возможных линий поведения компании.

Осуществив анализ вышеизложенных подходов к определению конкуренции, следует отметить, что каждым из них учитываются «собственные» аспекты данного понятия. Таким образом, в настоящей работе можно определить конкуренцию в качестве соперничества хозяйствующих единиц, заинтересованных в достижении единой цели в условиях ограниченности ресурсов, которые способствуют достижению данной цели.

Сущность конкуренции, движущие силы которой, рассматриваются в трудах современного экономиста М. Портера, который сделал вывод об участии в конкуренции не только непосредственных претендентов. Скорее, конкуренция в секторе, заложенная в основу экономики, а также конкурирующие силы выходят за грани общепринятого противостояния сторон в той или иной сфере промышленности. Поставщики, потребители, потенциальные участники, продукты-заменители – будут выступать в качестве конкурентов, влияющих на сферу в определенной степени.

Существует непосредственная взаимосвязь конкурентных преимуществ и конкуренции. Они присутствуют там и тогда, где возникает и развивается конкуренция. Всеобъемлющий характер присущий конкуренции на национальном рынке, в связи с чем, конкурентные преимущества являются немаловажными для коммерческого успеха [2].

Есть множество ресурсов формирования конкурентного преимущества, которые состоят из:

- производства товаров самого наилучшего качества;
- предоставления покупателям наилучших услуг;
- достижения минимального в сравнении с конкурентом, показателя издержек;
- выгодного географического расположения;
- разработки изделия, которое осуществляет установленные функции лучше, чем конкурирующие аналоги;
- изготовления более долговечной и надежной продукции;
- предоставления покупателям большей ценности за те же деньги (комбинации приемлемых цен и хорошего качества услуг).

Все это будет означать желание предприятия предоставить потребителям то, что они считают наилучшей ценностью, будь то лучшее качество, небольшая стоимость. Фундаментальная причина успеха одних либо неуспеха иных организаций заключается в наличии, либо отсутствии в организации конкурентного преимущества [3].

Б. Уотермен и Т. Питере сформулировали общие принципы, дающие конкурентные преимущества производителям, которые состоят из:

1. Нацеленности каждого сотрудника на действие, для продолжения начатого дела.
2. Близости организации к клиенту.
3. Создания автономии и творческой атмосферы в организации.
4. Увеличения производительности благодаря применению способностей людей, а также их желанию работать.
5. Демонстрации важности общих для организации.
6. Умения твердо стоять на своем.
7. Простоты предприятия, минимум служебного персонала и уровней управления.
8. Умения, быть одновременно жестким и мягким. Содержания под жестким контролем максимально важных проблем и передачи подчиненным менее важных [4].

На данный момент нет однозначного толкования для понятия конкурентное преимущество. Все зависит от того, к какому объекту либо явлению оно относится. Таким

образом, в экономическом словаре подмечено, что конкурентное преимущество является характеристиками, свойствами марки либо товара, которые формируют для организации обусловленные превосходства над собственными прямыми конкурентами. Данные характеристики могут быть самыми разными, а также относиться к самой продукции и к дополнительным услугам [4].

Можно сделать следующий вывод, что чем больше предприятие обладает конкурентными преимуществами перед предполагаемыми и настоящими конкурентами, тем значительнее ее конкурентоспособность, «живучесть», перспективность, эффективность. Для этого нужно повышать научный показатель управления, завоевывать новые конкурентные преимущества и идти вперед.

Процесс создания конкурентных преимуществ осуществляется в такой последовательности:

- 1) определение приоритетности конкурентных преимуществ;
- 2) проведение предварительного анализа указанных преимуществ;
- 3) формирование конкурентных преимуществ;
- 4) разработка стратегии создания конкурентных преимуществ;
- 5) разработка стратегии удержания конкурентных преимуществ.

В собственных трудах М. Портер так же подмечал, что конкурентоспособность сфер промышленности базируется на конкурентных преимуществах, все разнообразие которых сводится к 2-м главным видам: технологическим и ресурсным [5].

Конкурентоспособность начинается с ресурсных факторов, а также зависит от географического положения, присутствия в государстве природных ресурсов, климатических условий, квалифицированных рабочих сотрудников, а, так же, накопленного капитала. Но, для удержания успеха в конкурентной борьбе, недостаточно присутствия только данных факторов. Преуспеть в любой сфере можно не только посредством унаследованных факторов, сколько благодаря действию механизмов, которые способны непрерывно увеличивать продуктивность их применения.

Непрерывное улучшение факторов предполагает капиталовложения в оборотные и основные фонды, вырабатывание знаний и навыков, а также, затраты в рамках управления и развития инфраструктуры. В этом смысле инвестиции правильнее относить к технологическим ресурсам (развития конкурентных преимуществ и механизм создания). Роль инвестиций в формировании конкурентных преимуществ не всегда является одинаковой и зависит от стадии, которой достигло государство в развитии национальной конкурентоспособности. Вместе с тем, наращивание конкурентоспособности зачастую рассматривается в теоретических работах в качестве смены трех последовательных стадий: стадии инновационных преимуществ, инвестиционных и факторных.

На начальной стадии, существует зависимость успеха в конкуренции от имеющихся ресурсных преимуществ, наделенности производственными факторами.

На второй стадии первостепенная роль принадлежит дальнейшему развитию и усовершенствованию факторов, а предпосылками выступают местные, уже сформировавшиеся технические возможности, образование, инфраструктура, информационная база. Вместе с тем, успех на данной стадии решают не факторы, доставшиеся по наследству, а инвестиции, которые способны увеличивать конкурентные преимущества на базе более развитых факторов. К таковым относятся исследовательские учреждения, высокообразованные кадры, современная инфраструктура обмена информацией.

На третьей стадии инноваций, центром тяжести в рамках конкуренции являются высокотехнологичные сегменты отечественной экономики, когда основная роль принадлежит не усовершенствованию некоторых факторных условий, а обновлению и усовершенствованию технологий. Конкурентоспособность высокотехнологичных сфер объединена с инвестициями в разработки и исследования, в формирование нововведений, т. е. с технологическими конкурентными преимуществами.

Подытоживая, необходимо отметить, что в целях «выживания» либо победы в жесткой и, иногда, нечестной конкурентной борьбе любое предприятие должно иметь определенные преимущества перед своими конкурентами.

Чем больше предприятие обладает конкурентными преимуществами перед предполагаемыми и настоящими конкурентами, тем значительнее его конкурентоспособность, перспективность, живучесть, продуктивность.

Для этого необходимо повышать научный уровень управления, завоевывать новые конкурентные преимущества.

1. Ансофф И. Стратегическое управление. - М.: 2006.
2. Виханский О. С., Наумов А.И. Менеджмент. - М.: Наука, 2006.
3. Гапоненко А. Л. Общий и специальные менеджмент. - М.: Изд-во РАГС, 2002.
4. Герчикова И. Н. Менеджмент: Учебник. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2005.
5. Гибсон, Джеймс Л. Организации: поведение, структура, процессы. - М.: ИНФРА-М, 2005.

Грачев И.Д., Ларин С.Н., Знаменская А.Н.
Определение конкурентоспособности продукции в условиях санкционных ограничений

*ФГБУН Центральный экономико-математический институт РАН
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/lj-07-2018-43

idsp: 000001:lj-07-2018-43

Аннотация

Введение США, странами ЕС, а также еще целым рядом стран, таких как Австралия, Канада, Япония и др., санкционных ограничений с целью недопущения нормального развития российской экономики оказало негативное влияние на конкурентоспособность производимой отечественными предприятиями продукции и, тем самым, поставило их производственную деятельность в невыгодные условия по отношению к основным, прежде всего, иностранным, контрагентам. Последовавшее за первыми санкционными ограничениями расширение спектра их применения относительно целых отраслей и отдельных предприятий привело к тому, что в условия ведения предприятиями конкурентной борьбы резко изменились, что повлекло за собой трансформацию экономической сущности понятия конкурентоспособности производимой продукции с учетом санкционных ограничений. В этой связи основная цель данного исследования заключалась в уточнении экономической сущности понятия конкурентоспособности и его экономических составляющих применительно к организации деятельности предприятий и производимой ими продукции. Для ее достижения были использованы методы анализа и синтеза экономической информации, а также публикаций зарубежных и российских ученых по тематике настоящего исследования. В результате проведенного исследования было уточнено определение понятия конкурентоспособности продукции производимой предприятиями в условиях действия разного рода санкционных ограничений.

Ключевые слова: российская экономика, санкционные ограничения, конкурентоспособность и ее составляющие, предприятия, продукция.

Abstract

The introduction of the United States, the EU countries, as well as a number of other countries such as Australia, Canada, Japan, etc., sanctions restrictions to prevent the normal development of the Russian economy had a negative impact on the competitiveness of products produced by domestic enterprises and, thereby, put their production activity in unfavorable conditions in relation to the main, primarily foreign, counterparties. Following the first sanctions restrictions, the expansion of the range of their application in relation to whole industries and individual enterprises led to the fact that the conditions for the conduct of competition by enterprises changed drastically, which entailed the transformation of the economic essence of the notion of competitiveness of manufactured products subject to sanctions restrictions. In this regard, the main purpose of this study was to clarify the economic essence of the concept of competitiveness and its economic components in relation to the organization of enterprises and