

Иовлева Ольга Владимировна

канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

ФГБОУ ВО «Уральский государственный аграрный университет»

г. Екатеринбург, Свердловская область

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Аннотация: целью исследования является поиск возможностей формирования и функционирования инновационно-технологических интегрированных структур, создаваемых за счет эффективного использования территориальных, отраслевых и национальных конкурентных преимуществ.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентное преимущество, инновация, местный рынок технологических инноваций, инновационно-технологические интегрированные структуры.

Конкуренция заставляет предпринимателя постоянно искать новые виды продуктов и услуг, улучшать качество продукции, расширять ее ассортимент, снижать издержки производства, оперативно реагировать на изменения желаний потребителей.

При решении проблемы удовлетворения потребностей рынка предприятиям следует ориентироваться на повышение степени неопределенности внешней среды по мере развития рыночной экономики. Это связано с развитием конкуренции, ускорением смены технологий для эффективного производства высококачественных товаров, насыщением рынка.

Поскольку предприятие существует преимущественно для удовлетворения общественных потребностей, а последние постоянно изменяются как по виду, так и по объему, производственная система должна находиться в состоянии постоянных адекватных изменений. Высокое качество выпускаемой продукции и снижение затрат – необходимые условия успеха в конкуренции на рынке, а инновационная деятельность – главный фактор достижения этого успеха.

Реальностью стала необходимость для предприятий осваивать смежные предпринимательские сферы, т.к. совершенно очевидно, что в настоящее время сохранение фирмой конкретного объема продаж возможно лишь при непрерывном вводе на рынок новых товаров и услуг [2, с. 23].

Определяющим фактором отношений между продавцами и покупателями служат специфические признаки товара.

При модификации товаров выделяются две рыночные стратегии изменения производства: стратегия уменьшения цены и стратегия возрастания функциональности товаров. Производственная реакция, имея целью снижение себестоимости, реализует стратегию уменьшения цены. Конкурентная реакция, имея целью повышение конкурентоспособности, реализует как стратегию уменьшения цены, так и стратегию возрастания функциональности (качества) товаров. Модернизация технологического оборудования и технологических процессов осуществляется в размерах, обеспечивающих реализацию указанных стратегий.

Общеизвестно, что в условиях плановой экономики активная отраслевая дифференциация, создание и наращивание министерствами производственного потенциала сопровождались универсализацией производственной структуры предприятий. Практически все машиностроительные предприятия сформировались как комплексные, предметно-замкнутые и располагающие полным составом технологических производств – сварочных, металлургических, механообрабатывающих, инструментальных и т. д. Развитие отраслевой специализации дополнялось концентрацией производства во всех ее формах: заводская концентрация привела к расширению промышленных предприятий. Отдельные специализированные технологические производства по мощности достигли размеров достаточно крупного предприятия.

В условиях трансформируемой экономики РФ большая часть ограниченных в обществе ресурсов продолжает быть сосредоточена на крупных предприятиях. К ограниченным ресурсам специалисты относят: капитал – свободные или слабосвязанные финансовые активы; кадры – люди, группы, коллективы, непосредственный потенциал их знаний, умений, навыков, уровень исполнительской,

организационной, предпринимательской и технологической культуры; объекты и предметы собственности – средства производства и неотчуждаемые природные ресурсы.

В результате спада выпуска конечной продукции и диверсификации предприятия сталкиваются с проблемой увеличения неиспользуемых средств производства.

Смысл современной парадигмы организации не в том, что она из себя представляет внешне и внутренне, а в том, что она делает в системе, в которую она включена как элемент. Если организация стремится сохранить себя, она заботится в первую очередь не о сохранении своего внутреннего порядка, а о своем предназначении, о выполнении своей системной бизнес-функции. Внутренний порядок, поддерживаемый организацией, становится нецелесообразным, когда теряется ее функциональная полезность. При этом функциональная полезность того, что делает предприятие определяется не им самим, а его внешним окружением, рынком [1].

Преимущества совместного производства территории для предпринимателей независимо от размера предприятия также в том, что помимо основных факторов производства на них «работают» и многочисленные сопутствующие факторы, на создание которых собственными силами необходимо затратить много времени и средств. К ним относятся материалы, приспособления и инструменты, энергоносители, грузоподъемные и транспортные средства, оснастка и оборудование для выполнения сопутствующих операций и т. д. На предприятиях сложились налаженные технические и организационные системы по обеспечению техники безопасности, пожарной безопасности, санитарных норм в производстве и окружающей среде и т. д.

Таким образом, крупные предприятия могут предоставлять в распоряжение предприятий-заказчиков «высокотехнологичное производство территории виртуального типа». Термин «виртуальный» означает «возможность» или «который может или должен проявиться» при наличии рыночного спроса. Термин «виртуальное производство» может интерпретироваться еще и как «расширенное за

счет совместных ресурсов». В более конкретном контексте «виртуальное производство» означает наиболее эффективную рыночную форму рационального использования потенциала предприятий.

В современных условиях крупные предприятия заинтересованы в новых формах интеграции, в том числе в технологической интеграции на мезоуровне предприятий.

Высокотехнологичное производство территории формируется как местный рынок факторов производства. Местный рынок факторов производства является замкнутым рынком технологий, средств производства, рабочей силы, технологической информации и других факторов. Это рынок, формируемый по собственной инициативе множеством крупных предприятий одной или более отраслей экономики на муниципальном или региональном уровне.

Предприятия-организаторы высокотехнологичного производства территории обеспечивают потребителям технологических инноваций ряд преимуществ за счет:

- отбора требующихся для выполнения заказа адекватных производственно-технологических ресурсов из совместного потенциала рыночного предложения предприятий;
- объединения ресурсов, традиций и опыта нескольких предприятий различных отраслей;
- обеспечения сотрудничества лиц и коллективов, пространственно удаленных друг от друга;
- координации деятельности предприятий при выполнении заказов;
- быстрого образования рабочих групп и их развития или расформирования в соответствии с заказами клиентов.

Территориальная производственно-технологическая конкуренция имеет следующие особенности:

1. Если известные виды конкуренции хозяйствующих субъектов связываются преимущественно со сферой обращения товаров, то применительно к территориальной производственно-технологической конкуренции правомерно

говорить о двух уровнях ее формирования: о сфере производства, где предприятия осуществляют на конкурсной основе отбор дифференцированных факторов производства, и о сфере функционирования рынка инноваций.

2. Производственно-технологическая конкуренция формируется на основе самооценки и саморегулирования специалистами технологических производств предприятий-организаторов местного рынка, что обеспечивает объективный характер оценки конкурентоспособности каждого хозяйствующего субъекта;

3. Территориальная производственно-технологическая конкуренция имеет синтетический характер, объединяя специфические черты чистой конкуренции, монополистической конкуренции и олигополии.

Эффект территориальной производственно-технологической конкуренции связан с гарантией качества и минимизацией цен на товары рынка технологических инноваций, что является фундаментом повышения ценовой и неценовой конкурентоспособности конечной продукции предприятий.

Список литературы

1. Ефремов В.С. Стратегическое планирование в бизнес-системах / В.С. Ефремов. – М.: Финпресс, 2001.

2. Иовлева О.В. Конкурентно-инновационный подход к управлению предприятием / О.В. Иовлева // Проблемы управления в социально-экономических системах: теория, методология, практика: монография – Чебоксары: ИД «Среда», 2019.