

Уровни конкурентоспособности

**Макроэкономический
уровень
конкурентоспособности**

**Региональный
уровень конкурентоспособности**

Конкурентоспособность организаций

Показатели конкурентоспособности страны



Microsoft Word
Document

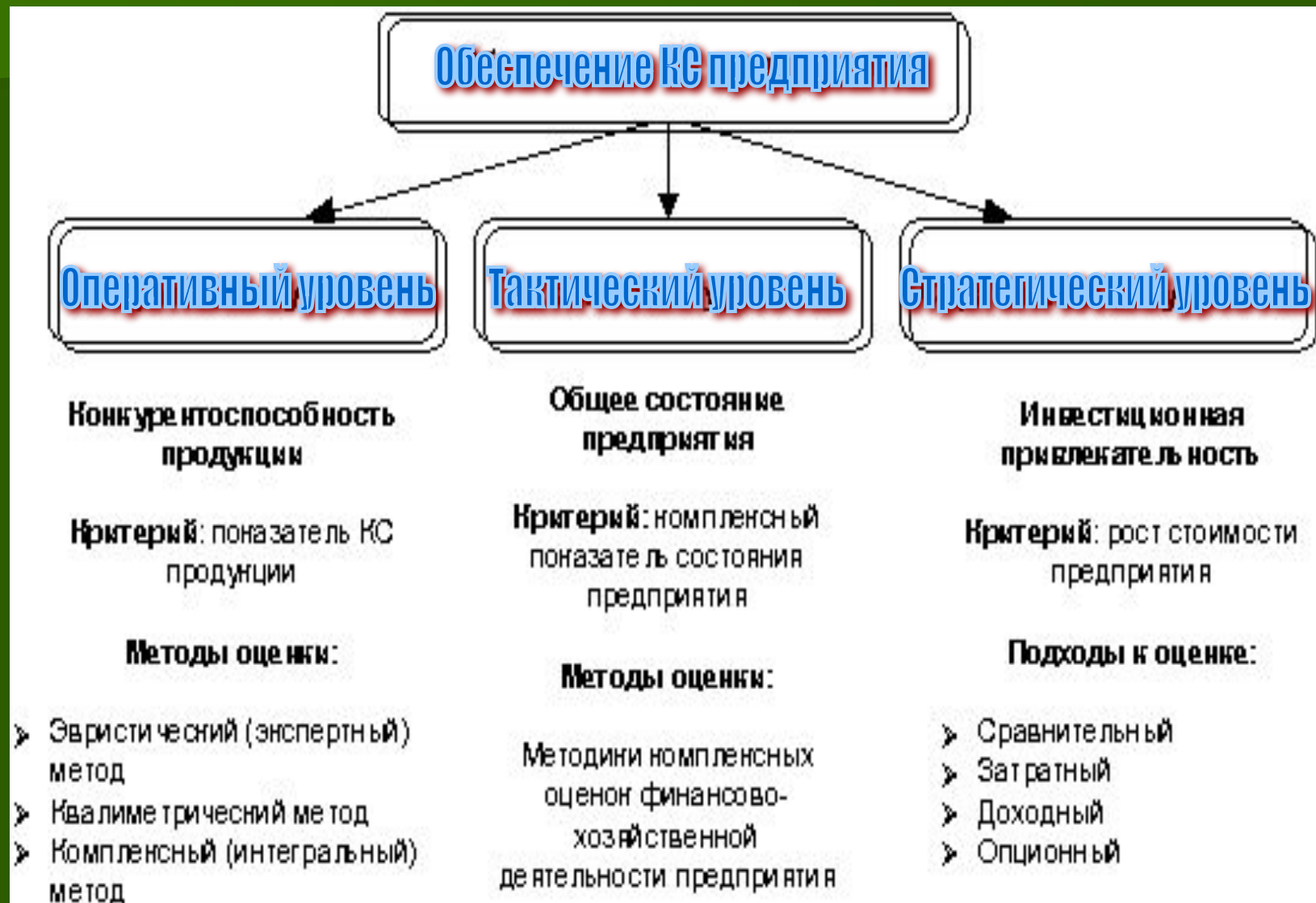
- В отчете ВЭФ представлены два индекса, на основе которых составляются рейтинги стран: Индекс глобальной конкурентоспособности (Global Competitiveness Index, GCI) и Индекс конкурентоспособности бизнеса (Business Competitiveness Index, BCI).
- Основным средством обобщенной оценки конкурентоспособности стран является Индекс глобальной конкурентоспособности (GCI), созданный для Всемирного экономического форума профессором Колумбийского университета Ксавье Сала-и-Мartiном (Xavier Sala-i-Martin, Columbia University) и впервые опубликованный в 2004 году.

Движущие силы и детерминанты конкурентоспособности регионов

Каковы основные движущей силы региональной конкурентоспособности?

- 1. кластеры;
- 2. человеческий капитал;
- 3. имеющиеся предприятия и сети;
- 4. инновации/региональные инновационные системы;
- 5. управление и институциональный потенциал;
- 6. отраслевая структура и тип предприятий;
- 7. инфраструктура (в широком понимании);
- 8. типология регионов и уровень интеграции предприятий;
- 9. интернационализация и характер прямых иностранных инвестиций (ПИИ);
- 10. географическое положение;
- 11. инвестиционная привлекательность.

Обеспечение конкурентоспособности организации.



ИЗДЕЛИЙ

| | | Цена (руб) | Цена (балл 1-10) | * вес | Качество (1-10) | * вес | Удобство (1-10) | * вес | Итого (1-10) |
|-----------------|-------------|------------|------------------|-------|-----------------|-------|-----------------|-------|--------------|
| Х/з Зотова | Нарезной | 18 | 4 | 0,45 | 6 | 0,35 | 6 | 0,2 | 5,1 |
| | Бородинский | 19 | 5 | 0,4 | 7 | 0,4 | 6 | 0,2 | 6 |
| Х/з №12 | Нарезной | 16,5 | 5 | 0,45 | 4 | 0,35 | 4 | 0,2 | 4,45 |
| | Бородинский | 18 | 4,5 | 0,4 | 5 | 0,4 | 4 | 0,2 | 4,6 |
| Х/к Москворечье | Нарезной | 20 | 3 | 0,45 | 6 | 0,35 | 7 | 0,2 | 4,85 |
| | Бородинский | 24 | 3 | 0,4 | 7 | 0,4 | 7 | 0,2 | 5,4 |



$$J_{G_i} = \frac{G_i}{G_i^0}$$

где $i = 1, \dots, n$; G_i – значение i -го потребительского параметра оцениваемого товара; G_i^0 – значение i -го потребительского параметра оцениваемого товара-образца



Основные изделия х/з им. В.П. Зотова вполне конкуренто-способны; Однако следует провести более сегментированное исследование

- Компания “Винный стиль”
- Винно-коньячный комбинат ООО “Представительство”
- ООО “Коллекция Вин”

2-х мерные матрицы обозначены следующим образом:

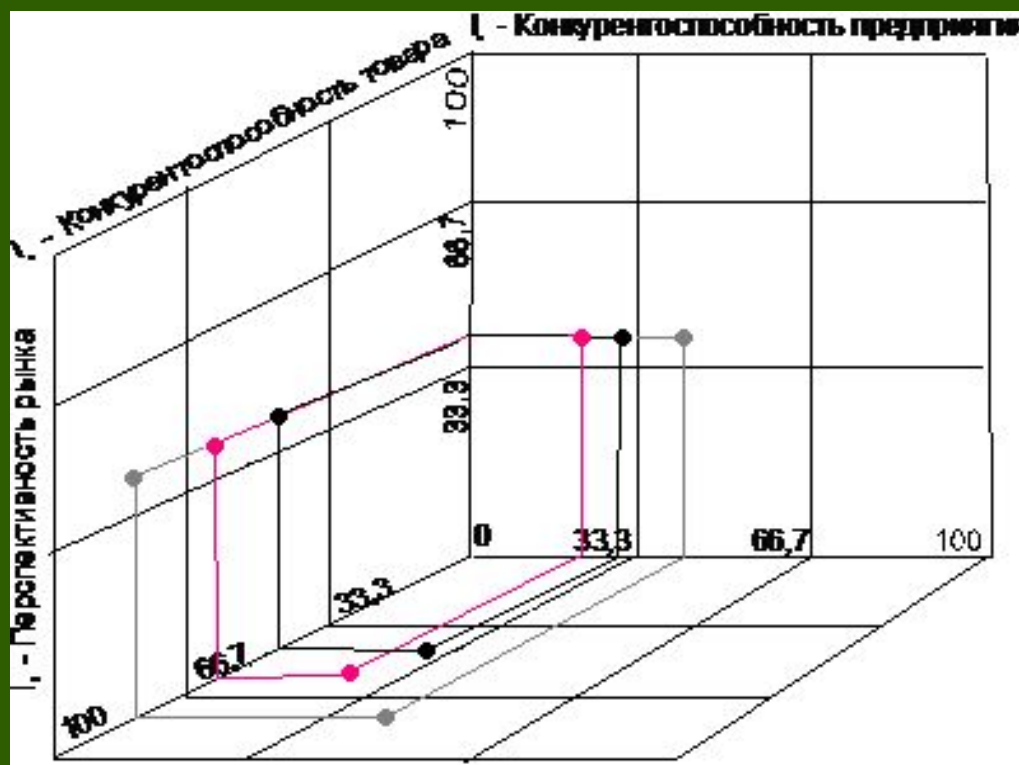
R–E – матрица «Перспективность рынка – конкурентоспособность предприятия».

R–Q – матрица «Перспективность рынка – конкурентоспособность товара»

E–Q – матрица «Конкурентоспособность предприятия – конкурентоспособность»

| Фирма | Матрица | I_R | I_E | I_Q | Квадранты матриц | Выбранные стратегии |
|---|---------|-------|-------|-------|------------------|---------------------|
| ООО “Коллекция Вин”. | R - E | 39,75 | 44,2 | | G5 | SG ₅₂ |
| | R – Q | 39,75 | | 58,49 | A8 | SA ₈ |
| | E - Q | | 44,2 | 58,49 | U6 | SU ₆₁ |
| Компания “Винный стиль” | R - E | 39,75 | 31,75 | | G2 | SG ₂₁ |
| | R – Q | 39,75 | | 50,56 | A5 | SA ₅₂ |
| | E - Q | | 31,75 | 50,56 | U2 | SU ₂₂ |
| Винно-коньячный комбинат ООО “Представительство” | R - E | 39,75 | 29,9 | | G2 | SG ₂₁ |
| | R – Q | 39,75 | | 67,62 | A5 | SA ₅₂ |
| | E - Q | | 29,9 | 67,62 | U2 | SU ₂₂ |

V. Матрица конкурентоспособности бизнеса



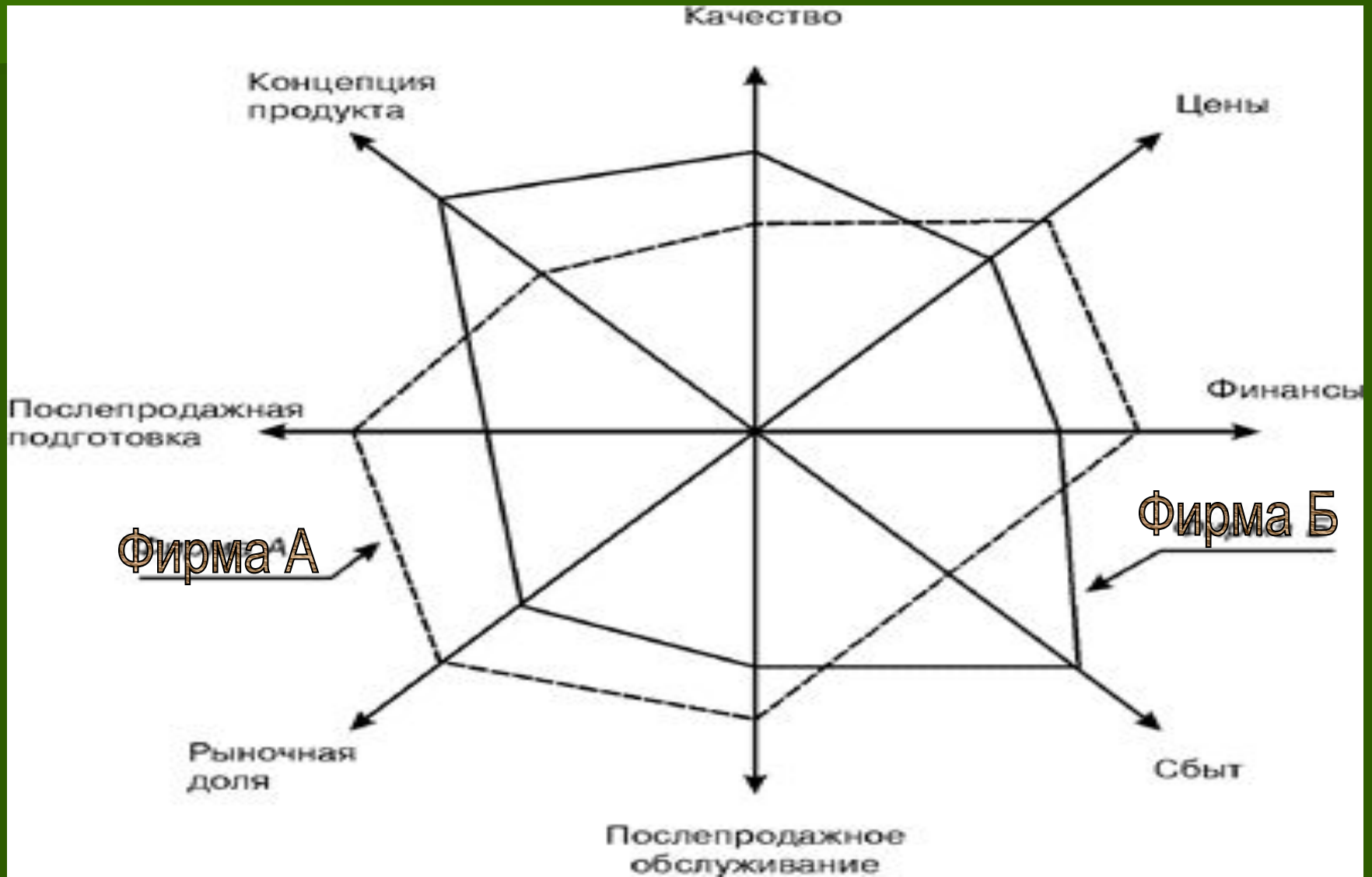
Конкурентные действия фирм.

Для предприятия ООО характерна в большей степени стратегия повышения производительности. Она включает в себя следующие направления:

- Контроль себестоимости.
- Стратегия дифференциации продукции.
- Стратегия повышения ценности.



Оценка возможностей фирмы с помощью многоугольника конкурентоспособности.



Спасибо за внимание!

