



ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОТРАСЛЕЙ ЭКОНОМИКИ МОНГОЛИИ

А. Даваасурэн¹, И. А. Кузнецова²

1. Ведущий научный сотрудник Института международных исследований АН Монголии,
докторант БГУЭП, кандидат экономических наук, профессор
e-mail: davaasuren13@yahoo.com

2. Доцент кафедры информатики и кибернетики БГУЭП,
кандидат технических наук
e-mail: iak_irk@bk.ru

Аннотация: в статье рассматриваются теоретические основы экономической конкуренции, применение методологических средств системного анализа Т. Саати, К. Кернса для оценивания конкурентоспособности отраслей экономики Монголии. Дана экономическая интерпретация показателей конкуренции.

Ключевые слова: индекс согласованности, метод анализа иерархий, межотраслевая конкуренция, структура распределения.

Abstract

This article discusses the theoretical foundations of economic competition, the use of methodological tools for system analysis of T. Saaty, C. Cairns to evaluate the competitiveness of the industries in Mongolia. Given the economic interpretation of the competition.

Keywords: index of consistency, the method of analysis of hierarchies, inter-industry competition, the structure of the distribution.

На современном этапе развития экономики одной из важных задач системного анализа является исследование конкурентных отношений между отраслями и поиск инструментов их оценки для повышения эффективности производства и потребления. В настоящей работе представлены результаты применения моделей и методов шкалирования в системном исследовании для получения формальной картины состояния экономики в целом в разрезе конкурентных взаимодействий.

Первая часть работы посвящена основным теоретическим положениям рыночной конкуренции. Представлен сравнительный анализ «чистой» и совершенной конкуренций, установлена разница в толковании.

Вторая часть представляет фактический

материал применения методики оценки конкурентоспособности Т. Саати, К. Кернса отраслей экономики Монголии (метод анализа иерархий). Выстроена система индексов конкуренции между отраслями экономики Монголии по выбранным критериям.

В третьей части дана экономическая интерпретация модели конкуренции на основе полученных оценочных показателей.

Одним из самых важных атрибутов рынка и рыночных отношений является конкуренция. Под словом «**конкуренция**» (в пер. с лат. означает «сталкиваться») в словаре иностранных слов [1] понимается соперничество на каком-либо поприще между отдельными лицами (конкурентами), заинтересованными в достижении **одной и той же цели**. Близким по смыслу является слово «конкурс» (в пер. с лат. столкновение,

схватка), означающее соревнование, соискание в какой-либо области, дающее возможность выявлять наиболее достойных из числа его участников [1]. Разница между первым и вторым терминами очевидна и сводится к разнице в целях означенных процессов: для первого – завоевать первенство для реализации своих собственных планов, а для второго – просто выявить лучшего. В связи с этим, экономическая теория активно пользуется только первым понятием и вкладывает в него следующий смысл: **конкуренция** – это антагонистическая борьба между частными производителями за более выгодные условия производства и сбыта товаров [1]. Это означает соперничество экономических агентов (либо продавцов-производителей, либо потребителей) за завоевание экономического пространства в условиях жестких ограничений. По Хайеку, конкуренция – исследовательский поиск, который осуществляют первооткрыватели цели [2].

Все остальные положения можно свести к следующему.

1. Конкуренты-производители борются за долю в платежеспособном спросе общества, конкуренты-потребители – за нахождение и привлечение лучшего поставщика товаров и услуг.

2. Общий баланс последствий конкуренции позитивен, благотворен для экономики в целом, хотя каждый участник должен считаться с возможностью «разочаровывающего эффекта».

3. Совершенная конкуренция характеризуется множественностью независимых производителей и практической недоступностью для каждого из них ценового контроля.

4. Система любой природы стремится к равновесию. Конкуренция позволяет достичь оптимума, удерживать прибыль в определенных пределах, способствует снижению цен или замедлению их роста.

5. Рынок и конкуренция связаны

неразрывными нитями.

6. Считается, что производитель и потребитель не конкурируют (это вытекает из определения термина «конкуренция»), так как имеют противоположные цели, а ищут взаимоприемлемые условия для сделки [2].

Понятие конкуренции в экономической теории объединяет в себе условия установления рыночного равновесия и обстоятельства, при которых это равновесие единственно и устойчиво [6, 7]. Так как любые математические модели отражают определенный уровень абстракции и идеализации реальности, модели соответствующих рыночных структур получили название совершенных или «чистых» [1]. Соответственно, идеализированные условия и обстоятельства объединены понятием «совершенная или чистая конкуренция».

В Монголии малый и средний бизнес имеет характер совершенной конкуренции не только внутри отдельной отрасли, но и между отраслями (сельское хозяйство, внешняя и внутренняя торговля, сфера оказания различных видов услуг (общественное питание, гостиницы и рестораны) за исключением государственных и финансовых.

В стране не существует недобросовестной (криминализованной) конкуренции. Она означает жесткую борьбу между товаропроизводителями и продавцами с применением таких методов как

- демпинг-продажа товаров по цене ниже себестоимости,
- установление контроля над деятельностью конкурента,
- злоупотребление господствующим положением на рынке,
- установление дискриминационных цен или коммерческих условий,
- введение ограничительных условий и агентских соглашений при сбыте продукции, определяющих, когда, кому,

- в каких количествах и на каких условиях осуществлять поставки,
- тайных сговоров на торгах,
 - ложной информации и рекламе, вводящей конкурента в заблуждение,
 - недобросовестное копирование товаров и продукции конкурентов,
 - нарушение стандартов и условий поставок товаров и услуг и др.

В теории экономического равновесия рассматриваются множество рыночных моделей, которые можно условно поделить на детерминированные и вероятностные. Первая группа рассматривает основные тенденции и закономерности, определяющие поведение спроса и предложения в идеальных условиях, которые предполагают отсутствие случайных факторов, влияющих на поведение системы. Последнее обстоятельство означает идеальную информированность субъектов рынка о его состоянии. Вторая группа моделей рассматривает рыночные отношения в условиях неопределенности, давая вероятностное описание поведения спроса и предложения.

Согласно классическому определению [3], «чистая» конкуренция (как состояние, противоположное абсолютной монополии) имеет место тогда, когда ни один из продавцов данного вида товаров не способен повлиять на цену, регулируя объем предложения. Условием такой ситуации является достаточно большое число продавцов данного товара. И напротив, монополия появляется и усиливается тогда, когда число продавцов сокращается до нескольких единиц (олигополия), двух (дуополия) и, наконец, одной (абсолютная монополия). Особенность этого классического понимания заключена в том, что, приняв за исходную форму «чистую» конкуренцию, признается неизбежность монополизации в отраслях, где предельная производительность возрастает с масштабами фирмы.

Чемберлин полагает, что «чистая»

(идеализированная) конкуренция является искусственной абстракцией и не может рассматриваться как исходная база для описания реальности [4]. Из его теории следует, что создание рыночного механизма требует, прежде всего, обеспечение следующих условий для конкуренции:

1. отсутствие преимуществ по технико-экономическим показателям крупных предприятий перед средними и мелкими;
2. отказ от директивного плана производства;
3. отказ от государственного ценового контроля предприятий.

Монополия и конкуренция – это две противоположности. В экономической литературе используются два семантически близких определения конкуренции: «чистая» и совершенная. Чемберлин отмечает, что «чистая» конкуренция – это менее широкое и гораздо более простое понятие, чем «совершенная» конкуренция, ибо последняя может быть истолкована как совершенная не только в смысле отсутствия монополии, но и во многих других отношениях.

«Чистая» конкуренция предполагает отсутствие монополии, а также стандартизацию товаров и потребителей. Выбор отдельным потребителем того или иного производителя будет случайным, а продукты однородны. Совершенная конкуренция, наряду с наличием условий существования «чистой» конкуренции, предполагает мобильность ресурсов, совершенную осведомленность и т. п.

Численность производителей одного вида товаров может быть различной: один, несколько или много производителей. Все производители являются участниками общего рынка, образуется единая цена, на которую могут оказывать влияние каждый из этих участников. Важно отметить, что с ростом числа продавцов состояние монополии плавно переходит в состояние конкуренции.

В Монголии раньше проводились многочисленные научные исследовательские работы по оценке уровня конкурентоспособности предприятий, но не проводилось оценивание конкурентоспособности в целом экономики страны и её отдельных отраслей, в частности оценки внутриотраслевой и межотраслевой конкуренции. Мы попытались дать оценку внутриотраслевой и межотраслевой конкуренции экономики страны, используя методику оценки конкурентоспособности, разработанную американскими учеными Т. Саати, К. Кернс, которая называется методикой анализа иерархий (МАИ) [5, 6-14].

Опираясь на указанную методику, на основе оценок экспертов (государственные служащие, предприниматели, исследователи) проведено парное сравнение конкурентоспособности всех отраслей экономики матричным методом [15,16]. Система показателей включает 8 характеристик:

- 1) наличие финансовых средств;
- 2) обеспеченность квалифицированными рабочими;
- 3) использование высоких технологий,
- 4) ценовая маневренность;
- 5) наличие сбытовой сети и рынка сбыта;
- 6) возможность и доступность кредитования,
- 7) эффективность рекламы и средств стимулирования сбыта,
- 8) платежеспособность основных покупателей.

Показатели степени обеспеченности оцениваются по следующему правилу: 1 – слабая, 3 – умеренная, 5 – существенная, 7 – значительная, 9 – очень сильная или превосходная. Оценки 2, 4, 6, 8 означают промежуточные решения между соседними суждениями.

В результате установления оценок конкуренции, проведенных тремя экспертами, индекс согласованности (ИС) и индекс ошибки согласованности (ОС)

попали в отрезок $4,77 \leq 6,47$, не выходящий за пределы отрезка $0 \leq 20$. При этом, предел значения индекса, равный 0, характеризует наилучший результат (табл. 1).

Если выстроить ряд индексов конкуренции между отраслями экономики Монголии по критериям, то среди всех отраслей экономики страны промышленность имеет самый высокий индекс по наличию финансовых средств (0,238). Кроме того, промышленность становится более конкурентной из-за наличия платежеспособных покупателей (0,176). Наличие сбытовой сети и рынка сбыта составляет (0,184), но ценовая маневренность и показатель доступности кредитования низки (0,04, 0,058 соответственно). Чем больше показатель, тем выше конкурентоспособность отрасли.

Сельское хозяйство является конкурентоспособным за счет основных покупателей (0,173), но не применяет рекламы и средств, стимулирующих увеличение сбыта своей продукции (0,068).

По сравнению с другими отраслями строительство имеет самый высокий индекс по возможности и доступности получения кредита (0,259).

С созданием регионального логистического центра всех видов транспорта, соединяющего крупные рынки РФ и КНР, планируется увеличение объемов транспортных перевозок в стране за счет присоединения к общей сети воздушного, автомобильного, железнодорожного видов транспорта Северо-Восточной Азии, которая занимает прочные позиции в мировой экономике.

При этом необходимо отметить, что в некоторых подотраслях инфраструктуры страны (железная дорога, авиатранспорт, производство электроэнергии и теплоэнергии, а также вся сеть линий связи: электропередачи, теплопередачи и водоснабжения) функционируют только государственные предприятия в форме естественных монополий, которые не

имеют конкурентов: они самостоятельно контролируют и устанавливают тарифы.

Отрасль телекоммуникации, информационных технологий и связи имеет

высокие показатели наличия сбытовой сети и рынка сбыта (0,246) и платежеспособных покупателей (0,181).

Таблица 1

Оценка межотраслевой конкуренции экономики Монголии

№	Критерий	Сельское хозяйство	Промышленность	Строительство	Транспорт	Связь, телекоммуни-кационно-информационные технологии	Торговля	Сфера услуг
1	Наличие финансовых средств	0,112	0,238	0,129	0,112	0,123	0,120	0,158
2	Обеспеченность квалифицированными рабочими кадрами	0,149	0,104	0,077	0,057	0,031	0,038	0,190
3	Использование высоких технологии	0,095	0,129	0,119	0,067	0,117	0,031	0,124
4	Ценовая маневренность	0,106	0,040	0,039	0,047	0,035	0,194	0,135
5	Наличие сбытовой сети и рынка сбыта	0,159	0,184	0,100	0,181	0,246	0,167	0,205
6	Возможность и доступность кредитования	0,086	0,058	0,259	0,211	0,126	0,153	0,098
7	Эффективность рекламы и средств стимулирования сбыта	0,068	0,069	0,122	0,081	0,141	0,135	0,084
8	Платежеспособность основных покупателей	0,173	0,176	0,155	0,244	0,181	0,162	0,225

Средняя оценка определяется по вектору приоритетов (X_p , $0 \leq X_i < 1$)

Однако в данной отрасли существуют проблемы недостаточной обеспеченности

квалифицированными рабочими кадрами (0,031) и низкой ценовой маневренности (0,035).

Среди всех отраслей экономики

Монголии отрасль торговли имеет высокую степень конкурентоспособности по следующим критериям:

– ценовая маневренность (0,194),

- наличие сбытовой сети и рынка сбыта (0,167),
- платежеспособность основных покупателей (0,162).

Однако в данной сфере применяются не достаточно развитые высокие технологии (0,031).

Сфера услуг имеет самую высокую конкурентоспособность по следующим критериям:

- обеспеченность квалифицированными рабочими кадрами (0,190),
- наличие сбытовой сети и рынка сбыта (0,205),
- платежеспособность основных покупателей (0,225).

Если упорядочить показатели межотраслевой экономической конкуренции страны, то сфера услуг имеет самую высокую конкурентоспособность и занимает первое место, второе торговля, третья отрасль телекоммуникации, информационной технологии и связи, четвертое транспорт, пятое строительство, шестое промышленность, седьмое сельское хозяйство (рисунок 1).

Следует отметить, что среди всех отраслей экономики Монголии самыми конкурентоспособными являются сфера услуг и оптовая и розничная торговля. Это связано с предпочтением предпринимателей работать в отраслях, в которых можно получить краткосрочную выгоду. При этом, большая доля иностранных и внутренних капиталовложений направляется в сферу услуг, торговлю, отрасль информационных технологий и связи, горнодобывающую отрасль. В связи с этим конкуренция между отраслями ужесточается из-за изменения структуры распределения производственных ресурсов (рабочая сила, финансы, технологии, менеджмент), выведение из традиционной отрасли сельского хозяйства, в том числе животноводства, в вышеназванные.

Для оценки внутриотраслевой конкуренции сельского хозяйства применяются 8 критериев (таблица 2, рисунок 1). Например, по критерию наличия финансовых средств животноводство (0,195) становится более конкурентным, чем земледелие (0,028). По наличию платежеспособных покупателей отрасль животноводство становится более конкурентноспособным (0,199), чем отрасль земледелия (0,147).

Высокий индекс ценовой маневренности и гибкости установления цен для реализации своей продукции наблюдается в отрасли земледелия (0,114), тогда как в животноводстве он ниже (0,099). Кроме того, в отрасли земледелия установлен высокий показатель по возможности и доступности кредитования (0,154), а в животноводстве он составляет (0,019). По остальным критериям обе подотрасли имеют почти одинаковые показатели.

Следует подчеркнуть, что конкурентоспособность отрасли земледелия выше, чем отрасли животноводства. Так, животноводы практически не нуждаются в кредите для расширения своего производства за исключением кредита бытового назначения для семейного потребления. Вместе с тем нет необходимости в рекламной деятельности для реализации мясной продукции, произведенной скотоводом, так как внутренний рынок насыщен мясом не в полном объеме.

Увеличению конкурентоспособности земледелия за последние годы способствует успешная реализация принятой в 2007г. государственной программы «Целина-III», направленной на поддержку развития земледелия и повышение эффективности производства земледельческих предприятий.

Таблица 2

Оценка

внутриотраслевой конкуренции отраслей сельского хозяйства Монголии

№	Критерий	Земледелие	Животноводство
1	Наличие финансовых средств	0,028	0,195
2	Обеспеченность квалифицированными рабочими кадрами	0,148	0,150
3	Использование высоких технологий	0,082	0,108
4	Ценовая маневренность	0,114	0,099
5	Наличие сбытовой сети и рынка сбыта	0,145	0,172
6	Возможность и доступность кредитования	0,154	0,019
7	Эффективность рекламы и средств стимулирования сбыта	0,077	0,058
8	Платежеспособность основных покупателей	0,147	0,199

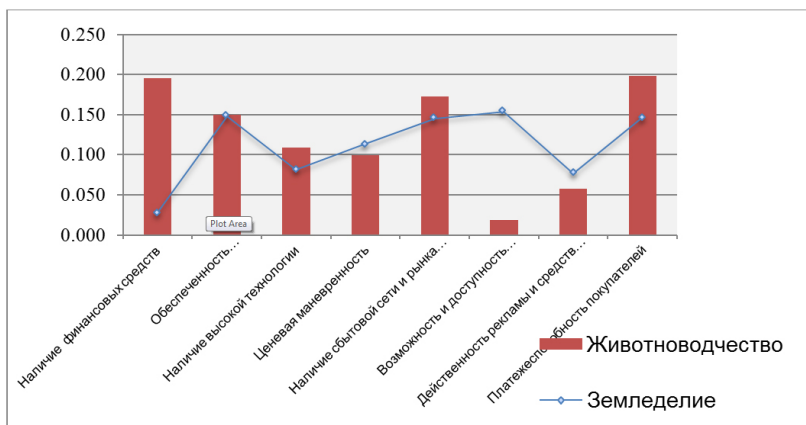


Рисунок 1. Анализ внутриотраслевой конкуренции сельского хозяйства

В рамках этой программы за последние 3 года сельскохозяйственным предприятиям были

- выделены льготные займы со стороны государства,
- предоставлены посевные семена из государственного резервного фонда под кредит,
- финансированы оборотные средства путём кредитования,
- произведены государственные закупки урожая у сельскохозяйственных предприятий.

Эти меры без сомнения дали свои

положительные результаты.

Животноводство считается традиционной отраслью Монголии, но оно основано на кочевом образе жизни производителей-скотоводов. Поэтому результаты работы более чувствительны, уязвимы и сильно зависят от природно-климатических условий страны.

Нами дан анализ внутриотраслевой конкурентоспособности промышленности по ряду критериев (таблица 3). Горнодобывающая отрасль по сравнению с другими имеет самые высокие индексы по обеспеченности финансовыми ресурсами

(0,270), высокопрофессиональными кадрами (0,133), рекламой и средствами стимулирования для реализации продукции (0,098). Обрабатывающая отрасль становится конкурентной только по критерию наличия высокой технологии (0,152). По остальным критериям она имеет средний показатель.

По сравнению с горнодобывающей и обрабатывающей, отрасль производства электро- и теплоэнергии, водоснабжения становится конкурентной по следующим критериям:

- ценовая маневренность (0,046),
- наличие сбытовой сети и рынка сбыта (0,239),

- возможность и доступность кредитования (0,070),
- наличие платежеспособных покупателей (0,201).

Отметим, эта отрасль является менее конкурентной по рекламированию и средствам стимулирования сбыта, ее показатель составил 0,037. Это связано с тем, что деятельность отрасли производства электро- и теплоэнергии, водоснабжения ориентирована только на обеспечение внутреннего рынка. Предприятия данного сектора экономики относятся к государственной собственности и монопольно устанавливают цены на свою продукцию.

Таблица 3

Оценка внутриотраслевой конкуренции промышленности Монголии

№	Критерий	Горнодобывающая отрасль	Обрабатывающая отрасль	Отрасль производства электро- и теплоэнергии, водоснабжение
1	Наличие финансовых средств	0,270	0,240	0,204
2	Обеспеченность квалифицированными рабочими кадрами	0,133	0,103	0,076
3	Использование высоких технологий	0,111	0,152	0,124
4	Ценовая маневренность	0,039	0,034	0,046
5	Наличие сбытовой сети и рынка сбыта	0,147	0,165	0,239
6	Возможность и доступность кредитования	0,063	0,040	0,070
7	Эффективность рекламы и средств стимулирования сбыта	0,098	0,072	0,037
8	Платежеспособность основных покупателей	0,135	0,191	0,201

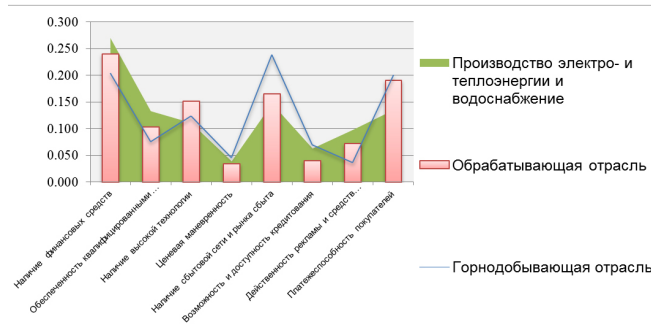


Рисунок 2. Анализ внутриотраслевой конкуренции промышленности

Другие отрасли промышленности страны (горнодобывающая и обрабатывающая) находятся в высокой зависимости от мировой конъюнктуры и имеют множество конкурентов не только на внешнем, но и внутреннем рынках. В сравнении с обрабатывающей горнодобывающая отрасль имеет более высокую конкурентоспособность. Это, прежде всего, связано с инвестиционной привлекательностью горнодобывающей отрасли, так как рост цен на продукцию (медь, золото, железная руда, цинк, уголь и т.д.) на мировом рынке вызывает рост объема иностранных инвестиций в эту отрасль. Кроме того, из-за географической близости с КНР государство имеет возможность экспортировать сырье горнодобывающей отрасли на китайский рынок по ценам ниже мировых. К примеру, в 2012 г. в географической структуре экспорта Монголии КНР заняла 92,5%, из которых 86% составляет только сырье горнодобывающей отрасли.

Следует отметить, горнодобывающая отрасль становится конкурентной в большей степени, чем обрабатывающая и отрасли производства электро- и теплоэнергии, водоснабжения. Если ранжировать отрасли по показателю конкурентоспособности, горнодобывающая занимает первое место, второе – обрабатывающая отрасль, третье – отрасль производства электро- и теплоэнергии, водоснабжения.

Чрезмерное развитие горнодобывающей отрасли за последние годы оказывает отрицательное влияние на развитие обрабатывающей отрасли и отрасли производства электро- и теплоэнергии, водоснабжения.

Следует отметить, что по мере накопления финансовых средств, получаемых за счет развития горнодобывающей отрасли, в целях повышения конкурентного преимущества промышленности страны необходимо проводить единую государственную политику. Она должна быть направлена на долгосрочное социально-экономическое развитие, основанное на достижениях научно-исследовательских работ. Это развитие поощряет рост иностранных и внутренних инвестиций в обрабатывающую отрасль промышленности страны.

При анализе внутриотраслевой конкуренции в сфере услуг самый высокий показатель конкурентоспособности почти по всем критериям имеет область банковских-финансовых и посреднических услуг. Это связано с оперативным функционированием предприятий этой отрасли, основанным на современных технологиях и методах финансового обслуживания. Эта сфера является «молодой» для Монголии, но, по сравнению с другими подотраслями, она имеет преимущество из-за наличия финансовых средств (0,182). За кратчайший срок она

укомплектовалась квалифицированными рабочими кадрами (0,215), эффективно применяет все рычаги управления: маркетинг; рекламу. Для стимулирования сбыта (0,095) устанавливает «гибкую» цену обслуживания клиентов (0,152). При наличии сбытовой сети и рынка сбыта (0,233) использует услугу кредитования (0,108) и имеет возможность оперативного предоставления высококачественного пакета услуг своим клиентам.

Следующей конкурентноспособной подотраслью является сфера услуг (таблица 4, рисунок 3), связанная с недвижимостью (продажа и аренда имущества недвижимости, риэлторские услуги). Она является сравнительно новой отраслью и становится конкурентной по критериям: наличие финансовых средств (0,167), обеспеченность квалифицированными рабочими силами (0,200), наличие высокой технологии (0,131), наличие платежеспособных покупателей (0,238), чем других подотраслей. Однако предприятия, функционирующие в этой сфере стараются применить различные методы стимулирования сбыта (маркетинговые и рекламные рычаги) (0,089), но клиенты пока ещё не очень реагируют.

Сфера бытовых услуг и жилищно-коммунального хозяйства зародилась в Монголии в 1950-х годах вместе с возникновением городов, что позволило стать традиционной подотраслью. Несмотря на это, качество обслуживания её остается низким из-за недостаточности финансовых средств (0,164) для обновления техники и технологии, отсутствия применения высокой технологии (0,129), низкой ценовой маневренности (0,141). Однако она имеет преимущество наличия платежеспособных покупателей (0,235). При этом необходимо повысить уровень профессиональной подготовки работников (0,199) и внедрять высокие технологии в свою деятельность (0,129).

Сфера страховых услуг одна из неотъемлемых ветвей финансового рынка. Однако за последние годы страховые компании стремятся расширить рынка сбыта, создать сбытовую сеть (0,203), но в их деятельности плохо используется ценовой маневренности (0,133) и наблюдается медлительность и бюрократия при выплате страховых возмещений, что обусловлено ограниченным количеством ассортимента страховых услуг.

Таблица 4

Оценка внутриотраслевой конкуренции отдельных видов услуг Монголии

№	Критерий	Гостиничные, ресторанные услуги	ЖКХ	Финансовые и посреднические услуги	Страховые услуги	Услуги по недвижимости
1	Наличие финансовых средств	0,121	0,164	0,182	0,156	0,167
2	Обеспеченность квалифицированными рабочими кадрами	0,149	0,199	0,215	0,188	0,200
3	Использование высоких технологий	0,097	0,129	0,141	0,122	0,131

4	Ценовая маневренность	0,106	0,141	0,152	0,133	0,142
5	Наличие сбытовой сети и рынка сбыта	0,160	0,214	0,233	0,203	0,217
6	Возможность и доступность кредитования	0,079	0,103	0,108	0,096	0,102
7	Эффективность рекламы и средств стимулирования сбыта	0,066	0,088	0,095	0,083	0,089
8	Платежеспособность основных покупателей	0,176	0,235	0,256	0,222	0,238

Страховые компании не могут оказать желаемые услуги клиентам, хотя показатель рынка сбыта составил 0,203, обеспеченности платежеспособными покупателями 0,222.

Среди всех подотраслей услуг самую низкую конкурентоспособность имеет сфера гостиничных, ресторанных услуг почти по всем критериям:

- наличие финансовых средств (0,121),
- применение высокой технологии (0,097),
- ценовая маневренность (0,106),
- возможность и доступность кредитования (0,079),
- действенность рекламы и средств стимулирования сбыта (0,066).

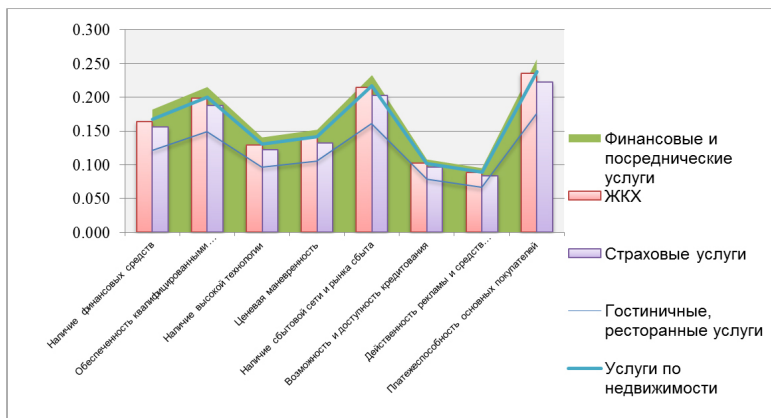


Рисунок 3. Анализ внутриотраслевой конкуренции сферы услуг

Следует отметить, эта подотрасль имеет рынок сбыта (0,160) и платежеспособных покупателей (0,176).

Отсортируем сферы различных видов услуг по показателям конкурентоспособности. Первое место занимает сфера банковских посреднических услуг; второе сфера услуг, связанная с недвижимостью; третье сфера жилищно-коммунального хозяйства и бытового обслуживания; четвертое страховые услуги; пятое гостиничные; ресторанные

услуги и общественное питание.

В заключении следует отметить, что среди всех отраслей экономики Монголии наиболее высокими конкурентными отраслями становятся такие отрасли как горнодобывающая; торговля и сфера услуг, в том числе банковские финансовые услуги, а также услуги по недвижимости (продажа и аренда имущества недвижимости, риелторские услуги), что подтверждает низкую конкурентоспособность отраслей экономики страны. Результаты

системного анализа экономики Монголии свидетельствуют о худшей структуре экономики страны, в которой доминирующую позицию занимают непроизводительные секторы.

Для повышения конкурентоспособности отдельных отраслей экономики страны необходимо предпринять ряд следующих мер:

1. разработать единый стандарт информационной системы, позволяющей установить одинаковые условия для всех предприятий независимо от форм собственности, упразднить систему различных лицензий и разрешений, препятствующую развитию честной конкуренции между предприятиями;
2. создать единую информационную базу для доступа всех предприятий в участие тендере по закупке государственных заказов, которая должна извещать, информировать и контролировать за крупными государственными закупками и выполнением государственных инвестиционных проектов;
3. разработать методiku регистрации и учета теневой экономики, которая негативно влияет на справедливую конкуренцию;
4. усовершенствовать одинаковую правовую среду для всех участников рынка и снизить вмешательство со стороны государства в экономику и предпринимательскую деятельность;
5. правильно определить конкурентную политику в увязке её с другими социально-экономическими задачами, ликвидировать бюрократию в государственных учреждениях;
6. повысит уровень знаний предпринимателей о честной конкуренции и её положительной стороне для развития бизнеса;
7. передать некоторые функции государства профессиональным ассоциациям негосударственных организаций частной собственности и т. д.

Список используемой литературы

1. Локшина С.М. Краткий словарь иностранных слов. –10–е изд., стер. – М. Рус. Яз., 1988. – 632 с.
2. Бункина М.К., Семенов В.А. Макроэкономика (основы экономической политики). – М. : АО «ДИС», 1996. – 320 с.
3. Попов Е.И. Вероятностная модель однопродуктового совершенного рынка// Проблемы равновесия и устойчивости в экономических и социальных системах : Сб. науч. тр., - Новосибирск : Наука, 1999. – С. 76–94.
4. Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции. – М. : Экономика, 1996. – 351 с.
5. Саати Т., Кернс К. Аналитическое планирование. Организация систем : Пер. с англ. – М : Радио и связь 1991. С.27-47.
6. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов.-М.: Наука, 1993.-С. 216.
7. Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции.-М.: Прогресс, 1986.- С. 172.
8. Шумпетер И. Теория экономического развития. - М.: Высшая школа., 1999.-С. 37.
9. Гелбрейт Дж. Экономические теории и цели общества: Пер. с англ. А. Кочетова –М.: Прогресс, 1976.-С.141.
10. Хайек Ф. Конкуренция как процедура открытия //МЭ и МО.-1989.-№12.-С.5-17.
11. Макконнелл К., Брю С. Экономикс: В 2т. –М.: Мысль, 1992.-С.114.
12. Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалези Р. Экономика.: Пер. с англ.-М.: Наука, 1993.-С. 98.



13. Алещенко В. В., Теоретико-методологические вопросы конкурентоспособности экономической системы. // Маркетинг в России. - 2005. - № 1.
14. Портер М. Международная конкуренция: Пер. с англ. /под ред. В. Д. Щетинина. - М.: Междунар. Отн., 2002.-С.45.
15. Б.Лхагва «Объективная необходимость и значение разработки Национальной программы по поддержке рыночной конкуренции» научный доклад. 16 апреля 2012г.
16. Т. Дорж, Д. Баярсайхан «Некоторые вопросы улучшения конкурентоспособности экономики Монголии», научная статья. Улан-Батор.: 2007.