

Розділ 1

Макроекономічні аспекти управління інноваційним розвитком

УДК: 005.21:005.332.4

Нейкова Румяна Николаева,

*д.э.н., профессор, заведующая кафедрой маркетинга и менеджмента
Высшего училища по страхованию и финансам (г. София, Болгария)*

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ – СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

В настоящей статье анализируются и обобщаются точки зрения различных авторов, раскрываются основные характеристики и условия конкурентоспособности, которые влияют на ее повышение при усиливающейся глобализации и экономическом кризисе. Исследуется роль экономической интеграции, конкуренции и бизнес климата, как определяющих условий повышения конкурентоспособности.

Ключевые слова: конкурентоспособность, стратегический фактор, экономическая интеграция, конкуренция, бизнес климат.

Постановка проблемы в общем виде. Конкурентоспособность представляет собой большой вызов («провокацию») национальным экономикам с конца XX – начала XXI века. Вопросы конкурентоспособности на глобальном (или национальном) уровне поднимались Майклом Портером еще в 1994 г. в поисках ответа о конкурентоспособности государств и наций, но в отличие от многих других новых подобных теорий экономического развития, эта теория все еще не достаточно развита. Она является определяющим фактором выживания, стабилизации и развития индустрий, а также отдельных их отраслей, подотраслей и предприятий. На европейских и мировых рынках национальная и отраслевая конкурентоспособность фокусируется на результатах деятельности предприятий и отдельных производств, с одной стороны, и конкурентоспособности предприятий и аналогичных производств, с другой стороны. Их взаимозависимость усиливается разрастающейся и углубляющейся глобализацией мировой экономики.

Цель данного исследования – проанализировать сущность и характер конкурентоспособности и вскрыть наиболее важные условия и факторы, которые влияют на ее повышение, принимая также во внимание роль экономического кризиса и результаты его воздействия на развитие национальных экономик.

Повышение конкурентоспособности, особенно в условиях экономического кризиса, следует воспринимать как ведущую стратегическую позицию для постепенного преодоления кризиса и выхода из него.

Постановка задач исследования. Исследование конкурентоспособности в условиях глобальной бизнес среды и экономического кризиса осуществляется через призму следующих постановок:

- конкурентоспособность является основным показателем, который характеризует состояние национальной, европейской и мировой экономики;
- в основе конкурентоспособности лежит свободная и лояльная конкуренция;
- конкурентоспособность – это инструмент глобализации для проникания на национальные рынки и установление возможности соперничества с конкурентами;
- опорные точки при формировании концептуальных взглядов относительно повышения конкурентоспособности следующие: знание природы глобализации и ее влияние на развитие национальных экономик и их отраслей;
- конкурентоспособность лежит в основе возможности реализации индустриального производства национального, европейского и мирового рынка;
- повышение конкурентоспособности национальной индустрии нуждается в определенной организации и подходах, которые позволяют с научных позиций проанализировать конкретные факторы и условия, которые влияют на нее, а также проследить ее динамику и изменения на европейском и мировом рынках.

Анализ последних исследований. До сегодняшнего дня исследования конкурентоспособности были направлены преимущественно на определение ее теоретико-методологических аспектов на глобальном уровне. Этот подход целесообразен при появлении новой теории, которая вплетается в реальность бизнес среды, сформированной в конце XX – начале XXI века. Подход от «глобального к конкретному» дает возможность проследить, проанализировать и использовать полезные знания, созданные учеными всего мира, и адаптировать и конкретизировать их через призму национальных экономик до специфики отдельных подотраслей и предприятий в борьбе за утверждение рынков, за выживание и процветание. Понимание мирового опыта и особенно опыта конкурентов, в условиях сильно глобализирующегося мирового хозяйства, является показателем оценки роли знания и опыта других, уважения конкурентов и возможности извлечения выгоды.

Создание фундамента и методологии конкурентоспособности на глобальном уровне, хотя и с некоторыми различиями и спорными моментами, является исходной позицией познания для исследования конкурентоспособности конкретного предприятия и отдельных производств [1, 6, 7]. На этом уровне проблемы имеют конкретный характер и нашли отражение в многочисленных публикациях исследователей и менеджеров.

Основной материал. В самых общих чертах, болгарские и иностранные публикации относительно конкурентоспособности предприятий и подотраслей условно могут быть структурированы следующим образом:

- 1) публикации, направленные на теоретико-методологические аспекты конкурентоспособности предприятий;
- 2) публикации, в которых акцент направлен на измерительные методы и подходы для оценки конкурентоспособности и потенциала ее повышения [3].

К первой группе относятся исследования, направленные преимущественно на терминологию, определения и характеристики понятия «конкурентоспособность». В этом отношении имеется большое разнообразие публикаций, потому что исследование зависит, прежде всего, от уровня управления (национального, секторного, подсекторного, предприятия или производства). Общее в этих исследованиях состоит в поисках структурных элементов конкурентоспособности, которые различны для различных уровней управления. За исключением производства определенных продуктов и услуг, где на конкурентоспособность влияет непосредственно производительность труда (существуют и другие факторы, влияние которых слабее), на всех последующих, более высоких уровнях, показатели имеют определенную степень

усреднения и обобщения, которая возрастает в направлении к национальной и глобальной конкурентоспособности. На более высоких уровнях на конкурентоспособность оказывают влияние социальные, макроэкономические, политические, транснациональные рынки.

Вторая группа публикаций относится к конкретным исследованиям методов и подходов анализа, измерения и оценки конкурентоспособности. Здесь наблюдается еще большее разнообразие, потому что с экономической точки зрения оценка конкурентоспособности через производительность труда и другие экономические показатели может привести к неточным выводам и заключениям. Часть этих исследований связана также с разработкой конкретных методик для приложения системы методов и подходов, посредством которых можно осуществить измерение и оценку конкурентоспособности.

Разработка методов оценки конкурентоспособности и потенциала ее повышения на уровне предприятия включает следующие этапы [1]:

- формирование системы показателей для оценки;
- определение стоимостных показателей;
- определение бальных оценок показателей;
- определение весовых коэффициентов показателей;
- определение взвешенных бальных оценок показателей;
- определение обобщающей оценки конкурентного потенциала предприятия.

Однако необходимо подчеркнуть, что существует серьезный дефицит практически-применяемых разработок.

В более крупных исследованиях рассматриваются теоретико-методологические вопросы, измерители, методы и подходы анализа и оценки, а также проблемы их применения [1, 2]. Конкурентоспособность не имеет однозначного определения, но в принципе связывается со способностью экономики, промышленности, ее отраслей, подотраслей, предприятий выдержать натиск конкурентов и задержаться прочно на рынках.

Исследование конкурентоспособности в условиях усиленной глобализации базируется на основных принципиальных положениях сравнительного анализа и системно-структурного подхода. Сравнительный анализ дает возможность проследить и сопоставить изменения в конкурентоспособности и их направление на различных организационно-структурных уровнях. Посредством системно-структурного подхода достигается синтез и интегрирование факторов и условий, которые влияют на конкурентоспособность. Их изучение дает возможность получить знания о ее состоянии и предпринять действия для ее повышения. В теоретическом и прикладном аспекте, конкурентоспособность как понятие, меняет свое содержание и зависит от различных системообразующих факторов, совокупность которых формируется в зависимости от уровня системы, для которой исследуется конкурентоспособность.

С научно-исследовательской точки зрения, важным моментом в процессе исследования конкурентоспособности является уточнение и прецизирование понятий, которые применяются, так как в литературных источниках существует большое разнообразие, и нет единства в используемой терминологии. Базовые понятия, которые дифференцируются согласно уровням управления, – это «конкурентоспособность» и «производительность». На каждом уровне они приобретают конкретное содержание, которое определяет подходы их исследования, анализа и оценки, как и совокупность мер их повышения при определенных условиях и ограничениях.

От производительности и конкурентоспособности зависит повышение жизненного

стандарта населення, к чему стремится каждое государство. Поэтому «единственной значимой концепцией о конкурентоспособности на национальном уровне является национальная производительность» [2]. Она, однако, зависит от способа использования ресурсов и, прежде всего, от человеческих ресурсов и ресурсов капитала, с одной стороны, и от поведения рынков (мировых, региональных и национальных), – с другой стороны.

Коренные изменения и структурные преобразования в мировой экономике, как и в национальных экономиках, были направлены главным образом на восстановление и создание условий для успешного функционирования единого глобального рынка, чтобы в его рамках развивались и несколько крупных региональных рынков, как например, рынок ЕС. Одним из самых важных условий этих рынков является свободная и лояльная конкуренция. Она является неотъемлемой частью рыночной экономики, и ее следует рассматривать во взаимосвязи с рынком, и как целостную систему. Механизм цен при рыночных условиях может функционировать эффективно только в случае, когда многие самостоятельные и независимые хозяйствующие субъекты конкурируют друг друга, чтобы занять более хорошую рыночную позицию и привлечь большее число клиентов, предлагая более качественные и более дешевые товары и услуги. Как утверждает Майкл Портер, конкурентоспособность данного сектора промышленности происходит из сочетания предпочитаемых в стране управленческих практик и моделей организации с источниками конкурентных преимуществ в этом секторе. Наличие сильных конкурентов в нем является мощным стимулом их создания. Конкуренты вынуждены уменьшить расходы, повысить качество обслуживания и ввести новые продукты и процессы.

С экономической точки зрения, конкуренция представляет собой своеобразное состязание между различными хозяйствующими субъектами для самого эффективного использования ресурсов и самой успешной организации хозяйственной деятельности с целью получения максимальной прибыли [4]. Она является одним из самых мощных двигателей хозяйственной деятельности в процессе производства, распределения, обмена и потребления товаров и услуг. В условиях усиленных интеграционных процессов и «открытия рынков», реализация произведенных товаров не обязательно должна осуществляться на внутренних рынках. На протяжении последних 20 лет хозяйственная практика показывает, что мобильность бизнеса – это одно из самых важных качеств, потому что позволяет «встречаться» интересам производителя и потребителя в «подходящем месте» для обеих сторон.

Рыночная экономика базируется на конкуренции, которая возникает всегда, когда есть свобода входа на рынок и большое число продавцов и покупателей, в результате чего отдельные субъекты не могут контролировать большую часть рынка.

В условиях рыночной экономики конкуренция выполняет три основные функции:

1) Первая функция – сопоставительная. Она влияет на развитие национального хозяйства в двух основных направлениях:

- как универсальный инструмент для сравнения эффективности отдельных подсекторов и предприятий для раскрытия и стимулирования экономически самых дееспособных между ними;

- как средство соревнования, отвечающее интересам потребителя, который выбирает поставщика, предоставляющего ему самые выгодные условия.

2) Вторая функция конкуренции – селекционирующая. Она характеризуется отсеиванием предприятий и производств, которые неспособны обеспечить лучшее качество продукции и услуг и уровень цен. В результате этого повышается общий

уровень эффективности производства. Конкуренция распространяется в рамках институциональной структуры национальных экономик, и в институционализированных рыночных общностях непосредственно влияет на их развитие. Институциональная структура, с другой стороны, посредством различных авторитетных элементов имеет возможность оказывать обратное воздействие на конкурентную борьбу. Поэтому организация хозяйственной деятельности в рыночных условиях и конкуренция находятся в соотношении, как структура и функция.

Конкуренция поощряет эффективное использование ресурсов и обеспечивает постоянный стимул для инновационных улучшений непрерывного повышения эффективности. Ее селекционирующая функция относится к отсеиванию тех субъектов на рынке, издержки которых остаются высокими; и таким способом содействует производству концентрироваться в руках тех, издержки которых более низкие. Не случайно, крупные предприятия, производящие стандартную продукцию и продукцию массового потребления, имеют наименьшие издержки на единицу изделия в результате достигнутого эффекта от масштаба производства.

3) Третья функция конкуренции – «дисциплинирующая». Присутствие альтернативных продавцов и покупателей на рынке в определенной степени заставляет предприятия считаться с желаниями потребителей и с возможностями конкурентов, искать более эффективные способы для осуществления своей хозяйственной деятельности. Предприятиям, которым не удалось обеспечить потребителей качественными товарами и услугами по конкурентной цене, понесут убытки и, в конечном счете, могут обанкротиться.

При товарном производстве конкуренция заставляет производителей снижать цены на товары, которые по своему качеству или количеству, не соответствуют в данный момент потребительскому спросу или общественной потребности. Необходимость в таком снижении является сигналом, что они произвели товары, которые или вообще не являются необходимыми, или сами по себе могут быть необходимы, но они, скажем, произведены в чрезмерном количестве ли недостаточного качества.

Конкуренция представляет собой динамический процесс. Отдельные предприятия, работающие в условиях конкуренции, представляют новые идеи и разрабатывают новые предложения на продукты и услуги для рынка. Активные предприниматели имеют шанс взять верх над конкурентами, внедряя новые разработки, и реализовать прибыль как новаторы. Вместе с тем, они принимают также и риск, если новые разработки не будут приняты (не найдут спроса) на рынке, что приведет к потерям (убыткам). Успешные инновационные разработки принуждают остальных конкурентов воспринимать их преимущества и их осваивать, если они не хотят быть в числе отстающих. Таким способом осуществляются динамические изменения, при которых старое постоянно замещается новым.

Следовательно, конкуренция является мощным стимулом для совершенствования технологии и техники производства, для превращения инновационной деятельности предприятия в «принудительный закон», причем это пренебрежение часто ему стоит очень дорого. Никто не знает точно, какие товары будут востребованы потребителем в следующий момент и какая технология производства минимизирует издержки на единицу продукции. Предприниматели свободны в своем выборе внедрять инновационные изделия или многообещающие производственные технологии. Им нужно только подкрепление инвесторов, которые намерены выделить необходимые денежные средства. С другой стороны, конкуренция увеличивает ответственность предпринимателей и инвесторов. Их инновационные идеи должны выдержать проверку

рынка относительно реальной потребности. Если потребители оценят достаточно высоко новую идею, чтобы покрыть расходы на производимый товар, новый бизнес будет процветать и преуспевать. Напротив, если потребители не заинтересованы сделать это, бизнес может провалиться.

Функциональная роль конкуренции в рыночной экономике выражается в том, что она регулируется интересом субъекта (или личным интересом индивида) и заставляет его работать для удовлетворения интересов потребителя. Решающей предпосылкой изменений в моделях рыночной экономики является непрерывно нарастающая экономическая интеграция в региональном и мировом масштабе, как и изменения в социальных характеристиках общества и его институциональной инфраструктуре, функционирующей согласно принципам корпоративизма.

Основные качественные характеристики моделей регулирования экономического развития и поощрения конкурентоспособности при рыночных условиях следующие [5]: эффективность при использовании ресурсов посредством поддержания относительной ценовой стабильности; занятость и поддержка соответствующего экономического роста; наращивание благосостояния общества при самом бесконфликтном согласовании интересов различных его групп.

Независимо от разнообразия во взглядах разных авторов, почти все придерживаются мнения, что на конкурентоспособность влияют два основных фактора – бизнес климат и внутреннее состояние предприятия (организационное и ресурсное).

Бизнес климат является определителем условий, которые создаются со стороны государства для функционирования и развития предприятий. Исследование и изучение бизнес климата создает преимущества для более быстрой оценки ситуации и принятия адекватных решений. В условиях глобализации, однако, бизнес климат приобретает новые измерения. Он становится «проводником» факторных условий от бизнес-климата к более крупной системе (ЕС, глобальный рынок и т.д.) и воспроизводит их позитивные или негативные стороны. При таком взаимном проникновении увеличиваются рискованные ситуации, и создается ситуация неопределенности для рынков и предприятий.

Внутреннее состояние предприятия формирует совокупность из факторов, которые становятся источником конкурентного преимущества. К ним относятся как производственные, так и организационно-структурные и социальные факторы. Эти основные факторы представляют собой богатую совокупность из множества взаимосвязанных и взаимообусловленных подфакторов и условий, от которых зависит конкурентоспособность. Взаимосвязанность факторов и их взаимозависимость нарастает с развитием и углублением глобализации, которая постоянно обогащается новыми характеристиками.

В условиях усиливающейся глобализации появилась и новая концепция об устойчивом приоритете и конкурентном преимуществе. Майкл Портер [2] указывает, что одной из основных причин возникновения проблем в экономическом развитии является неумение разграничивать сравнительное преимущество от нового конкурентного преимущества наций, потому что в одной глобализирующейся мировой экономике роль труда, природных и финансовых ресурсов постепенно изменяется в пользу умения организовать более производительный труд. М. Портер [2] приводит тезис, что богатство управляется производительностью, а государство обязано создавать, поддерживать и обновлять подходящую бизнес среду, которая должна помогать нации в результативном и качественном использовании ресурсов.

Выводы. В статье произведён анализ сущности и характера конкурентоспособности и раскрыты наиболее важные условия и факторы, которые влияют на её повышение,

принимая также во внимание результаты его воздействия на развитие национальных экономик.

В условиях глобализации и особенно после 2009 г., спрос и предпочтения потребителей серьезно изменились, потому что на внутренних рынках появились новые, более привлекательные и более качественные товары и услуги в результате конкуренции, которая играет стимулирующую роль на поведение местных производителей. Чтобы выжить, они были вынуждены усовершенствовать процессы производства, внедрить новые технологии, повысить квалификацию персонала, найти инвестиции и т.д. Этим подтверждается тезис, что наличие лояльной конкуренции приводит к соперничеству и постоянному соревнованию, что является полезным как для конкурирующих сторон, так и для потребителей. Революционные изменения, вызванные глобализацией в начале настоящего столетия, а также мировым экономическим кризисом, внесли свой вклад не только в обострение конкурентной борьбы, но и в борьбу за клиентов, что повышает их роль и значение в утверждении конкурентного преимущества.

1. Велев М. Оценка и анализ фирменной конкурентоспособности / М. Велев. – С., 2004. – 336 с.
2. Портър М. Конкурентното предимство на нациите / М. Портър. – С. : Класика и Стил, 2004. – 948 с.
3. Рибов М. Управление конкурентоспособности в туризме. Тракия / М. Рибов. – М. : София, 2003. – 186 с.
4. Muga T. Competing Effectively in Proceedings of the 22nd Small Business and Entrepreneurship Development / T. Muga. – Guilford, 2003. – 270 с.
5. Roland C. The Dynamics of International Competition. From Practice to Theory / C. Roland , T. Atamer, P. Nunes. – London, 2000. – 239 с.
6. «Конкурентоспособност на българската икономика 2006». – Центр исследования демократии, 2008. – 266 с.
7. Анализ конкурентоспособности болгарских промышленных предприятий. – Министерство экономики и энергетики, 2008. – 315 с.

Р.М. Нейкова

Підвищення конкурентоспроможності – стратегічний фактор економічного розвитку

У цій статті аналізуються та узагальнюються точки зору різних авторів, розкриваються її основні характеристики і умови, які впливають на її підвищення при посиленні глобалізації та економічній кризі. Досліджується роль економічної інтеграції, конкуренції та бізнес-клімату, як визначальні умови для підвищення конкурентоспроможності.

Ключові слова: конкурентоспроможність, стратегічний чинник, економічна інтеграція, конкуренція, бізнес-клімат.

R.H. Neykova

The increasing of competitiveness as a strategic factor for economic development

The competitiveness is a crucial strategic factor that characterizes the Economic development of national economy, its sectors and enterprises. In the article we have analyzed and summarized different views of different authors. We have also revealed the main characteristics and conditions that influence the increase in competitiveness through the growing globalization and Economic crisis. We have investigated the role of the Economic integration, competition and business climate as crucial factors for increasing the competitiveness.

Keywords: competitiveness, strategic factors, economic integration, competition, business climate.

Отримано 12.05.2011 р.