

Обеспечении конкурентоспособности предприятий в условиях формирования экономики знаний

Вели Мамедов

Аннотация: Статья посвящена особенностям конкурентоспособности предприятий в условиях формирующейся экономики знаний и распространения новых форм ведения бизнеса, развития сетевых, виртуальных и глобальных бизнес-структур. Анализ зависимости конкурентоспособности предприятия от умения использовать ресурсы знаний, проведенный в данной статье, показал значение управления конкурентоспособностью на основе развития научно-методического аппарата, инструментов и механизмов, выделения приоритетных факторов конкурентоспособности.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятий, экономика знаний, факторы конкурентоспособности, механизмы конкуренции, конкурентные стратегии

1. Методологическое содержание понятия конкуренции и конкурентоспособности и морфология рынка

Понятия конкуренции и конкурентоспособности широко исследованы, но продолжают активно рассматриваются в научной литературе. Это обстоятельство отражает признаваемую сложность данного предмета и управления им как явлением экономики. Отношения между субъектами экономики, складывающиеся в процессе конкуренции, отличаются такими характерными чертами, как многоуровневость, многоаспектность, обусловленность множеством факторов. Поэтому развитие научного знания о данном предмете, а также развитие исследований в области изучения конкурентоспособности продолжает ставить перед учеными новые проблемы.

В основе анализа конкуренции и конкурентоспособности находится обширный научно-понятийный аппарат. В его структуру включены базовые экономические категории, теории организации, менеджмента, стратегического управления, морфологии рынка. Но разработка теории конкурентного экономического поведения пока не может считаться завершенной. Конкуренция исследуется и как один из аспектов удовлетворения конкретных потребностей, и как борьба за потребности, или за свободные ресурсы потребителя – деньги, время, внимание и проч. Кроме того, множество практических задач, возникающих в области принятия решений, предъясняет требования к разработке проблем, связанных с вопросами обоснования принимаемых решений.

По вопросу об определении самого понятия конкуренции также пока не сформировано единой позиции, можно говорить лишь о распространенных подходах. Конкуренция понимается и как соперничество, направленное на приобретение устойчивых конкурентных преимуществ – активов, знаний, предпочтений покупателей, и как элемент рыночного механизма, и как критерий типа рынка (монополия, олигополия, монополия и проч.) [9].

Конкуренцию действительно можно рассматривать в контексте всех составляющих: в этой форме экономических отношений можно обнаружить элементы как состязательности, так и соперничества, а в совокупности объясняющих процессы конкуренции категорий найти инструменты для описания типов рыночных структур, а также отдельных механизмов и элементов рынка.

Конкуренция – не синоним состязательности, но элемент состязательности на рынке как правило присутствует. Конкуренция – элемент рыночного механизма, но не всякое общество есть рынок. Таким образом, все подходы отчасти справедливы, тем не менее, требуется выстроить систему соотношений различных понятий конкуренции и наметить границы их применимости.

Типы строения рынков известны – это монополия, олигополия, монополия и проч. (по Штакельбергу), или – совершенная конкуренция, монополистическая конкуренция, монополия и т.д. (по Чемберлину и Блейну).

Конкуренцию также совершенно справедливо можно трактовать как элемент рыночного механизма, но для частного типа рынка, для рыночной экономики А.Смита. Изменение типа экономики или типа рынка приводит к трансформации элемента рыночного механизма – иначе говоря, конкуренция как механизм может менять свою природу.

На уровне отдельных экономических агентов – предприятий, организаций – модели конкуренции проявляются в различных формах реакции на рынок – соперничество, взаимодействие, сотрудничество. Соперничество выступает не как модель поведения, а как конкретное поведение. При этом соперничество не является единственно возможным вариантом рыночного поведения, а представляет собой лишь одну из возможных моделей, вообще говоря, разных для разных структур, или морфологий рынка.

В обобщенном виде характеристика конкуренции представлена в табл. 1.

Таблица 1. Характеристика конкуренции в зависимости от уровня и аспекта рассмотрения

Уровни рассмотрения	Характеристика конкуренции
Общество, хозяйство в целом	Проявляется как необходимость действий, направленных на обеспечение ограниченными ресурсами: сырьем, энергией, доступом к информации и т.д.
Тип общественного хозяйства (рыночное, постиндустриальное, экономика знаний и т.д.)	1. Модель/модели поведения экономических субъектов, направленные на обеспечение препятствий для перераспределения базовых ресурсов данного хозяйства в пользу других субъектов: рынок, доля рынка, финансовые ресурсы, информационные ресурсы, компетенции и знания, и т.д. (свободная конкуренция (как абстракция), монополия, олигополия и т.д.) 2. Механизм взаимодействий, свойственный определенным экономическим системам (например, «невидимая рука рынка»)
Экономические агенты – предприятия, организации, домохозяйства	Определенный способ поведения экономических субъектов: – тип реакции на стресс (недостаток в окружающей среде ресурсов для развития объектов) и нарушение (повреждение объекта, приводящее к его гибели или тормозящее его рост); – тип конкурентной стратегии (силовая стратегия предложения товаров на рынок, приспособление к рынку, изменение рынка); – тип взаимодействия (соперничество отдельных экономических субъектов, соперничество цепочек/сетей субъектов, сотрудничество).

Примечание: разработано на основе: [4; 11; 13]

Как и конкуренция, конкурентоспособность также является многоплановым явлением – можно говорить о конкурентоспособности товара, услуги, процесса (в сфере производства, логистики, менеджмента и проч.), предприятия, региона, страны. В соответствии со спецификой объектной области конкурентоспособности инструментарий изучения также будет различен. В частности, при определении понятия конкурентоспособности по отношению к отдельному товару наилучшими методами исследования можно признать такие, как квалиметрия маркетинг. При исследовании конкуренции в осуществлении бизнес-процессов следует ориентироваться на измерение эффективности процессов. По отношению к предприятию наилучшим методом исследования будет характеристика качества управления, оценка его финансового состояния. По отношению к региону, территории – аспекты инвестиционной привлекательности, уровня социально-экономического развития.

2. Влияние информационной экономики на содержание и факторы конкуренции

Изменение структуры экономики, рост открытости национальных хозяйств под воздействием процессов глобализации, постепенная трансформация хозяйственных процессов сторону формирования экономики знаний приводит к изменению содержания конкуренции и конкурентоспособности. Среди факторов, влияющих на содержание и на механизмы управления процессами конкурентоспособности, наибольшее значение имеют изменения структуры цен, природы стоимости, рост виртуальной составляющей в товаре и в цене товара и рост значения быстрой подготовки, регулярной переподготовки и адаптации персонала.

Однако в условиях информационной экономики для компаний, ориентированных на динамическое инновационное развитие, конкурентоспособность заключается уже не в возведении барьеров, а скорее, в скорости осмысления изменений и опережении рынка, или, по выражению компании McKinsey, в степени «широты кругозора»: «Напротив, стратегия, базирующаяся на «широком кругозоре», сосредотачивается на создании объемной красочной картины настоящего и будущего, которая дает энергичным сотрудникам высокую степень свободы и гибкости для поиска своего шанса» [3].

Таким образом, содержание конкуренции и конкурентоспособности переосмысливается, на что непосредственно оказывает влияние распространение новых форм ведения бизнеса и разнообразных структур – сетевых, виртуальных, глобальных, формирование экономики знаний.

В цене товара компенсируются не только непосредственно природные ресурсы, или сырье, используемое в производстве, но и во все большей мере – затраты на вывод продуктов на рынок, в т.ч. в форме выплат владельцам интеллектуальной собственности разного рода лицензионных отчислений [14].

Сегодня конкурентоспособность не ограничивается текущим трудом или доступом к природным и финансовым ресурсам, но обязательно включает также ранее созданные интеллектуальные продукты – реальные технологии, виртуальные продукты, имиджевые торговые марки и проч.

Вместе с тем нельзя утверждать, что доступ к дефицитному сырью становится все менее значимым фактором конкурентоспособности. На рынках дифференцированных, сложных, уникальных, быстро меняющихся товаров ценовая конкурентоспособность сменяется имиджевой, качественной, основанной на индивидуализированном сочетании потребительских качеств продукции. Кроме того, сложные товары изначально «монополизированы» тем, что вход на рынок для них, как правило, затруднен.

3. Изменение характера конкурентных стратегий в условиях формирования экономики знаний

Изменение факторов конкурентоспособности меняет конкурентные стратегии. В условиях технологического усложнения и роста «научно-технической нагруженности» большинства современных товаров начинается распространение модели модифицированной конкуренции – так называемой «кооперации» (в западной практике – *coopetition* [17]. Появление этого нового термина обязано игре слов: *competition* – конкуренция и *cooperation* – сотрудничество; «кооперация».

Контроль над природными и финансовыми ресурсами уступает приоритет владению и контролю над интеллектуальными и нематериальными активами – результатам научно-технических разработок, финансовой и торговой инфраструктуре, глобальным сетевым структурам, системе продвижения продукции на рынки, торговым маркам и т.п [14]. Например, такая характеристика товара, как «обеспечивается рекламной поддержкой на федеральном уровне» является значимым аргументом в коммерческих переговорах.

В настоящее время можно заметить новые ресурсы, становящиеся предметом конкуренции, как и новые формы конкуренции. Например, усиливается борьба за внимание потребителей. Состязательность, проявляющаяся как борьба за доступ (за ограничение доступа) к материальным, финансовым ресурсам дополняется борьбой за ресурс внимания. В тех случаях, когда материальный, вещественный состав продуктов мало отличается, отличия концентрируются во внимании, которое потребитель уделяет продукту, в этом проявляется «экономика внимания».

Помимо обозначения ресурсов, которые являются предметом конкуренции, следует также охарактеризовать механизмы управления конкурентоспособностью в разных контекстах – с точки зрения интересов экономических субъектов, организационно-институциональных условий, технических и технологических параметров. Данная характеристика приводится нами в таблице 2, применительно к разным уровням экономической системы.

Таблица 2. Механизмы управления конкурентоспособностью

Контекст рассмотрения конкуренции Уровень конкурентоспособности	Интересы экономических субъектов	Организационно-институциональные условия	Технические и технологические параметры
Глобальный	Зависит в значительной степени от политических установок и условий. Прямое регулирование, установление тарифов, квот, курсов и проч.	В рамках консенсуса Международные организации по профилю деятельности (ОПЕК, ВТО, ЕС)	Регулирование доступом на международные рынки, может носить дискриминационный характер. Международные стандарты качества продукции, ведения бизнеса (ИСО 9001-2000, нормативы экологичности, нормы токсичности – ЕВРО 3, 4, 5 и т.д.)
Национальный	Определяется общественным строем, политической структурой. Установление «правил игры» – параметров финансовой, налоговой, таможенной и т.д. систем	В рамках базовых установок общественного строя, использование государственно-частного партнерства Национальные организации по профилю деятельности, законодательное регулирование (сертифицирующие органы, Роспатент, законодательство, например закон "О техническом регулировании")	Определение требований к присутствию на рынках Национальные стандарты качества (технические условия – ТУ, ГОСТы)
Региональный	Определяется делегированием полномочий, из федерального центра на региональный уровень и местным законодательством. Установление региональных «правил игры» – льготного налогообложения (в части региональных и местных налогов)	Использование природно-климатических особенностей, ресурсная база, менталитет. Формирование удобной инфраструктуры (коммуникации, транспорт, логистика, трудовые ресурсы)	Регулирование доступом и присутствием на рынках. Выдача разрешений, лицензий, стимулирование производства определенных товаров и услуг и проч.
Организация, предприятие, сетевая структура	Определяются внутренними характеристиками организации – интересами собственников их пониманием стратегических направлений развития предприятия Пропорции развития (стратегия, политики – рыночная, инвестиционная и т.д.)	Оптимальные с точки зрения предприятия организационные формы в рамках действующего законодательства (на уровне предприятия в целом и самостоятельных подразделений). Регулирование структурных параметров развития, внедрение новаций в организационном развитии, оптимизация бизнес-процессов. У сетевой структуры – тиражирование схем ведения бизнеса	Регулирование ассортимента, параметров качества, внедрение инновационных технических и технологических решений. В сетевой структуре – эффект масштаба.

Контекст рассмотрения конкуренции Уровень конкурентоспособности	Интересы экономических субъектов	Организационно-институциональные условия	Технические и технологические параметры
Виртуальное предприятие, временная проектная группа	Определяется отлаженностью бизнес-процессов. Использование новых коммуникационных возможностей для организации ведения бизнеса. Снижение издержек и динамичность за счет непостоянства и трансформации организационной структуры. Больше применимо к производству товаров и услуг с высокой долей виртуальности и развитой логистикой.	Возможность неформального или не вполне формального согласования интересов и обеспечения жизнеспособности предприятия без жесткой организационной связности. Формирование баз знаний, форматов и опыта дистанционного и неформального ведения бизнеса.	Регулирование ассортимента, параметров качества. Высокий уровень автоматизации взаимодействия, территориальная распределенность, гибкая ассортиментная политика, быстрая адаптация производства к меняющимся условиям и особенностям партнеров по бизнесу. Использование новых возможностей телекоммуникаций для взаимодействия между партнерами, для организации производства и логистики, управления параметрами качества, внедрением инновационных технических решений.
Товар, услуга	Извлечение прибыли из платежеспособного спроса. Выявление и формирование спроса, организация производства и продвижение на рынке.	Ограничения, запреты в производстве и потреблении отдельных видов товаров. Оптимизация и совершенствование товаров и услуг, позволяющая повысить спрос на них, получить экономии издержек, предложить новую функциональность.	Регулирование параметров качества, соответствие функциональности спросу на рынке. Соблюдение стандартов качества, производство с учетом инновационных технических решений, параметров продуктов выше, чем у конкурентов.

Примечание: разработано на основе: [1; 10; 12].

Отметим среди тенденций с сфере формирования конкурентных стратегий в условиях информационного общества такую интересную новую форму поддержки конкурентоспособности и одновременно определенной альтернативы накопления множества компетенций, как развитие консалтинг. Современный консалтинг превращается в высокоэффективный инструмент формирования и сопровождения компетенций. Распространенной задачей этого бизнеса становится сопровождение инновационных (инновационных в широком смысле – организационных, инженерных и технологических решений, бизнес-идей, стратегий.[8]). Новые управленческие задачи расширяют предметную область консалтинга в сторону организации и управления процессами внедрения новаций в практику, т.е. в сторону поддержки конкурентоспособности предприятий.

Новыми организационными формами, оказывающими влияние на конкурентоспособность, становятся также предприятия с разной степенью виртуализации границ – временные проектные группы; предприятия, образующие цепочки, т.е. предприятия с переменной структурой. Этот процесс отличается рядом противоречий, т.к. одновременно с гибкой структурой на рынке востребованы компании с историей, сложившейся репутацией и именем, с подтвержденными компетенциями (например, в ситуациях с объявленными тендерами). В этих ситуациях формируется компания – системный интегратор, организующая работу проектных групп и творческих коллективов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Активное развитие и распространение новых форм ведения бизнеса и разнообразных структур – сетевых, виртуальных, глобальных – закономерно трансформирует содержание процесса конкуренции, увеличивают зависимость конкурентоспособности предприятия от умения использовать ресурсы знаний. Факторами обеспечения конкурентоспособности становятся все чаще не материальные активы, а люди как носители компетенций – знаний, идей и организации как носители компетенций – организационных структур, динамических способностей, систем управления. Роль собственно операционной деятельности как

фактора конкурентоспособности снижается (в том числе в части географической компоненты), более важными становятся организационные, финансовые, маркетинговые аспекты, коммуникации, информационное взаимодействие, логистика.

В настоящее время происходит усиление конкуренции за компетенции и идеи, что является одной из черт экономики знаний. Консалтинговая и образовательная деятельность выступают инструментами роста конкурентоспособности предприятий.

Приоритет отдается «готовым специалистам», что способствует росту рынка обучения, бизнес-образования, использования консалтинговых услуг. Экономика знаний выступает одновременно и базой, и инфраструктурой конкурентоспособности, т.к. знания преобразуются из дополнительного конкурентного преимущества в основу создания новых продуктов и спроса на них.

ЛИТЕРАТУРА

- [1]. Афанасьев М. Мировая конкуренция и кластеризация экономики // Вопросы экономики.–2005.–№4.–С.75–86.
- [2]. Бирбраер Р.А., Альтшулер И.Г. Основы инженерного консалтинга. Дело – 2005. – 207с.
- [3]. Койн К., Буарон Р., Фостер Р, Бхайд А. Как превзойти конкурентов // Вестник McKinsey–2002. №1–<http://www.mckinsey.com/russianquarterly>
- [4]. Конкурентоспособность России в условиях «новой экономики»: сб. науч. работ / Под ред. Д.Н. Землякова, Т.Н. Леоновой; Университет упр.–М., 2005.
- [5]. Макализ Д. Экономика бизнеса. Конкуренция, макростабильность и глобализация. –М.: Бином. 2007. – 695 с.
- [6]. Макаров В.Л. Экономика знаний как социокультурный феномен. Сер. «Философская панорама начала XXI века» // Российская академия государственной службы при Президенте Российской Федерации. – М.: Изд-во РАГС, 2006 – 28 с.
- [7]. Методологические проблемы интегрированного консалтинга: Антология. – М.: Изд-во: Кватро-Принт, 2006. – 320 с.
- [8]. Рубан О. Убить противоречие // Эксперт – 2007. – №48. – С. 80–85.
- [9]. Салихова Я.Ю., Светульников С.Г. Формирование маркетинговых стратегий в условиях конкуренции.–СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2007.–143с.
- [10]. Светульников С.Г. Информационное обеспечение управление конкурентоспособностью // Бизнес и банки.–2004.–№1
- [11]. Туманова Е.А. Макроэкономика. Элементы продвинутого подхода / МГУ им. М.В. Ломоносова. Экон. фак.–М.: ИНФРА, 2007.
- [12]. Черников А.А. Планирование развития конкурентоспособности предприятия // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 6. Экономика. – 2007. – №3. – С. 57–66.
- [13]. Шпотов Б. О современных теориях конкурентных преимуществ и отраслевого лидерования // Проблемы теории и практики управления–2001–№3.
- [14]. Явлинский Г.А. Перспективы России. – М.: ГАЛЛЕЯ-ПРИНТ, 2006. – 143 с.
- [15]. Ten steps to maturity in knowledge management: lessons in economy / J. K. Suresh – Oxford: Chandos, publ., 2006.–XXI, 222с.
- [16]. <http://en.wikipedia.org/wiki/Coopetition>
- [17]. <http://en.wikipedia.org/wiki/Coopetition>, <http://mayet.som.yale.edu/coopetition/index2.html>

За контакти:

Вели Мамедов - докторант по программе «Ерасмус Мундус», Технический Институт имени Александра Македонского, г. Салоники, Греция

Докладът е рецензиран.