важная способность

обеспечение конкурентоспособности в условиях построения экономики знаний

В условиях глобализации проблема конкурентоспособности предприятий, товаров и услуг и в целом экономики России выходит на первый план. Конкурентоспособность объекта – это его возможность конкурировать с аналогичными объектами на данном рынке в данное время. Конкурентоспособность – понятие относительное, основанное на сравнении определенных способностей и свойств одних объектов определенного рода с другими.

Вависимости от объекта различают конкурентоспособность государства, региона, предприятия, продукции и т.д. Это не просто виды конкурентоспособности, это связанные между собой уровни конкурентоспособности. Государство не может быть конкурентоспособным, если значительная часть его хозяйствующих субъектов не является таковыми. И, наоборот, развитое государство создает условия для успешной деятельности своих экономических агентов. Они, обладая способностью вести борьбу на рынке, использовать свои преимущества, создают конкурентоспособную продукцию/услуги.

Конкурентоспособность не является ни самоцелью, ни задачей. Она представляет собой эффективное средство повышения уровня жизни и улучшения общественного благосостояния. Конкурентоспособным может быть только то государство, которое обеспечивает:

- эффективное функционирование экономики,

Разинкина И.В.

ассистент Столичной финансовогуманитарной академии, г. Москва

российское **п**редпринимательство, 2007, № 8(2)

- высокий уровень жизни населения,
- безопасность жизни населения,
- экономический рост.

Характеризуя конкурентоспособное государство, представляется необходимым выделить следующие аспекты:

- 1) необходимость обеспечения инновационного развития всех сфер общественной жизни (экономика, политика, социальная сфера, наука, образование),
- 2) необходимость развития инновационной характеристики человеческого капитала государства.

Таким образом, определяя черты конкурентоспособного государства, на первый план выдвигается его способность производить инновации, внедрять их и эффективно использовать. Инновационность в настоящее время является обязательным условием эффективности и качественного развития. Конкурентоспособная экономика – это экономика, основанная на знаниях.

Конкурентоспособность предприятия связана со способностью производить товары, удовлетворяющие потребителей по основным параметрам и в связи с этим являющиеся привлекательными для них.

Конкурентоспособность предприятия определяется его способностью к инновационному развитию, охватывающему все сферы (производственную, финансовую, кадровую, управленческую и пр.), возможностью быстрого и четкого реагирования на внешние и внутренние изменения и обеспечения эффективности проводимых мероприятий, что является залогом успешной деятельности сегодня и обеспечивает потенциал для будущего развития.

В данном определении совмещаются четыре характеристики конкурентоспособности, являющиеся наиболее важными:

- инновационная политика предприятия имеет первостепенное значение, т.к. именно активное и постоянное внедрение нововведений может обеспечить конкурентные пре-имущества предприятию;

инновационность в настоящее время является обязательным условием эффективности и качественного развития

экономика знаний

у каждой страны в глазах потребителей сложился определенный образ

- компания должна не просто быстро реагировать на происходящие изменения в потребительских предпочтениях, в предложениях конкурентов, во внешних и внутренних условиях функционирования, но уметь их предвидеть, прогнозировать;
- ведущим критерием оценки возможной реакции на изменения должна быть эффективность:
- будущий успех предприятие должно начать создавать в настоящем. Видя потенциал предприятия, мы можем говорить о его конкурентоспособности.

Считая важнейшим условием достижения конкурентоспособности инновационную составляющую, нами предлагается следующее определение данного понятия.

Конкурентоспособность продукции это совокупность характеристик (цена, качество, система поддержки при реализации и использовании) продукции, которые обеспечиваются применением новых инновационных технологий и которые делают продукцию более предпочтительной для потребителей по сравнению с аналогичной продукцией других производителей.

Факторами, определяющими конкурентоспособность продукции, являются:

- 1. Качество.
- 2. Уровень обслуживания.
- 3. Цена потребления. Она включает в себя цену купли-продажи и затраты, связанные с использованием по назначению (доставка, установка, наладка, на энергоносители, на обучение персонала, утилизацию и пр.).
- 4. Имидж производителя. Нет сомнений в том, что имидж предприятия в значительной степени определяется конкурентоспособностью предприятия, и наоборот, уважение и доверие потребителей является одним из факторов конкурентоспособности производителя.
- 5. Имидж страны-производителя. Часто потребители не имеют представления о предприятии-производителе продукции, и тогда на первый план выходит страна-производи-

тель продукции. У каждой страны в глазах потребителей сложился определенный образ (например, Германию связывают с высоким качеством, Японию – с точностью и высокими технологиями, Китай – с приемлемой ценой и т.д.).

Исследуя зависимость конкурентоспособности от инноваций, нельзя не рассмотреть *терминологическую сущность* данного понятия, что позволит нам более четко определится в механизмах их связывающих.

Проблема изучения инноваций как самостоятельного объекта исследования возникла в результате признания инноваций как важнейшего фактора достижения конкурентных преимуществ в рыночной экономике.

Существует два основных подхода к определению понятия «инноваций». Одна группа ученых полагает, что инновация – это *процесс*, другая – *результат*.

Зачастую понятия «новшество», «нововведение», «инновация» отождествляются, однако их необходимо разграничить.

Идея (открытие, изобретение) – любой продукт интеллектуального труда. Новшество – это идея, успешно прошедшая фундаментальные, прикладные, экспериментальные исследования, разработки, еще не внедренная в производство какого-либо продукта или создание какой-либо услуги, но обладающая потенциалом повысить эффективность и обеспечить конкурентоспособность.

Инновация — это то новшество, в результате внедрения которого в производство какоголибо продукта или услуги был получен комплексный эффект и обеспечено конкурентной преимущество.

Проведенный анализ показал всю сложность и многообразие смыслов, которые вкладываются в понятие «инновации». В предлагаемой трактовке данного термина сделана попытка структурировать терминологическую сущность этого понятия. Представление определения инноваций в виде блок-схемы, с одной стороны, облегчает восприятие, с другой,

Германию
связывают
с высоким
качеством,
Японию –
с точностью
и высокими
технологиями,
Китай –
с приемлемой ценой



Рис.1. Схема-определение инноваций.

сохраняет глубину содержания данной экономической категории (рис.1).

Из приведенной выше схемы видно, что процесс реализации инноваций — это, фактически, осуществление изменений. Так как они основаны на внедрении новой техники, технологии, новых методов организации труда и управления, то могут вызывать серьезное сопротивление персонала организации. Чем выше степень новизны производимых перемен, тем сильнее сопротивление им.

Преодоление сопротивления внедрению инноваций возможно следующими основными способами:

- воспитанием у персонала стремления к знаниям, совершенствованию, к изменениям, направленным на создание чего-то нового и прогрессивного.
- созданием постоянно действующей системы прогнозирования, внедрения и использования инноваций.

Активное внедрение инноваций, ориентация на развитие, самосовершенствование, воспи-

чем выше степень новизны производимых перемен, тем сильнее сопротивление им тание ценности знаний, обучения, творческого начала на всех уровнях организационной структуры является залогом устойчивого развития и успеха в конкурентной борьбе.

Литература

- 1. Фатхутдинов Р. А. Стратегическая конкурентоспособность. М.: Экономика, 2005. 504 с.
- 2. Аристов О. В. Конкуренция и конкурентоспособность. – М.: Финанстатинформ, 1999. – 142 с.
- 3. Бландиньер Ж-П Реиндустриализация России: насколько пригоден европейский опыт // Экономист. 2005. №5.
- 4. Медведев Г. А. Инновации, конкурентоспособность и эффективность организации. М.: ИКЦ «Маркетинг», 2004. 414 с.
- 5. Конкурентоспособность производства: проблемы и пути решения: Монография / В. Н. Родионова, О. Г. Туровец, Н. В. Федоркова и др.; Под ред. В. Н. Родионовой. Воронеж: Воронежский государственный технический университет, 2004. 214 с.

1200

I.V. Razinkina.

Assistant of the non-government Educational Institution of High Professional Education Metropolitan Academy of Finances and Humanities

Ensuring competitiveness in building knowledge economy

be article studies the dependence of different competitiveness levels (state, enterprise, and product) on the implemented innovation policy. It validates the significance of innovativeness for the attainment of the high level of competitiveness. The characteristics of a competitive country are identified. The concepts of the competitiveness of an enterprise and a product in terms of the significance of the influence of innovation factors are specified. The term "innovation" is defined, which helps to identify the mechanisms connecting innovations and competitiveness.