

- научно-практической конференции. Орехово-Зуево 31 марта-1 апреля 2015 г. Научное издание. - Орехово-Зуево, МГОГИ. 2015. С.123-128 ISBN 978-5-87471-182-185.
3. Каменских Н.А. Совершенствование механизма защиты предпринимательства на муниципальном уровне. Права и свободы человека и гражданина: теоретические аспекты и юридическая практика материалы ежегодной Международной научной конференции памяти профессора Феликса Михайловича Рудинского. Издательство: Общество с ограниченной ответственностью. Издательство «Концепция» (Рязань). 2015. С. 375-377.
 4. Корчин О.П. Инновационный менеджмент: учебное пособие / О.П. Корчин, И. В. Макарова, А.Б. Юрасов; Министерство образования и науки Российской Федерации, Московский государственный индустриальный университет – Москва: Изд-во МГИУ, 2012. – 281с.
 5. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года (утверждена распоряжением Правительства РФ от 17 ноября 2008 г. N 1662-р). Система ГАРАНТ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://base.garant.ru/194365/#block_1000#ixzz3s4pB83is
 6. Официальный интернет-сайт Министерства экономического развития Российской Федерации (www.economy.gov.ru).
 7. Плитман А. Технопарки: в ожидании инновационного прорыва [Электронный ресурс]. – Электронный журнал – Выпуск №14 (409), 09.10.2013г. – Режим доступа: <http://www.crn.ru/numbers/reg-numbers/detail.php?ID=84105>

Современные концепции конкурентоспособности

Шарян Э.Г., к.э.н., доцент
Университет машиностроения,
Институт непрерывного образования,
кафедра «Менеджмент организации»
г. Москва, Россия
sharyan-emma@mail.ru, +7(495)276-37-22

Аннотация. В данной статье рассматривается вопрос становления современной концепции конкурентоспособности, оперируя такие понятия как компетенция, интеллектуальное лидерство, со-конкуренция и т.д.

Ключевые слова: концепция, конкурентоспособность, эволюция.

С развитием мирового хозяйства и неизбежным изменением условий, в которых функционируют предприятия, происходит смена представлений о конкурентоспособности. Идёт постоянный поиск новых источников конкурентных преимуществ, новых методов оценки и способов повышения конкурентоспособности.

В ходе эволюции представлений о конкурентоспособности, содержание этого понятия значительно менялось, трансформировались подходы к нему. Вместе с тем, как изменялись социально-экономические условия, усложнялись отношения между предприятиями, к основным источникам конкурентоспособности добавлялись новые факторы. Что характерно для научного знания, смена этапов не обязательно означает полного отказа от тех идей, которые были лидирующими на предыдущих этапах. Идеи авторов различных направлений взаимопроникают/синтезируют друг в друга, а их методы исследования комбинируются.

Остановимся подробнее на трёх последних концепциях.

Стимулом к разработке новых теорий конкурентоспособности можно считать ставшие уже легендарными, выдающиеся достижения компаний (таких, как Intel, Hewlett-Packard, Microsoft, Motorola, Honda, Wal-Mart), чьи финансовые и технические возможности вначале значительно уступали показателям лидеров.

В своей книге «Конкурируя за будущее» ("Competing for the Future"), изданной в 1994 году, Гари П.Хамел и К.К.Прахалад также пытаются определить ключевые параметры

конкурентоспособности. Авторы оперируют такими понятиями, как *интеллектуальное лидерство, стержневые компетенции, базовые функциональные свойства*.

Уже из названия книги видно, что главная роль отводится ориентации на будущее, которое, по мнению исследователей, начинается сегодня: «Формулировать представления о желаемом будущем, и создавать его в соответствии с этим видением» – таков девиз Гари П.Хамела и К.К.Прахалада. Таким образом, речь идёт о конкуренции в долгосрочном плане.

Залогом долговременного успеха является *интеллектуальное лидерство*, а не материальные ресурсы, не доля рынка и даже не благоприятное положение компании на настоящий момент. Под интеллектуальным лидерством понимается способность предвидеть будущее, умение разглядеть новое рыночное пространство, которого еще нет, и начать создавать его. Это поиск новых областей исследования, выявление «белых пятен» и их освоение.

Согласно Г. Хамелу и К.К. Прахаладу, компания – это, по сути, сочетание ключевых компетенций. *Стержневые компетенции* авторы определяют как «навыки и умения, воспроизводство которых конкурентами чрезвычайно затруднено, которые высоко ценятся потребителями и могут найти применение на различных рынках». Из чего следует, что ключевые компетенции имеют смысл только в связи с потребностями потребителей. То есть конкурентоспособность напрямую зависит от ориентации на потребителя.

Исторически подходы к конкурентоспособности формировались следующим образом:

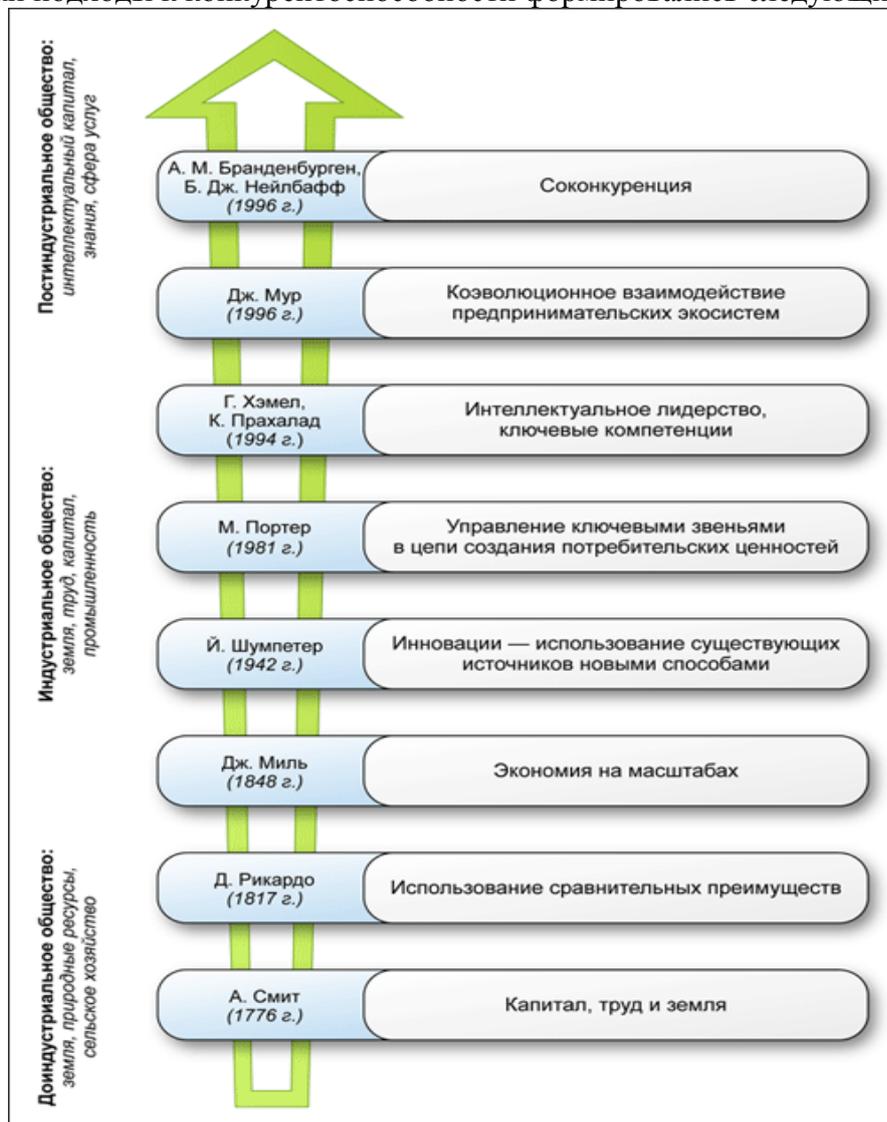


Рисунок 1 - Основные этапы развития понятия «Конкурентоспособность» [1]

Помимо уникальных ключевых компетенций, для компании важно также осознавать *базовые функциональные свойства* своих товаров и услуг. Цель – научиться видеть не

продукты и услуги как таковые, а полезные свойства этих продуктов и услуг. Этот принцип отражает всё тот же ориентированный на потребителя подход и характеризуется переходом от вопроса "Что такое наш продукт или наша услуга?" к "Какие ценности или выгоды доставляют потребителям существующие продукты и услуги?" Такой подход позволяет предприятиям обнаруживать новые возможности.

Конкурентоспособность имеет более сложную, многофакторную структуру, чем полагают авторы. Требуется нечто большее, чем способность предвидеть будущее, чтобы претворить видения в жизнь (стать первым, не означает победить).

Следующая концепция конкурентоспособности принадлежит Джеймсу Ф.Муру, она отражена в его книге "The Death of Competition", вышедшей в 1996 году.

Дж. Мур вводит понятия *предпринимательских экосистем* и *коэволюции*. Он обращает внимание на то, что современной деловой среде присущи некоторые черты живой экосистемы. Конкуренция, с его точки зрения, больше не является единственным видом взаимодействия, она существует наряду с *эволюцией* и *кооперацией*. Предприятия, по его мнению, не только ведут борьбу за долю рынка, но и изыскивают способы сотрудничества.

Сегодня фактически ни один продукт не производится исключительно на одном предприятии. Предприятия по всему миру кооперируются. Компании транснациональны – они уже не мыслят категориями отдельных государств. Volvo, например, как многие другие промышленные гиганты выбирают лучших поставщиков и дизайнеров по всему миру, где бы те не находились.

Мур выделяет четыре стадии, которые проходят все предпринимательские экосистемы:

- основание экосистемы;
- расширение экосистемы;
- установление господства в созданной экосистеме;
- обновление или смерть.

Таким образом, основные действия компании по сохранению конкурентоспособности сводятся к своевременному реагированию на проблемы, присущие конкретной стадии эволюции экосистемы.

И ещё один интересный подход к конкурентоспособности можно найти в работе "Co-opetition" Адама М. Бранденбургера и Барри Дж.Нейлбаффа, опубликованной в 1996 году. Они считают бизнес единым процессом взаимодействия субъектов, при котором наблюдаются одновременно и тенденции борьбы, и тенденции сотрудничества.

Концепция Бранденбургера и Нейлбаффа призывает предпринимателей совмещать конкуренцию с сотрудничеством, а для достижения успеха необходимо действовать в рамках так называемой *со-конкуренции*.

Для описания со-конкуренции субъектов экономики исследователи применили математическую теорию игр. «Теория игр, - по мнению, Бранденбургера и Нейлбаффа, - позволяет выйти за пределы слишком простых идей конкуренции и сотрудничества и достичь понимания со-конкуренции».

Изменение игры в бизнес начинается с изменения ее *составных частей (parts)*. В любой игре есть пять основных элементов.

1. Игроки (**P**layers) - участники игры.
2. Добавленные стоимости (**A**dded values) - ценности, внесенные в игру ее участниками.
3. Правила (**R**ules) - нормы, управляющие ходом игры.
4. Тактика (**T**actics) - ходы, которые делают игроки для приобретения преимуществ.
5. Масштабы (**S**cope) - границы, пределы игры.

Вывод

Сегодня конкурентоспособность является одной из главенствующих интегральных характеристик, которые применяются для анализа экономической ситуации как в целом в народном хозяйстве России, так и конкретного предприятия в частности. В целом, ее применяют в качестве критерия оценки и эффективности экономической деятельности хозяйствующих субъектов.

Литература

1. Мельников В. Конкуренентоспособность: эволюция взглядов. (<http://mevish.ru>)
2. Классики менеджмента. (<http://www.hrm.ru>)

К вопросу повышения международной конкурентоспособности российских вузов

Ширяев Д.В., к.э.н.

Университет машиностроения

Гуманитарно-экономический институт им. В.С.Черномырдина,
кафедра «Менеджмент»

г. Москва, Россия

shdmit@yandex.ru, +7(495)644-16-73

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению вопросов повышения конкурентоспособности российских вузов на международном уровне. Сделан обзор мест российских университетов в международных рейтингах, уделено внимание развитию независимой национальной рейтинговой оценки качества образования, даны конкретные рекомендации по организации национальных рейтингов в целях повышения глобальной конкурентоспособности российских вузов.

Ключевые слова: глобальная конкурентоспособность, рейтинг университетов, критерии качества образования, рейтинговая методика

В целях повышения показателей глобальной конкурентоспособности и увеличения количества российских вузов, занимающих высокие места в мировых рейтингах наиболее успешных с точки зрения качества образования университетов, в 2014 году Министерством образования и науки РФ четырнадцать ведущих университетов страны получили средства из федерального бюджета в размере 10,5 млрд. рублей на реализацию «дорожных карт» по повышению их конкурентоспособности на международном уровне и с целью реализации перспективы вхождения к 2020 году в первую сотню мировых рейтингов ведущих университетов мира.

По итогам 2014 года в рейтинге QS World University Rankings количество российских университетов увеличилось до 21 (из них 16 – ведущие вузы России). Для сравнения в 2011 году их количество составляло 13 (из них 10 – ведущие вузы). Самое высокое место в рейтинге 2014 г. среди российских вузов занял МГУ им. М.В. Ломоносова (114 место).

Согласно другому признанному мировым сообществом рейтингу МГУ им. М.В. Ломоносова стал единственным российским вузом, который в 2011–2014 гг. входил в сотню Шанхайского рейтинга университетов (Academic Ranking of World Universities).

По итогам прошлого года 2 российских университета вошли в число четырёхсот ведущих университетов мира в рейтинге Таймс (The Times Higher Education World University Rankings). Наиболее высокое место занял МГУ им. М.В. Ломоносова - 196 место, затем следует Новосибирский национальный исследовательский государственный университет – 301 место.

В первой сотне рейтинга Таймс World University Rankings by Faculty в области естественных наук в 2014 г. оказались 3 российских университета: МГУ им. М.В. Ломоносова, который занял 56-е место, Новосибирский национальный исследовательский государственный университет, занявший 85-е место и МИФИ с 95-м местом в рейтинге. В том же рейтинге, только в области инженерии и технологиям МГУ им. М.В. Ломоносова оказался на 66-м месте.

Минобрнауки стало одним из инициаторов создания рейтинга университетов стран БРИКС (проект QS). В этом рейтинге количество российских университетов, попавших в первую сотню рейтинга увеличилось с 19 в 2013 году до 20 в 2014 году. Сто касается ТОП-200 рейтинга, в 2014 году в неё вошли 53 российских университета.