

**НИЖЕГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМ. Н.И.ЛОБАЧЕВСКОГО**

На правах рукописи

Крючков Денис Владимирович

**КОНКУРЕНЦИЯ
КАК СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС**

Специальность: 22.00.03. экономическая социология и демография

*Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук*

Нижний Новгород — 2004

Работа выполнена на кафедре прикладной социологии факультета социальных наук Нижегородского государственного университета им. Н.И.Лобачевского.

Научный руководитель: доктор экономических наук,
профессор **В.Д. Козлов**
Научный консультант кандидат социологических наук,
доцент **Н.Н. Иващенко**

Официальные оппоненты: доктор экономических наук,
профессор **Л.В. Новокшнова**
кандидат социологических наук,
П.И. Куонков

Ведущая организация: Московский государственный институт
международных отношений
(университет)

Защита состоится 17 июня 2004 года в _____ часов на заседании Совета Д.212.166.14 по защите диссертаций на соискание ученой степени доктора социологических наук в Нижегородском государственном университете им. Н.И. Лобачевского по адресу:

603600, г. Нижний Новгород, Университетский переулок, д.7, ауд. 203.

С диссертацией можно ознакомиться в фундаментальной библиотеке Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского

Автореферат разослан

2004 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
кандидат социологических
наук, доцент



М.В. Масловский

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования

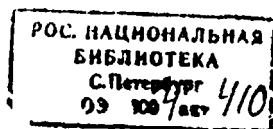
Вопросы конкуренции являются центральным моментом функционирования любой экономики, а, значит, и благосостояния общества. Президент РФ В.В. Путин в своем послании Федеральному собранию советовал обратить внимание на улучшение условий конкуренции в экономике РФ как одном из важнейших направлений повышения благосостояния населения. В своем выступлении перед доверенными лицами накануне президентских выборов он развил эту мысль, связав конкурентоспособность страны с национальной идеей, выступающей основанием объединения общества. В этой постановке прослеживается наполнение конкуренции социальным содержанием и взаимоувязывание социальной и экономической эффективности.

После того, как завершился наиболее болезненный этап рыночных реформ и после финансового кризиса 1998 г., началось оживление экономики. С новой силой развернулась дискуссия о путях преодоления отставания российской экономики, еще более возросшего за годы реформ и трансформационного кризиса; о ее модернизации, о целях и методах последней.

Как показывает анализ опыта других стран, сами по себе рыночные силы не приведут к формированию в России структуры экономики, способной обеспечить процветание страны: они, скорее, будут способствовать закреплению сырьевой ориентации. С другой стороны, традиционные варианты промышленной политики не только будут плодить неэффективность, бюрократию и коррупцию, но они непригодны и в силу высокой изменчивости и неопределенности точек роста в постиндустриальной экономике. Единственно разумной целью модернизации российской экономики является достижение ее высокой конкурентоспособности.

Подходов к изучению конкуренции разработано достаточно много: конкуренция традиционно рассматривалась в любой экономической теории. На современном этапе развития российской экономической мысли к теме проявляется повышенный интерес, тем не менее, ее освещение в научной литературе носит чаще всего или фрагментарный, или предельно локальный характер. Во многих научных работах понятие конкуренции не изучается, а берется как нечто само собой разумеющееся. В экономической социологии проблемы конкуренции начинают рассматриваться в русле социологии рынков. В этом направлении пока работает достаточно ограниченный круг ученых.

Несмотря на сложные проблемы, возникающие в научной сфере с изучением природы процессов конкуренции, это понятие уже давно фигурирует в политическом словаре нашей современности, как бы показывая,



что на него возлагаются немалые надежды. Основная масса российских предприятий, независимо от уровня квалификации их менеджеров и осознания ими собственной конкурентной стратегии, функционирует в этой среде, вырабатывая собственное видение проблемы и ее решения. Основной целью работы не ставится разработка конкретных рекомендаций менеджерам по улучшению стратегий конкуренции их предприятий, тем не менее, полученные исследовательские результаты позволяют расширить набор социально-экономических факторов конкуренции и обозначить новые направления развития для предприятий.

Степень научной разработанности проблемы

Анализу эволюции подходов к изучению конкуренции посвящена значительная часть диссертационного исследования. В экономической социологии понятие «конкуренция» проходит стадию формирования. Многие положения экономистов и эконом-социологов пересекаются. Более того, работы, создававшиеся ранее в рамках экономической теории, сегодня воспринимаются как базовые, заложившие основы для экономической социологии.

Понятийный аппарат экономической социологии во многом формируется в результате синтеза понятий экономической теории и социальных наук. В экономической теории сложилась традиция изучения рыночных процессов, центром которых в явном или не явном виде была конкуренция. В работах А. Смита, Д.Риккардо, Дж. Ст. Милля, Ж.-Б. Сэя, Й. Х. фон Тюннена, Г. Шмоллера, К. Маркса, Дж. Кейнса заложен фундамент анализа процессов конкуренции. Несмотря на то, что имена этих ученых традиционно относят к экономическим школам, уровень постановки проблемы приводил к тесному переплетению системно-экономических и социологических тенденций, так что развязать философию, социологию и экономику иногда становится просто невозможно. Модели конкуренции разрабатывались в трудах А. Маршалла, А. Курно, В. Джевонса, Ф.И. Эджуорта, К. Викакса и многих других экономистов, заложивших базу для современных инструментальных подходов к изучению конкуренции.

Теоретическим направлением, наиболее плотно соприкасающимся с проблематикой экономической социологии, выступает институциональная экономика. Новая институциональная экономика ставит под сомнение экзогенный характер предпочтений и их стабильность. Д. Норт акцентирует внимание на двухстороннем характере взаимодействия институтов и процесса восприятия индивидами собственных интересов. Институты задают рамки восприятия интересов, но в то же время индивиды способны изменить институциональные рамки. В наиболее развернутом виде программа

новой институциональной экономики отражена в работах представителей экономики соглашений (Л. Тевено, О. Фаворо, А. Орлеан, Р. Буайе). Особое значение для понимания процессов трансформации общества приобретают работы в русле эволюционной экономики (Р. Нельсон и С.Дж. Уинтер).

Среди научных направлений в последнее время актуализировались теория конкуренции М. Портера и теория организации промышленности Ж. Тироля, отражающие новый этап конкуренции (ценовая и неценовая). Введенная М. Портером расширенная концепция соперничества исходит из того, что способность фирмы реализовать свое конкурентное преимущество на базовом рынке зависит не только от прямой конкуренции, с которой она сталкивается, но и от роли, которую играют такие конкурентные силы, как потенциальные конкуренты на этом рынке и товары-заменители, клиенты и поставщики. Большая часть российских интерпретаций явления и концепции конкуренции в той или иной степени основывается на моделях М. Портера и его учеников. Одной из последних тенденция развития теории конкуренции является информатизация этого процесса, разрабатываемая в работах М. Кастельса.

В российской экономической традиции в период плановой экономики конкуренция противопоставлялась соревнованию и рассматривалась преимущественно в этом ключе. На современном этапе среди российских экономических разработок наиболее часто цитируемыми являются труды Г.Л. Азоева, Ю.П. Анискина, И.А. Спиридонова, М. Беста, Н.К. Моисеева, Г.П. Котикова, Р.А.Фатхутдинова, А.Ю. Юданова.

Принципиальной спецификой эконом-социологического подхода является «ориентация на анализ взаимоотношений конкурирующих агентов и тех специфических контекстов, в который они погружены»¹. Основные положения экономической социологии были заложены в работах В. Зомбарта и М. Вебера.

Хотя Ф. фон Хайека, П. Дракера, И.М. Кирцнера считают, скорее, экономистами, чем экономсоциологами, многие разрабатываемые ими положения имеют явно социальную природу. Ф. фон Хайек рассматривал конкуренцию как механизм координации, распространения и освоения знания.

Конкуренция как социальный процесс начинает изучаться в рамках экономической социологии, в одном из ее направлений - социологии рынков, разрабатываемом В. Радаевым. «Конкуренция - это действия двух и более участников рынка, нацеленные на получение одного и того же ограниченного ресурса, доступного при определенных усилиях с их сторон».²

¹ В. Радаев Социология рынков: к формированию нового направления. - М: ГУ ВШЭ, 2003. с. 55

² В. Радаев Социология рынков: к формированию нового направления. - М: ГУ ВШЭ, 2003. с. 320

Конкуренция в рамках экономической социологии рассматривается как поведенческая характеристика, а не как характеристика структуры рынка.

В современных социологических словарях нет определений понятия «конкуренция», помимо работ В. Радаева нет этого определения и в учебниках по экономической социологии.

Экономические и социологические работы движутся навстречу, взаимно дополняя и обогащая друг друга. Изучение конкуренции как социально-экономического процесса нуждается как в создании концептуального оснащения, так и разработке инструментальных подходов.

Целью исследования является изучение социально-экономического содержания конкуренции и социальных механизмов формирования конкурентных стратегий.

Задачи исследования:

- рассмотреть понятие конкуренции в рамках экономической социологии;
- изучить основные этапы эволюции концепций конкуренции;
- выявить основные векторы изменения - конкурентных стратегий, используемых в бизнесе, и выявить специфику их наполнения социальным содержанием;
- исследовать восприятие конкуренции и особенности разработки конкурентных стратегий руководителями предприятий;
- проанализировать характер влияния на выбор стратегии конкуренции различных социальных аспектов;
- разработать типологию конкуренции и проанализировать типы конкурентных стратегий, возникающих в зависимости от степени ориентации предприятия на окружающую среду.

Объектом исследования являются стратегии конкуренции, используемые менеджерами нижегородских предприятий. Экспертные оценки, даваемые менеджерами, позволяют наиболее интегрировано изучать социальную укорененность конкуренции. Менеджер, с одной стороны, является носителем информации о возглавляемом предприятии, а, с другой, его оценки отражают его субъективное восприятие конкуренции, которое он привносит в процесс управления.

Предметом исследования является конкуренция как социальный процесс, находящийся под воздействием не только экономических параметров рыночной среды, но и под влиянием особенностей норм, установок и поведения менеджеров, а также включенности предприятия в различные сети взаимодействия.

Теоретико-методологическая основа исследования

В экономической социологии концепция социальной укорененности конкуренции еще только формируется. Для достижения поставленных целей были использованы результаты исследования конкуренции самых различных научных направлений. В диссертационном исследовании использовался подход, который в экономике еще не применялся в подобных целях. Для структурирования разнонаправленных и разно уровневых теорий был избран специализированный ракурс. В качестве объединительного принципа использовался интегративный межнаучный комплекс системогенетики. В зарубежной научной теории и практике его аналогом во многом является экономический эволюционизм. Предлагаемый в диссертационной работе подход несколько шире, он позволяет исследовать не только экономические, но и социальные систем и их эволюцию.

Вторым системообразующим началом в аналитической модели выступил конструкт *общей теории деятельности* — самостоятельной научной дисциплины, расцвет которой пришелся на 80-е годы. Аппарат этой теории в диссертационном исследовании использовался для выделения взаимосвязанных компонентов системы деятельности. Итоговый системогенетический аппарат сводится к следующему инструментальному набору: состав, структура, иерархия, цикл.

Для экономической теории наиболее оптимальным направлением **изучения конкуренции являлась бы теория конкурентного экономического поведения**. Однако при наличии эволюционного взгляда на экономику в целом и все большего ускорения процессов любые практические рекомендации внешних экономических консультантов и экспертов вряд ли способны будут поспевать за практикой. Вот почему итогом успешного конкурентного поведения наиболее развитых экономических систем станут нетрадиционные самоорганизующиеся и самораспадающиеся системы, основывающиеся на коллективном сотворчестве и взаимопонимании, которые нуждаются в эконом-социологическом подходе для своего изучения.

Эмпирическая база исследования

В основу диссертационного исследования положены:

- результаты вторичного анализа исследований проблем конкуренции, осуществленных международной ассоциацией менеджеров (2002-2003);
- результаты социологического исследования, проведенного под руководством диссертанта совместно с коллективом НИСОЦ (март - апрель

2004). В интервьюировании участвовало 120 менеджеров нижегородских предприятий;

- статистические показатели конкуренции российских предприятий (1999-2003);
- нормативно-правовые документы, регулирующие процессы конкуренции в России.

Научная новизна исследования

1. выявлены и исследованы этапы эволюции конкуренции, обусловленной развитием социально-экономических процессов.

2. определены основные функции конкуренции, воздействующие на развитие социума;

3. разработана методика изучения социальной природы конкуренции. В ходе решения этой задачи были проанализированы основные методические приемы и выявлены их недостатки. Основными элементами разработанной методики являются:

- система индикаторов, позволяющих оценивать значимость внешних и внутренних факторов конкуренции;
- методы соотнесения реальных бизнес-процессов и конкурентных стратегий, обусловленных ценностями и ориентациями менеджеров.

4. разработана типология конкурентных стратегий предприятий по степени ориентации на окружающую среду. Центром типологической модели выступили включенность предприятия в сети взаимодействия с конкурентами и интенсивность соотнесения своего поведения на рынке с поведением остальных участников.

5. рассмотрены и описаны основные стратегии, социально-экономической конкуренции на примере предприятий Нижнего Новгорода.

Положения, выносимые на защиту

1. Эволюция изменения изучения конкуренции прошла два основных цикла, каждый из которых состоял из трех этапов. Первый цикл охватывает социально-экономические процессы, разворачивающиеся до XX века. На первом этапе первого цикла доминирующей проблематикой являлось становление рыночных институтов, на втором — ядром системы выступало производство; на третьем в центр внимания выдвинулся потребитель. Экономический цикл XX века содержит три этапа, которые описываются через

производство и потребление. В начале цикла доминирует производитель, в конце покупатель. В середине цикла устанавливается равновесие, описываемое через набор характеристик товара. Для первой триады характерно вертикальное перемещение доминанты конкуренции от рыночных институтов через производство к потребителю, описываемому через его свободные средства. Второй цикл развития процессов конкуренции имеет горизонтальную природу. Он проходит через этап доминирования пары сырьепроизводство к этапу равенства производства и потребления и завершается созданием информационной экономики, где решающую роль играет маркетинг. Конкуренция помимо ценового характера приобретает неценовой, в терминологическом аппарате современной экономической теории появляется отчетливые тенденции синтеза экономических и социологических понятий.

2. Анализ современных стратегий конкуренции позволяет говорить о существовании пяти основных функций конкуренции, воздействующих на социум: регулирующей, аллокационной, инновационной, распределительной и контролирующей. Регулирующая - приводит в соответствие спрос и предложение, исходя из приоритетности запросов потребителя. Аллокационная способствует концентрации ресурсов на наиболее выгодных направлениях развития хозяйственной деятельности. Инновационная стимулирует развитие научной мысли и способствует продвижению общества к оптимуму экономической эффективности. Распределительная функция проявляется в том, что конкуренция распределяет социальный продукт, прежде всего, по критерию степени дефицитности того или иного производственного фактора. Контролирующая функция обеспечивает сохранения равенства возможностей участников рынка и препятствует возникновению монопольного сговора.

3. В результате обзора эмпирических исследований конкуренции выявлены основные проблемы, возникающие в ходе анализа, базирующегося на традиционном статистическом подходе: статистический аппарат, с которым работает государственная статистика, слабо применим для изучения социального содержания конкуренции; предприятия могут умышленно искажать отчетные данные, опасаясь налоговых органов, разглашения коммерческой тайны; низкий должностной статус людей, заполняющих формы статистической отчетности, принципиально ограничивает достоверность новой информации, которую статические органы пытаются собрать для удовлетворения информационных запросов МАП РФ. В результате была обоснована необходимость для изучения процессов социально-экономической конкуренции использовать метод экспертного опроса.

4. Разработанная методика исследования социально-экономической природы конкуренции апробирована в ходе проведения исследования конкурентных стратегий предприятий Нижнего Новгорода. Среди внутренних факторов наиболее значимых для руководителей, оказывающих основное

влияние на конкурентоспособность предприятия, выступают: фактор личностных или человеческих ресурсов; экономические показатели работы предприятия и частично производственные и управленческие факторы. Маркетинговые показатели не рассматриваются руководителями как значимые и способные повлиять на позиции предприятия. На современном этапе развития нижегородского рынка наполнение конкуренции социальным содержанием наиболее активно протекает в ходе реализации внутренних для предприятия стратегий, где лидирующим фактором становится профессионализм персонала и ориентация на постоянное обновление ассортимента продукции. Однако эти конкурентные стратегии в Нижнем Новгороде пока находятся в стадии формирования и не подкрепляются ни соответствующими управленческими технологиями повышения качества кадрового потенциала, ни технологиями настройки расширяющегося ассортимента на запросы потребителей. Основная масса предприятий скорее сосредоточена на решении своих внутренних проблем, стадия разворачивания своей деятельности вовне для большинства фирм еще только начинается.

5. Российские бизнес-процессы и реализуемые конкурентные стратегии далеки от классических экономических схем конкурирования. Конкуренция воспринимается большинством менеджеров нижегородских предприятий скорее как следствие появления в России рыночных отношений и в меньшей степени пока, как технология состязательности. Осознание необходимости отслеживать на рынке действия конкурентов приходит постепенно, до трети предприятий не могут назвать число своих конкурентов, около 13% могут позволить себе практически ничего не знать о чужой деятельности.

6. В результате использования многомерных методов анализа было выявлено четыре основных типа социально укорененных конкурентных стратегий: включенность в партнерские, организационно оформленные сети делового взаимодействия с конкурентами; вхождение в сети межличностной коммуникации; вхождение в оба вида сетей одновременно; обособленная хозяйственная деятельность. На нижегородском рынке можно обнаружить конкурентные стратегии, напоминающие модификации классической модели совершенной конкуренции. Тем не менее, они являются во многом не следствием осознанного выбора предприятия, а скорее вынужденным состоянием, обусловленным зависимостью предприятия от головной компании или нестабильным положением в высоко конкурентной среде при отсутствии соответствующих ресурсов на мониторинг. Вхождение в несколько видов сетей взаимодействия повышает уровень конкурентоспособности предприятия, усиливая его рыночные позиции, но ведет к отказу от стратегий «совершенной конкуренции», опираясь на стремление достичь с конкурентами договоренностей. Представители административного разного уровня чаще выступают, как катализаторы зарождения гетеро-

генных сетей, чем выполняют функции по контролю в рамках антимонопольной политики.

Теоретическая значимость работы

Диссертационное исследование вносит вклад в социологию рынков, являющейся одним из направлений экономической социологии, в части углубления понимания социальной природы конкуренции и влияния социальных сетей, в которые включены предприятия на их рыночное поведение.

Практическая значимость результатов диссертационного исследования

Разработанные в диссертации методы исследования и методики создания социальных технологий являются универсальными и могут быть использованы в управленческой практике, которая нуждается в установлении обратной социальной связи.

Теоретические положения и практические результаты исследования используются в учебном процессе Нижегородского архитектурно-строительного университета, Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, Волго-Вятской академии государственной службы при Президенте РФ (Н. Новгород).

Апробация работы

Основные положения диссертационной работы были представлены и обсуждены на конференциях и форумах:

Авторские разработки были представлены на следующих форумах:

- «Стратегии регионального развития» (3-4 июля 2003, Казань)
- «Стратегии регионального развития» (2-3 июля 2002, Пермь)
- Тольяттинский диалог» (22-23 ноября 2002, Тольятти)
- Российский форум (23-25 октября 2003, Н. Новгород)
- Всероссийское совещание «Опыт и перспективы реализации программ реформирования региональных финансов» (6-8 февраля 2003, Чебоксары);
- Ежегодный Банковский форум (21-23 ноября 2002, Н. Новгород);
- Всероссийское совещание «Электронное правительство для «Электронной России» (25 апреля, Чебоксары)

Различные аспекты диссертационного исследования отражены в 4 работах общим объемом 3,6 п.л.

Структура диссертационного исследования

Диссертационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, библиографии и приложений. В работе представлено 18 рисунков и 27 таблиц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Введение включает в себя обоснование актуальности темы диссертационного исследования, анализ степени разработанности проблемы, цели и задачи исследования, описание объекта и предмета исследования, его теоретико-методологической и эмпирической базы, научную и практическую значимость и апробацию основных положений исследования, изложение научной новизны работы и ее основных результатов.

В первой главе **«Теоретические подходы к изучению конкуренции»**, состоящей из трех параграфов, анализируются проблемы неоднозначности и противоречивости понятия конкуренции, исследуется развитие теорий конкуренции в плане наполнения их социальным содержанием.

Понятие «конкуренция», являясь ключевым в понимании функционирования экономики, трансформировалось вместе с экономической теорией. Так же, как экономическая теория постепенно насыщалась и сближалась с социальными науками, конкуренция из экономического понятия трансформировалась в социально-экономическое.

Конкурентоспособность — это свойство практически любых экономических объектов. Все изделия, а также производственные системы, их изготавливающие и использующие, могут рассматриваться в контексте проблемы конкурентоспособности. Конкурентоспособность в определенных условиях трактуется тождественно качеству, или эффективности.

С операционной точки зрения, для решения проблемы конкурентоспособности могут привлекаться традиционные теоретические и практические методы и средства решения экономических задач, связанных с проблематикой качества и эффективности. Конкурентоспособность — категория динамическая. Ее динамика обусловлена, прежде всего, внешними факторами, значительная часть которых может рассматриваться как управляемые параметры.

Основные функции конкуренции, воздействующие на развитие социума:

1. Регулирующая функция. Конкуренция воздействует на предложение товаров и услуг таким образом, чтобы оно максимально отвечало тре-

бованиям потребителей. Согласно классической рыночной модели, именно потребитель определяет через свой спрос, что и в каких количествах должно быть произведено.

2. Аллокационная функция.. В системе совершенной конкуренции аллокационная функция проявляется в том, что ресурсы и произведенные продукты всегда в конечном итоге концентрируются там, где они могут обеспечить максимальную отдачу. Только наиболее эффективное использование всех производственных возможностей может принести прибыль. При нерациональном применении ресурсов предприятие в условиях конкуренции автоматически лишается самой основы своей деятельности.

3. Инновационная функция. Благодаря конкуренции производственные факторы ориентированы на повышение производительности труда. В результате хозяйство в целом движется к оптимуму экономической эффективности. Инновации являются жизненной необходимостью, так как производители вынуждены постоянно добиваться повышения отдачи и приспособлять структуры производства к изменяющимся запросам потребителя (и окружающей среды в целом).

4. Распределительная функция. Конкуренция распределяет социальный продукт, прежде всего, по критерию степени дефицитности того или иного производственного фактора.

5. Контролирующая функция. При наличии *совершенной конкуренции* ни один поставщик или потенциальный покупатель не может добиться господствующего положения на рынке и диктовать свои условия другим его участникам.

С точки зрения развития общества, конкуренция представляет собой соперничество старого с новым: это — новые товары, новые технологии, новые источники обеспечения потребностей, новые типы организации.

Абстрактная модель совершенной конкуренции является недостижимым идеалом, не создающим практических основ для выработки политики конкуренции. В результате концепт совершенной конкуренции начинает вытесняться концепцией действенной конкуренции. Эта концепция представляет собой систему соответствующих индикаторов, отражающих конкурентность рынка. Переход от абстрактной модели к набору индикаторов создает основания для формулирования реальной политики конкуренции.

Экономическое и социальное становится неразделимо как в процессе производства, так и в процессе потребления. Соответственно, конкуренция не может более изучаться только как форма экономической деятельности, она имеет мощный потенциал, трансформирующий развитие общества.

Конкуренция в рамках экономической социологии рассматривается как поведенческая характеристика, а не как характеристика структуры рынка.

Конкуренция как социально укорененный процесс исследуется в эле-

дующих ракурсах³:

- поддержание социальных контактов;
- установление согласованного порядка;
- человеческий капитал как основное конкурентное преимущество;
- символическая борьба.

Вторая глава «Эволюция феномена конкуренции и подходов к ее изучению» раскрывает основные стратегии конкуренции, используемые в практике предприятий и различные методики их изучения. Глава состоит из двух параграфов.

На современном этапе наблюдается всплеск повышенного интереса ко всему, что способно объяснить или обеспечить конкурентные преимущества. Современный мир рынка в своем развитии прошел ряд этапов. Каждый этап строился на своем особом "слое" доминирующих конкурентных факторов. Оптимальное развитие общества обеспечивает необходимая пропорция факторов конкуренции.

Российская экономика в разных регионах страны находится в разных исторических временах; между тем живет она в едином мировом контексте. Для каждого региона и каждого рынка можно определить, в каком времени он живет и на каком из выделенных этапов. Каждому этапу соответствует оптимальный набор инструментов конкуренции.

Конкуренция по поводу нефтяных "клондайков" соответствует правилам хозяйственной деятельности XIX века. В этом секторе по-прежнему эффективны технологические инновации. Если рыночное окружение фирмы переполнилось технологическими инновациями, наиболее эффективной стратегией конкуренции становится совершенствование внутренней организации и качества товара, в соответствие с разработками Й. Шумпетера и теории организации 60-80-х годов.

Низкий уровень компьютеризации и освоения IT-технологий позволяют фирме-лидеру в этом направлении получить быстрое преимущество, даже монополию, хотя и ненадолго. Этот участок пути в России осваивается наиболее стремительно.

Выход на западный рынок с неизбежностью будет протекать по двум основным конкурентным направлениям:

- освоение творческого, дифференцированного, микроэсклюзивного рыночного поведения;
- использование тенденций нового транснационального гигантизма и глобализма.

Использование закона неравномерности развития во времени и в пространстве дает шанс отстающим стать лидерами, а перифериям — центра-

³ В. Радаев Социология рынков: к формированию нового направления. - М.: ГУ ВШЭ, 2003.

ми. Особую проблему представляет правильное диагностирования состояния рынка с точки зрения его конкурентности.

Наиболее распространенными в России методами измерения конкуренции являются статистические. Но, во-первых, статистический аппарат, с которым работает государственная статистика, слабо применим для изучения социального содержания конкуренции. Во-вторых, предприятия могут умышленно искажать отчетные данные, опасаясь налоговых органов, разглашения коммерческой тайны. В-третьих, низкий должностной статус людей, заполняющих формы статистической отчетности, принципиально ограничивает достоверность новой информации, которую статические органы пытаются собрать для удовлетворения информационных запросов МАП РФ.

Использование только статистических методов в ходе исследования конкуренции и конкурентоспособности российских предприятий открывает только часть этого явления. Исследователи упускают такие аспекты конкуренции, как влияние социально-психологических факторов.

Социологический подход к сбору информации о процессе конкуренции имеет принципиальные особенности, которые позволяют существенно расширить состав и улучшить информативность показателей. Методики анализа конкуренции как социального процесса позволяют сочетать количественные и качественные подходы. Такой подход открывает возможность получить не только оценки текущего состояния конкуренции, но и перспективы ее развития в самых различных плоскостях.

Оценка конкуренции на основе опросов руководителей предприятий позволяет получать обобщенные данные об уровне конкуренции на рынках сбыта российских промышленных предприятий на уровне подотраслей, отраслей и всей промышленности в целом. В этих оценках агрегируются самые различные аспекты конкуренции, отслеживаемые руководителями предприятий. При социологическом подходе в принципе не возникает ряда сложных методологических или информационных проблем, поскольку задача сбора информации переносится на уровень предприятий, которые лучше кого бы то ни было знают свои рынки сбыта, в том числе с точки зрения конкурентной среды.

На современном этапе основными направлениями эмпирического изучения конкуренции и конкурентоспособности российских предприятий являются:

- уровень конкуренции;
- влияние дефолта 1998 года на конкурентоспособность российских предприятий;
- влияние внешних и внутренних факторов на конкурентоспособность предприятий;
- отраслевая специфика.

Анализ концепций конкуренции и исследовательских методик позво-

лил усовершенствовать и разработать собственное видение изучения процессов конкуренции.

В ходе проведения исследования в Нижнем Новгороде решалось несколько задач:

- проверка и подтверждение ряда выводов, сделанных другими исследователями, но уже в разрезе Нижегородских предприятий;
- выявление и описание роли социальных факторов, оказывающих влияния на конкуренцию, и их место в системе универсальных факторов (подробное изучение которых приведено в исследования Ассоциация менеджеров и других исследовательских центров);
- детальный анализ факторов воздействия, которые в той или иной степени описывают конкуренцию как социальный процесс, что практически не учитывается исследователями-экономистами.

В качестве объекта исследования были выбраны руководители предприятий и топ-менеджеры Нижнего Новгорода, которые в полном объеме обладают информацией о конкурентоспособности собственного предприятия и уровне конкуренции того рынка, где разворачивается их деятельность.

Выбранный метод исследования является традиционным для описываемой проблематики — анкетный опрос, преимущество которого — оперативность, более низкие материальные затраты, количественная презентация полученных данных, что позволяет сопоставлять с результатами чужих исследований.

На первом этапе апробация инструментария была осуществлена в ходе опроса менеджеров, обучающихся по программам MBA в Нижегородском филиале Высшей школы экономики, и на конференции, посвященной развитию предпринимательства в Нижегородской области. Опрос на специальных мероприятиях повышает оперативность и устраняет многие отрицательные факторы — доступность объекта, готовность к сотрудничеству.

На втором этапе производилось сопоставление структуры полученной выборки по отраслевому составу с отраслевой структурой генеральной совокупности предприятий Нижнего Новгорода. После чего производился опрос предпринимателей по месту работы. Для окончательного анализа были отобраны экспертные оценки 120 предпринимателей. Выборочная совокупность полностью отражает отраслевую структуру Нижнего Новгорода, что позволяет говорить о репрезентативности данных.

Третья глава диссертации «Социально-экономические стратегии конкуренции» содержит описание результатов исследования конкуренции, проведенного на базе разработанных автором методик. Первый и второй параграфы посвящены описанию факторов, задающих рамки развития конкурентных процессов и системе взаимосвязей и взаимного позиционирования конкурентов. В третьем параграфе описана типология конкурентных стратегий по степени ориентации на окружающую среду.

На сегодняшний день среди внутренних факторов, наиболее значимых для руководителей, оказывающих основное влияние на конкурентоспособность предприятия, являются следующие:

- фактор личностных, или человеческих ресурсов;
- экономические показатели работы предприятия;
- частично производственные и управленческие факторы.

Таблица 1

Основные внутренние факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия в его конкурентной среде, %

Ресурсы	Оказывают наибольшее влияние на конкурентоспособность	Уровень ресурсов на предприятии				
		Низкий уровень	Скорее низкий, чем высокий	Затруднились оценить	Скорее высокий, чем низкий	Высокий уровень
Профессионализм и квалификация менеджмента	52	1	13	14	42	27
Уровень профессиональной компетенции основного персонала	48	2	8	15	55	14
Система обновления и улучшения ассортимента продукции / услуг	45	3	10	18	45	16
Стабильность финансового состояния	39	3	16	17	34	23
Механизмы управления качеством продукции	33	0	12	21	43	18
Мотивация сотрудников	20	1	18	24	39	9
Технологическое состояние основных производственных фондов	19	4	23	35	24	7
Маркетинговое обеспечение управленческих решений	16	3	15	25	38	10
Внедрение инноваций в технологический процесс	15	3	18	32	28	12
Автоматизация производства	13	8	29	24	24	8
Система управления издержками	12	3	16	37	28	7
Брэндинг	10	8	14	37	20	13
Развитие корпоративной культуры	10	9	15	34	27	4
Возможность привлечения инвестиций	8	13	13	25	29	13
Информатизация процессов управления	8	2	13	28	39	8
Использование системы управления проектами	6	8	9	45	22	7
Внедрение инноваций в управленческий процесс	4	7	22	28	26	8

Показатели состояния рынка, получаемые в ходе маркетинговых исследований, не рассматриваются руководителями как значимые и способные повлиять на позиции предприятия. Среди группы производственных факторов руководители повышенное внимание обращают только на систему обновления и улучшения ассортимента. Управленческий фактор используется косвенно, только через подбор квалифицированного и компетентного персонала.

На современном этапе развития нижегородского рынка наполнение конкуренции социальным содержанием наиболее активно протекает в ходе реализации внутренних для предприятия стратегий, где лидирующим фактором становится профессионализм персонала и ориентация на постоянное обновление ассортимента продукции.

Однако эти конкурентные стратегии в Нижнем Новгороде пока находятся в стадии формирования и не подкрепляются ни соответствующими управленческими технологиями повышения качества кадрового потенциала, ни технологиями настройки расширяющегося ассортимента на запросы потребителей.

Среди внешних векторов, воздействующих на конкуренцию, напротив, наблюдаются тенденции снижения зависимости деятельности предприятий от политических и административных факторов, особенно это касается регионального уровня.

Освобождаясь от необходимости принимать во внимание деятельность региональной власти, нижегородские предприятия пока слабо и медленно учатся ориентироваться в тенденциях развития мировой экономики, частью которой они станут рано или поздно. Пока основная масса предприятий скорее сосредоточена на решении своих внутренних проблем, стадия разворачивания своей деятельности вовне для большинства фирм еще только начинается.

Основная масса предприятий работает, по их собственным оценкам, в высоко конкурентной среде. Конкуренция воспринимается основной массой менеджеров нижегородских предприятий скорее как следствие появления в России рыночных отношений и в меньшей степени пока, как технология состязательности. Осознание необходимости отслеживать на рынке действия конкурентов приходит постепенно, до трети предприятий не могут назвать число своих конкурентов, около 13% могут позволить себе практически ничего не знать о чужой деятельности. Тем не менее, этот процесс начинается и именно в попытках понять действия конкурентов и научиться с ними взаимодействовать наиболее сильно проявляется социальное содержание современных процессов конкуренции.

Таблица 2

Основные внешние факторы, оказывающие наибольшее влияние на конкурентоспособность предприятия, %

Ресурсы	Оказывают наибольшее влияние на конкурентоспособность предприятия	Оценка современного состояния внешних факторов		
		Низкий уровень	Затруднились оценить	Высокий уровень
Благосостояние населения России	61	44	14	33
Стабильность работы финансовой системы страны	43	17	28	48
Тарифы на энергоносители	34	24	13	50
Налоговая политика и работа налоговых служб	34	26	20	46
Политическая стабильность в России	33	17	26	48
Темпы развития рыночных процессов в России	24	26	20	43
Стабильность ставки по кредитам	16	18	31	37
Проникновение на российские рынки иностранных компаний	16	24	17	46
Курс рубля по отношению к доллару	15	34	25	30
Использование административных ресурсов в ходе конкурентной борьбы	13	18	35	33
Интеграция России в международную хозяйственную деятельность	9	27	40	20
Инвестиционная привлекательность России	8	26	25	36
Курс рубля по отношению к евро	8	37	24	28
Мировые цены на нефть	7	17	26	43
Объем внутреннего валового продукта российской экономики	5	29	36	21
Предсказуемость результатов выборов Президента РФ	3	19	24	40
Международный авторитет России	3	31	24	30
Активность процессов слияния и поглощения компаний	3	20	40	27
Активность прокуратуры в плане пересмотра прав собственности на российских предприятиях	2	31	36	19
Стабильность работы международных фондовых бирж	1	23	48	16

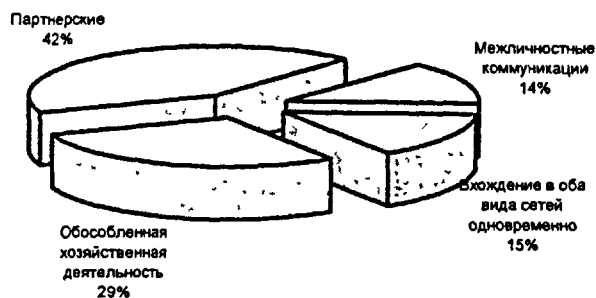


Рис. 1. Типология включенности
в различные сети взаимодействия, %

Модификацию классической модели совершенной конкуренции можно обнаружить на нижегородском рынке, но она является во многом не следствием осознанного выбора предприятия, а скорее вынужденным состоянием, обусловленным зависимостью предприятия от головной компании или нестабильным положением в высоко конкурентной среде при отсутствии соответствующих ресурсов на мониторинг.

Вхождение в несколько видов сетей взаимодействия повышает уровень конкурентоспособности предприятия, усиливая его рыночные позиции, но ведет к отказу от стратегий «совершенной конкуренции», опираясь на стремление достичь с конкурентами договоренностей. Представители администраций разного уровня чаще выступают как катализаторы зарождения гетерогенных сетей, чем выполняют функции по контролю в рамках антимонопольной политики.

В заключении содержатся основные выводы диссертационного исследования, очерчивающие направления развития как концепций конкуренции, так и реальных хозяйственных стратегий.

Основные положения диссертации отражены в публикациях:

- Александров Н.Н., Козлов В.Д., Крючков Д.В. Конкуренция и конкурентоспособность: содержание понятий и история их становления. -Н.Новгород: Изд-во Волго-Вятской академии государственной службы, 2004. -168 с. (Доля Крюčkова Д.В. 56 стр.)
- Крючков Д.В. Управление конкурентоспособностью страны: новые подходы// Новые направления в теории и практике менеджмента, НГАСУ, 2003, с. 25-24 (Доля Крюčkова Д.В. 2 стр.)
- Крючков В.Д. Внутренние и внешние факторы, задающие рамки развития конкурентных процессов// Вопросы, социально-экономического развития региона. Сборник научных трудов. Нижний Новгород, изд. НИСОЦ Н.Новгород, 2004. - с.3 - 19. (Доля Крюčkова Д.В. 17 стр.)
- Ивашиненко Н.Н., Крючков Д.В., Митрофанова И.В. Типология конкурентных стратегий по степени ориентации на окружающую среду // Вопросы социально-экономического развития региона. Сборник научных трудов. Нижний Новгород, изд. НИСОЦ, 2004. с. 19-31 (Доля Крюčkова Д.В. 4 стр.)

10238