



АСПЕКТИ НА КОНЦЕПЦИЯТА ЗА СЪВРЕМЕННАТА КОНКУРЕНЦИЯ THEORETICAL FOUNDINGS OF MODERN COMPETITION CONCEPT

Нели Иванова Николова*
Технически университет - Габрово

Статията е постъпила на 29 април 2013 г.; приета за отпечатване на 17 май 2013 г.

Abstract

The present report examines the competition as one of the most powerful motors for economic growth; it turns attention to competition functions and its role for stimulating the effective use of resources, its reflection on the quality production of goods and services and the possibilities of state to involve and control business environment.

Keywords: competition, effective use of resources, competition fight, competition mechanisms.

ВЪВЕДЕНИЕ

Конкуренцията е неделима част от пазарната икономика и трябва да се разглежда във връзка с пазара като цялостна икономическа система. От икономическа гледна точка по своята същност тя е своеобразно състезание между различните стопански субекти (физически или юридически лица) за възможно най-ефективно използване на ресурсите и най-успешно организиране на стопанската дейност, с цел да бъдат реализирани по-големи печалби [9, стр. 223 – 224].

Тя е един от най-мощните двигатели на стопанската дейност в процеса на производството, разпределението, размяната и потреблението на стоки и услуги.

В статията е анализирана функционалната роля на конкуренцията в пазарната икономика от различни гледни точки. Характеризирани са:

- активните предприятия, създаващи стимулираща среда към развитие на конкурентни предимства;
- държавата и нейното участие при изграждането на институционална структура и ефективно разпределение и преразпределение на ресурсите;
- иновационната дейност на фирмите, осигуряваща конкурентоспособни стоки и услуги;
- моделите за регулиране на икономическото развитие при пазарни условия.

ИЗЛОЖЕНИЕ

Пазарната икономика предполага съществуването на конкуренция, която възниква, когато има свобода за навлизане в даден пазар и алтернативни (голям брой) продавачи и купувачи, така че отделни физически лица или фирми да не могат да контролират по-голямата част от пазара.

В условията на пазарна икономика конкуренцията изпълнява редица функции [2, стр. 74]:

- Съпоставка и сравняване – тя влияе върху стопанското развитие по две основни направления:

- а) конкуренцията представлява универсален инструмент за сравнения на ефективността на различните предприятия, за разкриване и стимулиране (в резултат на извличане на печалба от реализация на продукцията) на най-икономически дееспособните от тях;

- б) съревнователност, която отговаря на интересите на потребителя, който избира доставчика, предоставящ му най-изгодни условия; отсяване на тези, които не са способни да осигурят по-добро, отколкото у съперниците, равнище на цени и качество на продукцията и услугите. Конкуренцията се разгръща в рамките на институционалната структура на стопанството и непосредствено влияе на неговото развитие. Институционалната структура от друга страна оказва обратно въздействие върху конкурентната борба. Следователно, организацията на стопанската дейност в пазарни условия и конкуренцията се намират в съотношение като структура и функция.

Конкуренцията насърчава ефективното използване на ресурсите и осигурява постоянен стимул за иновационни подобрения и за непрекъснато повишаване на ефективността. Тя отсява онези, чиито разходи остават високи и по този начин съдейства производството да се концентрира в ръцете на тези, чиито разходи са по-ниски. Не случайно, големите предприятия, произвеждащи стандартна и масова продукция имат и най-малко разходи на единица изделие в резултат на постигнат ефект от мащаба на производството.

Конкуренцията е дисциплиниращата сила в пазарната икономика. Присъствието на алтернативни продавачи и купувачи на пазара в една или друга степен кара предприятията да се съобразяват с желанията на потре-

* Тел.: 0898442186 e-mail: nik_nel@abv.bg

бителите и да търсят по-ефективни начини за осъществяване на своята дейност.

Предприятия, които не успеят да осигурят на потребителите качествени стоки и услуги на конкурентни цени, ще понесат загуби и в крайна сметка са изправени пред фалит. Ако предприятието иска да бъдат предпочетени неговите стоки, то е длъжно да съперничи (конкурира) производителите на другите подобни стоки, за постигането на тази цел. Печелившите конкуренти трябва да се представят по-добре от своите съперници. А това те могат да направят по най-различен начин: по-добро качество на продукта, стил, дизайн, обслужване, удобно място за покупки, по-изгодни цени, по-добра реклама и т.н.

При стоковото производство, конкуренцията принуждава производителите, също така, да намаляват цените на стоките, които по своя вид или количество, не съответстват в дадения момент на потребителското търсене или на обществената потребност. Необходимостта от такова намаление е сигнал за това, че те са произвели стоки, които или въобще не са необходими, или сами по себе си са необходими, но са произведени в неужно количество.

Конкуренцията е динамичен процес. Отделните предприятия, работещи в условията на конкуренция откриват нови идеи и разработват нови оферти на продукти и услуги за пазара [7, с.17-20]. Активните предприемачи имат шанса да се наложат над конкурентите си чрез внедряването на нови разработки и да реализират печалба като новатори. Заедно с това те поемат и риска, новите разработки да не бъдат приети от пазара, което би им донесло и загуби. Успешните иновационни разработки принуждават останалите конкуренти да възприемат техните предимства и да ги усвояват, ако не искат да изостанат или да отпаднат от съревнованието. По този начин се осъществяват динамични промени, при които старото постоянно се замества от ново. Следователно, конкуренцията е мощен стимул за усъвършенстване на технологията и техниката на производството, за превръщането на иновационната дейност на фирмата в "принудителен закон", чието пренебрегване често й струва твърде скъпо. Никой не знае точно какви стоки ще искат потребителите в следващия момент и коя технология на производството ще минимизира разходите за единица продукция.

Предприемачите са свободни в избора си да внедряват иновационни изделия или многообещаващи производствени технологии. Трябва им само подкрепата на инвеститори, които са склонни да осигурят необходимите средства. От друга страна конкуренцията държи отговорни предприемачите и инвеститорите. Техните иновационни идеи трябва да издържат проверката на пазара за тяхната "реалност", т.е. потребност. Ако потребителите оценят достатъчно високо новата идея, за да покрият разходите за произвежданата стока, новият бизнес ще процъфтява и преуспява. Напротив, ако потребителите не са склонни да направят това, бизнесът ще се провали.

Конкуренцията дава отговор и на въпроса при коя структура и размер на предприятието могат да се поддържат ниски разходите за единица продукция. За разлика от командно-административната икономическа система, пазарната икономика не ограничава видовете фирми, които могат да се изграждат и да се конкурират. Всяка форма на стопанска организация свободно може

да навлиза на пазара. Ако една стопанска организация може да постигне на пазара по-ниски разходи за единица продукция тя има изгледи да оцелее. Същевременно стопанска структура, която води до високи разходи за единица продукция, ще бъде изтласкана от един конкурентен пазар.

Същото важи и за големината на предприятието. За редица изделия на големия бизнес (за стандартизирана висококачествена и евтина продукция) предприятието трябва да бъде в такива размери, че да реализира напълно потенциалните икономии от мащаба на производството (пример за това е автомобилостроенето, където минималният годишен обем за ефективно производство на леки автомобили е около 600 хил. броя). Практиката показва, че съществува пряка зависимост между мащаба на производството, контролираният от предприятие-то пазарен дял и успеха на нейната дейност.

И накрая (обобщено казано) функционалната роля на конкуренцията в пазарната икономика се изразява в това, че тя обуздава личния интерес на индивида и го кара да работи за задоволяване интересите на купувача. Както отбелязва Адам Смит в "Богатството на народите", индивидите са мотивирани от личните интереси, но "... не от благосклонността на касапина, пивоваря, или хлебаря очакваме обяда си, а от тяхната грижа за собственият им интерес. Ние призоваваме не човеколюбието им, а техният егоизъм и никога не им говорим за нашите нужди, а за ползата от тях [3, стр. 207]."

Прогресивните промени в индустриалното и инфраструктурното развитие на икономиката в напредналите страни през последните десетилетия, а също и социалната и институционалната структура на обществото, обусловиха неолибералния модел на смесеното пазарно стопанство. Този модел според някои автори се определя като "ефикасен механизъм за регулиране на интересите в областта на бизнеса, на трудовите отношения и на разпределителните и преразпределителните процеси между различните социални групи" [1, стр. 191]. Същественото, обаче е, че при неолибералния модел на смесеното пазарно стопанство все по-голяма роля придобива конкуренцията като пазарен принцип, насочен към най-ефективното разпределение и преразпределение на ресурсите.

От друга страна, класическите икономисти стигат до извода, че конкурентните механизми на паричните, стоковите и трудовите пазари, работейки напълно ефективно и формирайки гъвкави лихвени проценти, цени и заплати, изравняват спестяванията и инвестициите, неутрализират причинените от външни за икономическата система сили, флукутации на производството, заетостта и доходите и постигат състоянието на пълна заетост. При това положение намеса в работата на пазара не е необходима и правителствата следва да стоят настрана от прякото въздействие върху икономическите процеси в своите страни.

На тази основа, през последните две десетилетия на миналия век кейнсианският модел на пазарна икономика, характеризиращ се с голямо участие на държавата в предприемаческата дейност, се трансформира в разновидност от посткейнсиански модел, който се оформи в неолиберален (неоконсервативен в САЩ) [4, стр. 92] модел на смесена пазарна икономика. В рамките на този модел значително се повиши ролята на конкуренцията за сметка на държавното регулиране. Промениха се и приоритетите на това регулиране. Решава-

ща предпоставка за промените в моделите на пазарната икономика е непрекъснато нарастващата икономическа интеграция (а напоследък и екологична взаимосвързаност) в регионален и световен мащаб, както и изменението в социалните характеристики на обществото и на неговата институционална инфраструктура, функционираща според принципите на корпоративизма.

Основните качествени характеристики на моделите за регулиране на икономическото развитие при пазарни условия са: висока ефективност при използването на ресурсите – чрез поддържане на относителна ценова стабилност; нормална заетост и подходящ икономически растеж, както и нарастващо благосъстояние на обществото при възможно най-безконфликтно съгласуване на интересите на различните негови групи [11, стр. 208].

Всъщност допълването на принципа на конкуренцията с този на държавното регулиране с основни задачи, от една страна, чрез антимонополната си политика да насърчава свободната търговия и конкурентното ценообразуване и от друга – да реализира интересите на обществото, в т. ч. и защитата на социално слабите слоеве, доведе до прерастването на класическия модел на пазарната икономика в смесен.

Принципът на държавното регулиране в рамките на неолибералния модел на смесената пазарна икономика има двойствена роля – в полза на разгръщането на конкуренцията, както и на общонационалните интереси и на тези на социално слабите слоеве. При това положение е трудно да се каже, дали това регулиране има за цел да предпазва от негативните последици на конкуренцията или точно обратното – да стимулира отслабените ѝ възможности при съществуващите условия на вътрешния и особено на международния пазар, и най-вече в рамките на дълготрайните, стратегически интереси на страната, на дългосрочното икономическо развитие.

Съотношението и взаимодействието между принципа на конкуренцията и този на държавното регулиране на икономическото развитие зависят от редица условия и фактори, характеризиращи сложната икономическа система.

Важно условие за съотношението и взаимодействието между конкуренцията и държавното регулиране на икономическото развитие има институционалната структура, т.е. системата от органи за съгласуване на интересите на различните групи от обществото. Модерните капиталистически икономики се характеризират с определени доминиращи институционални черти, които могат да заместят, ограничават или допълват процесите на конкуренцията” [5, стр. 57].

Социалната структура на обществото, определяща и структурата на неговите интереси, също е едно от важните условия за съотношението и взаимодействието между конкуренцията и държавното регулиране, респ. за характера и функционирането на институционалната структура.

Нещо повече, именно това условие имаше решаващо значение за прехода от класическия към модела на смесената икономика, за допълването на принципа на конкуренцията с този на държавното регулиране на икономическото развитие с оглед поддържане на икономическо и политическо равновесие в обществото [8, стр. 173]. Както свидетелства опитът след войната, държавното регулиране е по-значително в онези страни, където е по-ниска степента на икономическото разви-

тие и е по-голяма социалната диференциация на обществото.

Това условие се превърна едва ли не в основна детерминанта при парламентарната демокрация. Неговото значение ще нараства при набеязващия се преход от представителна към пряка демокрация и в процеса на развитие на гражданското общество.

При такава тенденция, независимо от намаляването на социално-икономическата диференциация на обществото, ще се задържат и засилват корпоративните принципи на регулиране на интересите на отделните групи в обществото. Така че взаимосвързката и взаимодействието между конкуренцията и държавното регулиране и по-нататък ще продължават да бъдат едни от възловите проблеми в развитието на пазарния модел на икономиката.

Съвременната конкуренция се различава от тази при класическия капитализъм. Тя няма необходимите качества на съвършен автоматично действащ саморегулативен механизъм. Това налага конкуренцията да бъде допълвана с целенасочено и ефективно регулиране от страна на държавата като се отчитат следните конкретни обстоятелства [8, стр.67]:

- Предотвратяване сключването на картелни споразумения и съгласувана практика в силно структурирани пазари;

- Разрешаване създаването на картели във фрагментирани пазари, доколкото тези картели не отстраняват напълно конкуренцията;

- Насърчаване увеличаването на концентрацията, когато фирмите са твърде малки или твърде слаби да финансират икономическия прогрес;

- Закриване на фирми с господстващи пазарни позиции, които не могат да бъдат оспорвани;

- Активна политика на сливания, понякога стимулиращи, понякога превантивни;

- Стимулиране мобилността на производствените фактори чрез мерки на държавния сектор;

- Предпазване от злоупотреби като бойкот, ценова дискриминация и прекомерна реклама;

- Рационализация на индустриите, които са обременени със свръхмощности;

- Интернализация на външни ефекти, например чрез концентрация или преки мерки на държавата;

В съвременните условия конкурентността означава способност на нациите да постигат висока производителност, която се основава на иновативен подход към човешките ресурси, капитала и физическите активи. Тя се определя като способност за устойчиво нарастване на производителността. Най-общо казано, конкурентоспособен е този, който произвежда много стойност с малко разход на ресурси и непрекъснато подобрява това съотношение между стойност и изразходени ресурси. Една от основните характеристики на това определение е, че като концепция то измества фокуса от понятието “конкурентоспособна икономика”. Конкурентоспособни могат да бъдат само отделни фирми, най-много отделни индустрии [10, стр. 192]. Състезанието е не между държави и нации, а между производители. Цялата икономика може да бъде конкурентоспособна само ако в нея преобладават конкурентоспособни фирми и индустрии.

Според теорията на Портър конкурентоспособността на дадена фирма се определя главно от условията,

при които тя се развива, а те от своя страна се определят от действието на четири детерминанти: фактори на производството, пазарно търсене, свързани и поддържащи отрасли и фирмена стратегия, структура и съперничество.

Детерминантите – поотделно и като система – очертават контекста, в който националните фирми се раждат и се конкурират: наличието на ресурси и умения, необходими за спечелването на конкурентно предимство в дадена индустрия; информацията, определяща кои възможности ще се възприемат и посоките, в които ресурсите и уменията ще се използват; целите на собствениците, мениджърите и служителите, включени във или осъществяващи конкуренцията; и – най-важното – натиска върху фирмите да инвестират и да правят нововъведения [6, стр. 105].

Според М. Портър, колкото по-взискателни са потребителите, толкова по-голям шанс имат фирмите в изграждането на конкурентни предимства. Чрез въздействието си върху икономите от мащаба вътрешното търсене може да поражда статична ефикасност, но много по-значителният му ефект е динамичността. То предпоставя темпа и характера на подобренията и новаторството на фирмите в страната. Съществени са три мащабни характеристики на вътрешното търсене: съставът му (или природата на потребностите на купувача), неговият размер и модел на растеж и механизмите, чрез които вътрешните предпочитания се предават на чуждите пазари. Значението на последните две зависи от първото. Качеството на вътрешното търсене е по-важно от количеството му при определяне на конкурентното предимство [6, стр. 122].

За конкурентното положение на фирмите от даден отрасъл от голямо значение са свързаните и поддържащи отрасли, които в ролята на доставчици осигуряват преимущества на крайните производители, предоставяйки най-изгодно, експедитивно, бързо и своевременно елементи и ресурси за влагане в производствения процес, понякога и при преференциални условия, което ще определи конкурентното им положение спрямо конкуриращите ги от други райони фирми.

Националният успех в дадена индустрия е много вероятно, ако страната е добила конкурентно предимство в повече свързани индустрии. Най-съществени са тези, които са решаващи за новаторството в отрасъла или осигуряват възможности за разделяне на дейности от критично значение. Ползата от родните доставчици и свързаните индустрии зависи от останалата част на “диаманта” [6, стр. 146]. Без достъп до авангардни фактори, условия на вътрешното търсене, които сигнализируют за подходящи посоки на промяна на продукта, или активно съперничество, близостта до местни доставчици от световна класа би дала малко предимства.

Фирмите се конкурират на световния пазар, като насочват изделията си към определена категория потребители и се съобразяват с техните нужди и потребности. И ако националният пазар има голям потенциал с претенциозни потребители, това само оказва положително въздействие върху фирмите, като ги насочва към усъвършенстване на дизайна и проследяване развитието на потребителските нужди и така те стават конкурентни на глобалния пазар, особено ако съумяват да подберат най-ефективните доставчици и не следват съперниците си, а реагират преди или едновременно с тях.

Един от елементите на диаманта е фирмената стратегия, структура и съперничество. Според Портър конкурентноспособността на даден отрасъл произтича от съчетаване на предпочитаните в страната управленчески практики и модели на организация с източниците на конкуренти предимства в отрасъла. Наличието на силни конкуренти в него е мощен стимул за създаването на конкурентни предимства. Съперниците взаимно се принуждават да намаляват разходите, да повишават качеството и обслужването и да въвеждат нови продукти и процеси.

Ъглите на диаманта взаимно се подсилват. Те представляват система, чието съществуване се реализира най-вече от вътрешното съперничество, което засилва всички други детерминанти, и също географска концентрация на фирмите, която увеличава взаимодействието на четирите отделни въздействия. При висока конкуренция фирмите се стремят да диференцират и подновяват продукцията си, с което повишават очакванията на потребителите и за да ги запазят трябва да се поддържа постоянна иновационна активност.

Ролята на държавата е в оформяне на институционалната структура и създаване на среда, стимулираща предприятията към развитие на конкурентни предимства. Тя не може да създава конкурентни в световен мащаб отрасли, а само правилата на средата в която фирмите да се съревновават. Държавата има отговорността за изграждане на основната национална инфраструктура и системата на основно, средно и висше образование, както и оформяне на програми в областта на научно-изследователската дейност.

Програмите за специализирано професионално обучение, научно-изследователската работа в университетите, свързани с определен отрасъл, дейността на нестопанските асоциации и частните корпоративни инвестиции са важни фактори, които способстват развитието на конкурентни предимства. Държавата, доколкото е възможно трябва да съсредоточи усилията си към създаване на специализирани фактори, а не да контролира факторните цени и да създава изкуствена среда за бизнеса, която в дългосрочен период е доказала своята неефективност.

В политиката на правителството трябва да са заложени дългосрочни, а не краткосрочни цели. Според Портър един отрасъл изгражда конкурентно положение за около 10 години, което е несъвместимо с времето на управление на едно правителство [6, стр. 768]. Процесът включва продължителното създаване и усъвършенстване на квалификацията на човешките ресурси, инвестиране в продукти и процеси, изграждане на междуфирмени връзки от свързани и поддържащи отрасли, както и проникване на чуждите пазари.

За да се създадат условия за състезателност държавата трябва да премахне държавните монополи, доколкото е възможно, и да либерализира ценообразуването, защото в противен случай индустрията става по-малко динамична, задушава се надпреварата и стремежа към иновации.

От друга страна тя трябва да защитава родната конкуренция, като строго съблюдава всякакви хоризонтални сливания между фирми и съгласувани политики на пазара, които биха довели до ограничаване и отслабване на стремежа към иновации, т.е. неспособност за създаване на конкурентни предимства.

Ролята на държавата е да влияе ползотворно върху развитието на четирите основни детерминанти на диаманта посредством субсидии, фискална и парична политика и стратегия за образованието. Правителството определя стандартите и качеството, на които трябва да отговаря продукта, което влияе върху критериите на потребителите, т.е. по някакъв начин оформя търсенето и очакванията им. Чрез различни правила на капиталовия пазар, размер на данъчното бреме и антитръстови закони може да се влияе върху структурата на фирмите и конкуренцията между тях.

Още един фактор, който влияе върху детерминантите на националния диамант е случайността. Това са събития, които не са обвързани с условията в страната и са извън възможностите за влияние на фирмите. Ето някои примери: изобретения; резки промени на световните финансови пазари или внезапни валутни флукутации; големи колебания в цените на петрола и други основни суровини; внезапни промени на търсенето- в регионален или световен мащаб; политически решения на чужди правителства; военни действия и пр..

Друг важен фактор, който влияе върху детерминантите на националния диамант са изобретенията и предприемачеството, които са в основата на националното предимство. Случайността за сътворяването на новости се крие зад различията в националната среда. Диамантът има силно влияние върху възможността едно изобретение да се превърне в международно с конкурентно предимство. Дания и САЩ, например, притежават специализирани фактори, претенциозно вътрешно търсене и други предимства и след като веднъж базовата технология е добре позната и усвоена от фирмите могат да се очакват нови изобретения във всички сфери.

Детерминантите на диаманта определят и степента, до която националната среда е способна да се конкурира с дадена индустрия. Те са взаимозависими, т.е. състоянието на едната често зависи от това на останалите. Желанията на претенциозните потребители не биха могли да бъдат осъзнати от фирмите, освен ако качеството на човешките им ресурси не е достатъчно високо, за да ги "разчете". Неконкурентно положение спрямо някои участници на пазара не би мотивирало иновации във фирмите, ако конкуренцията не е висока и в приоритетите на компаниите не е процесът на инвестиране в технологии, човешки ресурси и маркетинг.

Възможно е при лошо състояние на една детерминанта също да се развие конкурентноспособно положение. Например, дори вътрешното търсене да не е голямо, е възможно при отворена икономика и конкуриране навън, фирмите да развият конкурентни предимства.

Една конкурентна индустрия подпомага създаването на друга в ускорителен процес. Такава индустрия е претендиозен клиент за продуктите и услугите, от които се нуждае, а присъствието ѝ е важен фактор за развитие на доставчиците.

Загуба на завоювано конкурентно предимство може да се предизвика по много причини, на най-често срещаната е, когато чуждите потребители са по-претенциозни от местните, спрямо които фирмата следи развитието на потребителските нужди.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Създаването на условия и предпоставки за свободна конкуренция между фирмите от страна на държавата във връзка със съпътстващата процеса на изграждане на конкурентни предимства консолидация, може при определени условия да ограничи конкуренцията. В някои случаи мениджърите в опитите си да ограничат прекомерната конкуренция, за да направят средата по-предсказуема, предприемат сливания или създават неофициални споразумения, с които да ограничат съперничеството между фирмите и с това затрудняват развитието на иновационния процес.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Беярова, К. История на икономическите теории. Булвест-200, С., 1992.
- [2] Валтер Ойкен. Основи на пазарната икономика. ИК Век. С., 1997.
- [3] Смит, А. Богатството на народите. С, 1993,
- [4] Узунов, А., Обща теория на икономиката, част първа, Полипринт, С., 2003.
- [5] Химирски, Е. Икономика на развитието, ФорКом, С., 2004. Kirzner, M. Competition and Entrepreneurship. The University of Chicago Press, Chicago, 1983.
- [6] Портър, М. Конкурентното предимство на нациите. Класика и стил, С., 2004.
- [7] Boeva, V. Virtual Cellular Manufacturing Systems as a Means to Improve Market Performance of Companies, 5-th Science and Higher Education in Function of Sustainable Development, Uzice, Serbia, 2012
- [8] Kirzner, M. Competition and Entrepreneurship. The University of Chicago Press, Chicago, 1983.
- [9] Mughan, T. Competing Effectively in Proceedings of the 22nd Small Business and Entrepreneurship Development. Guilford, April, 2003
- [10] Mughan, T. Competing Effectively in: Proceedings of the 22nd Small Business and Entrepreneurship Development, Guilford, April, 2003.
- [12] Roland C., T. Atamer, P. Nunes. The Dynamics of International Competition. From Practice to Theory. London 2000.