



MYKOLO ROMERIO
UNIVERSITETAS

VERSLO SISTEMŲ KONKURENCINGUMAS

Šiuolaikinių verslo sistemų konkurencijos esmė,
funkcijos ir bruožai

Ekonomikos ir finansų valdymo fakultetas
Doc. dr. Eglė Malinauskienė

Klausimas

- Įvardinkite *tris*, Jūsų manymu, svarbiausius iššūkius, su kuriais susiduria dabartinė pasaulio ekonomika
- Kaip Jūs apibrėžtumėte konkurenciją bei konkurencingumą, ir pagrįstumėte jų reikalingumą tiek iš ekonominių, tiek ir iš socialinių pozicijų?

Paskaitos turinys

- Pagrindiniai šiuolaikinės verslo aplinkos bruožai ir jų kaitos tendencijos
- Konkurencijos bei konkurencingumo esmė ir svarba kuriant žinių ekonomiką



MYKOLO ROMERIO
UNIVERSITETAS

PAGRINDINIAI ŠIUOLAIKINĖS VERSLO APLINKOS BRUOŽAI IR JŲ KAITOS TENDENCIJOS



Pagrindiniai iššūkiai pasaulio ekonomikai 2013 m.

Pagal Pasaulio ekonomikos forumą



Įkontekstinta globalizacija

- Teigiamos ir neigiamos globalizacijos pusės
 - Mažina skurdą, tačiau didina socialinę atskirtį
 - Technologinė globalizacijos infrastruktūra įgalina, tačiau sukuria naujus iššūkius tiek viešajam, tiek ir privačiam sektoriui
- Globalizacija intensyvėja migracijos, maisto pramonės ir švietimo srityse

Naujos ekonominio augimo įgalinimo priemonės (1)

- Finansų krizė atskleidė sudėtingus pasaulio ekonomikų tarpusavio ryšius, ir išryškino globalios politikos ir valdymo ekonomikos augimo srityje poreikį
- Kodėl ekonomikų augimas lėtėja, ir ar jis gali būti atstatytas šiandieniniame įtiklintame pasaulyje?

Naujos ekonominio augimo įgalinimo priemonės (2)

- Alternatyvūs ekonominio augimo šaltiniai:
 - Gamyba, pagrįsta darnios plėtros principais
 - Investicijos į inovacijų, technologijų ir produktyvumo plėtrą
 - Inovatyvus ir kompetetingas viešasis sektorius, galintis savalaikiai ir veiksmingai reaguoti į besikeičiančios aplinkos iššūkius

Naujos ekonominio augimo įgalinimo priemonės (3)

- Pagrindinės rizikos:
 - Finansų krizė Europos Sąjungoje
 - Politiniai, ekonominiai ir socialiniai procesai JAV
 - Neaiški Kinijos ekonominio augimo kryptis

Klestėjimas įtinklintame pasaulyje

- Išnyksta ribos tarp fizinio ir elektroninio pasaulio
 - Valstybių ir verslo korporacijų vadovai yra nepasiruošę integruoti naujausias technologijas į sprendimų priėmimo procesą: technologijos tobulėja greičiau negu spėjama jas įsisavinti
 - Duomenų surinkimo kanalų ir pačių duomenų įvairovė bei kiekiai atveria naujas galimybes vyriausybėms bei verslui, tačiau atsiranda privatumo elektroninėje erdvėje problema
 - Pagrindinė grėsmė 2013 m. – kibernetinės atakos

Vertybių atkūrimas viešajame sektoriuje, versle ir visuomenėje

- Laisvos ir atviros rinkos yra puikus klestėjimo ir žmogiškojo potencialo realizacijos šaltinis, tačiau dėl vis didesnio atotrūkio tarp verslo ir socialinės gerovės jos įgalina vis didesnę socialinę atskirtį Vakarų pasaulyje
- Žmonės nebepasitiki tradicinėmis institucijomis, ir socialinių tinklų pagalba atsiranda neformalios institucijos, įgalinančios žmones veikti kartu ir spręsti iškilančias problemas
- Būtinai tradicinių institucijų persitvarkymas, įgalinantis išnaudoti technologijų teikiamas galimybes, apjungiant virtualų ir realų pasaulius
- Valstybių ir verslo lyderiai turi iš naujo prisiminti tradicines vertybes, kurios buvo pamirštos siekiant godumu pagrįsto konkurencinio pranašumo



MYKOLO ROMERIO
UNIVERSITETAS

KONKURENCIJOS BEI KONKURENCINGUMO ESMĖ IR SVARBA KURIANT ŽINIŲ EKONOMIKĄ



Konkurencijos apibrėžimai

Visuotinė lietuvių enciklopedija (2005)

- Konkurencija ekonomikoje apibrėžiama, kaip varžybos, kurių metu juridiniai ir fiziniai asmenys, užsiimantys verslu, nepriklausomai veikdami rinkoje riboja vienas kito galimybes dominuoti toje rinkoje ir skatina vartotojams reikalingų prekių bei paslaugų gamybą ir siekimą didinti jos efektyvumą

Konkurencijos apibrėžimai

R. Wish (2003)

- Konkurencija – tai kova arba varžybos dėl pranašumo, siekimas užkariauti vartotoją arba verslą rinkoje

Konkurencijos apibrėžimai

D. G. Goyder (1988)

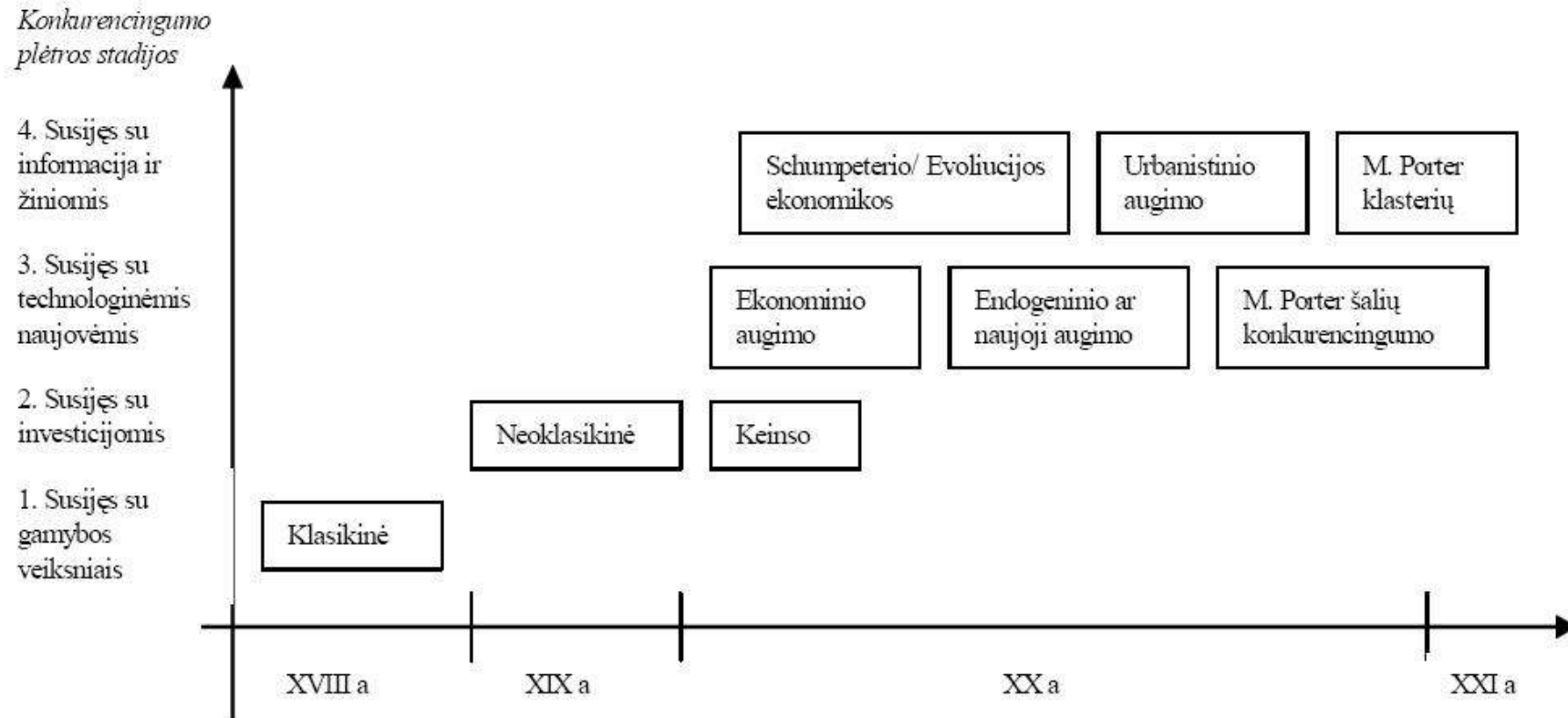
- Konkurencija – santykiai tarp bet kokio skaičiaus įmonių, kurios parduoda panašias prekes ar paslaugas tuo pačiu laiku apibrėžtam vartotojų ratui

Konkurencijos apibrėžimai

R. Stanikūnas (2009)

- Konkurencija – tai varžymosi procesas dėl rinkų ir vartotojų siekiant ekonominės naudos

Konkurencingumas įvairiose ekonomikos teorijose



Šaltinis: Renata Činčikaitė, Rasma Janeliūnienė. Įmonių konkurencingumas žinių ekonomikos sąlygomis, 2010

Konkurencingumas klasikinėje ekonomikos teorijoje (1)

- Klasikinės ekonomikos teorijos atstovai:
 - A. Smith, D. Ricardo
- Konkurencingumas – tai savo pranašumų panaudojimas gamybos našumui didinti, skirtingose pramonės šakose taikant skirtingas technologijas, darbo pasidalijimo ir specializacijos principus
- Svarbiausi veiksniai, lemiantys konkurencinį pranašumą yra kapitalas, darbo jėga, gamtos ištekliai ir žemė
- Valstybės ekonominės veiklos reguliavimas negiamai įtakoja konkurencingumą

Konkurencingumas neoklasikinėje ekonomikos teorijoje

- Neoklasikinės ekonomikos teorijos atstovai:
 - A. Maršalas, A. S. Pigu
- Konkurencingumas – tai specializacija produktų gamyboje, optimaliai išnaudojant šalyje turimus išteklius
- Technologiškai išvystyta šalis eksportuos technologijos reikalaujančius produktus, o mažiau technologiškai išvystyta – darbo jėgos reikalaujančius produktus
- Tie patys konkurencingumą įtakojantys veiksniai, kaip ir klasikinėje teorijoje, tačiau pabrėžiamas gamybos veiksnių gausos faktorius

Konkurencingumas Dž. Keinso ekonominėje teorijoje

- Ekonomikos varikliai: vartojimas, investicijos, vyriausybės išlaidos, eksportas
- Konkurencingos šalies bruožai: didelės gamybos apimtys, žemas nedarbo lygis, efektyvi vyriausybės politika, sudaromos būtinos sąlygos visiems, norintiems įeiti į rinką dalyviams

Konkurencingumas ekonominio augimo teorijoje

- Ekonominio augimo teorijos atstovai:
 - E. D. Domaro, R. M. Solou, W. Christaler, G. Myrdal, V. V. Rostou
- Konkurencingumas – tai konkurencinių gamybos veiksnių panaudojimas, skatinantis ekonomikos augimą ir keliantis šalies gerovę
- Dėmesys tiek materialinei gerovei, tiek ir individo gyvenimo kokybei
- Į ekonomiškai greičiau besivystančius regionus gamybos veiksniai (dažniausiai žmogiškasis kapitalas) juda iš lėčiau besivystančių
- Būtinai valstybės įsikišimas, užtikrinantis žinių, inovacijų, technologinės pažangos sklaidą iš ekonomiškai stiprių į ekonomiškai silpnesnius regionus

Konkurencingumas naujojoje augimo teorijoje (1)

- Endogeninio arba naujosios augimo teorijos atstovai:
 - P. Romer, R. Lucas, R. Barro, S. Rebelo
- Konkurencingumas apibrėžiamas atsižvelgiant į gamtinių išteklių ribotumą, kurie skatina endogeninius technologinius pokyčius, užtikrinančius išteklių saugojimą ir švelninančius jų ribotumo problemą
- Konkurencingumas – tai konkurencinių veiksmų naudojimas gamybos našumo didinimui, patenkinant dabartinio laikmečio poreikius ir nesukeliant pavojaus būsimoms kartoms patenkinti jų poreikius (subalansuota plėtra)

Konkurencingumas naujojoje augimo teorijoje (2)

- Pagrindiniai konkurencingumą lemiantys veiksniai: *R&D*, *know-how*, inovacijos ir investicijos į žmogiškąjį kapitalą
- Turi būti išugdomos žinios tarp šalių, regionų, sektorių ir įmonių
- Valstybė yra atsakinga už visos visuomenės kompetencijų ugdymą ir balansą tarp žinių sklaidimo, intelektinės nuosavybės apsaugos ir investicijų į R&D pelningumo

Konkurencingumas naujosios prekybos teorijoje (1)

- Ankstesnės teorijos nepaaiškina, kodėl prekyba vyksta tarp panašių šalių ir kodėl jose atsiranda nevienodų struktūrų verslai
- Naujosios prekybos teorijos atstovai:
 - P. Krugman, R. Lancaster, A. K. Dixit, V. Norman
- Prekyba tarp šalių aiškinama masto ekonomijos, produkcijos diferenciacijos ir netobulos konkurencijos principais

Konkurencingumas naujosios prekybos teorijoje (2)

- Teigė, kad galima kalbėti tik apie organizacijų, o ne šalių ar regionų, konkurencingumą
- Pagrindiniai konkurencingumą lemiantys veiksniai: darbo jėgos kvalifikacija, technologijų lygis, inovacijos, efektyvi valstybės politika inovacijų atžvilgiu, specializuota infrastruktūra, tiekėjų tinklas ir masto ekonomija

Konkurencingumas urbanistinio augimo teorijoje

- Urbanistinio augimo teorijos atstovai:
 - Alonso, Weiss, DeGrove, Nelessen, Arendt
- Miestai-regionai yra konkurencingos valstybės pagrindas
- Valstybių konkurencingumą lemia žinios ir inovacijos, kurias naudoja regione įsikūrę ekonomikos subjektai
- Bendradarbiavimas regiono viduje mažina inovacijų sąnaudas ir didina jų plėtros galimybes

Konkurencingumas J. Schumpeterio teorijoje

- Apjungė ekonomikos augimo fazes su tam tikrų tipų technologijos paplitimu, ir įrodė IT svarbą konkurencingumui ir ekonomikos plėtrai
- Siekdamas išlikti konkurencinėje kovoje įmonės savo veikloje priverstos diegti technologines naujoves, kurios lemia ekonominį jų ir visos valstybės augimą

Konkurencingumas evoliucijos ekonomikos teorijoje

- Evoliucijos ekonomikos atstovai:
 - K. Laursen, M. van Geenhuizen, J. Ritsila, J. Haukka, P. Ronde, C. Hussler
- Evoliucijos ekonomika akcentuoja žinių, inovacijų, technologijų ir mokymosi įtaką konkurencingumui, ir davė pagrindą “besimokančio regiono” sąvokos atsiradimui
- Nuolatinis mokymasis ir greitas prisitaikymas prie besikeičiančios aplinkos yra būtina sąlyga organizacijoms, regionams ir šalims konkuruoti globaliose rinkose

Konkurencingumo apibrėžimai

A. Griffiths ir F. R. Zammuto (2005)

- Konkurencingumas – tai gebėjimas valdyti savo išteklius, tokius kaip finansai, darbuotojai, technologijos, marketingo, gamybos ir kitas funkcinės žinias, išlaikyti strateginį pranašumą, išnaudoti atsirandančias galimybes

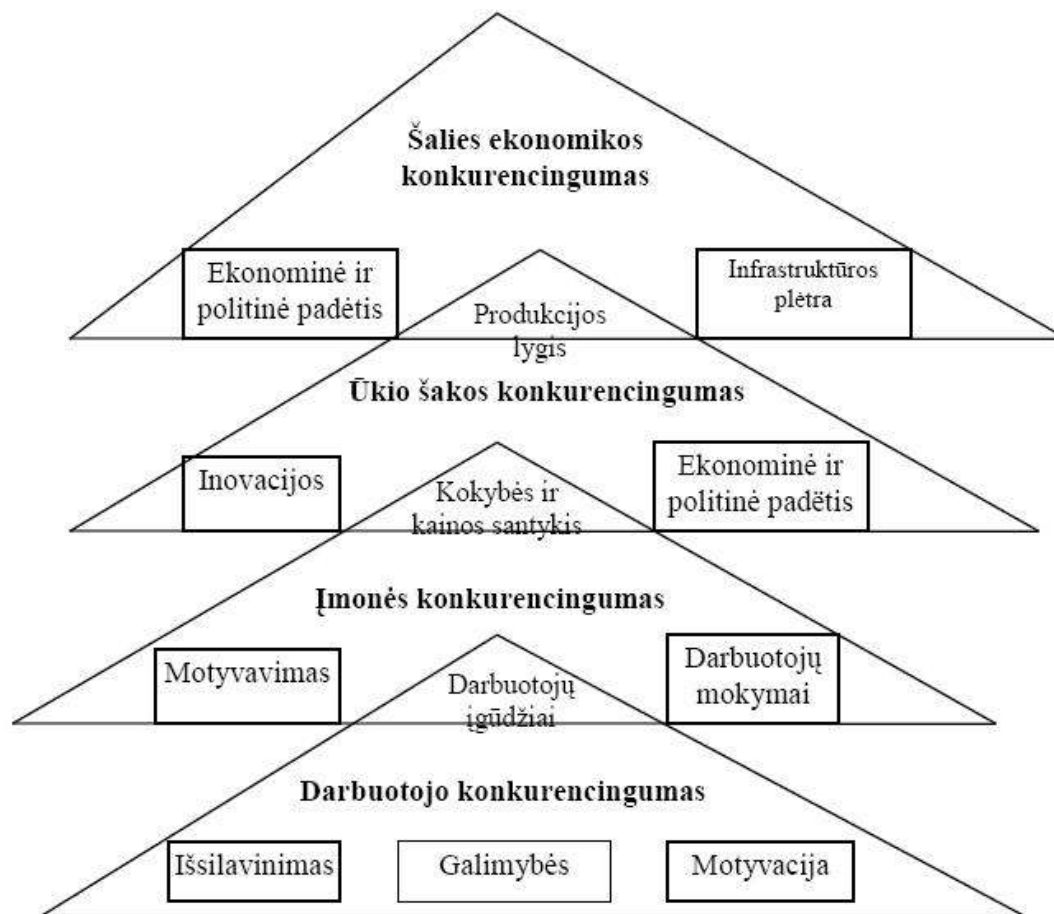
Konkurencingumo apibrėžimai

H. Trabold (1995)

- Akcentuojamos keturios konkurencijos sritys:
 - Pardavimai (eksportas)
 - Investicijų pritraukimas
 - Inovacijos
 - Uždarbis

Konkurencingumo apibrėžimai

H. Trabold (1995)



Šaltinis: Renata Činčikaitė, Rasma Janeliūnienė. Įmonių konkurencingumas žinių ekonomikos sąlygomis, 2010

Tautų konkurencingumo teorija (1)

- Tautų konkurencingumo kūrėjas M. Porter
- Susieja įmonių ir valstybių konkurencingumą, teigdamas, kad nors tarptautinėse rinkose (atskiruose jų segmentuose) konkuruoja įmonės, tačiau jų konkurencingumą lemia tam tikros ekonominės veiklos sąlygos (veiksniai) tose šalyse, iš kurių jos yra kilę

Tautų konkurencingumo teorija (2)

- Išsivysčiusios ekonomikos ir konkurencingus regionus siejo su unikaliomis žiniomis ir tarpusavyje glaudžiai bendradarbiaujančiomis ir bendra veikla susietomis įmonių grupėmis (arba klasteriais), kurioms būdinga žinių bei informacijos pasikeitimas, šiuolaikinių technologijų naudojimas, inovacijų diegimas, naši gamyba bei infrastruktūros kūrimas ar tobulinimas
- Šios grupės, sukoncentruotos pagal geografinį principą, tarpusavyje sąveikauja, vykdo bendrą veiklą ir savo specifine veikla papildo viena kitą
- Klasterius sudaro verslo kompanijos ir kitos organizacijos (pvz., universitetai, standartizacijos agentūros, prekybiniai susivienijimai ir kt.)

Strategijos ir konkurencijos ryšys

Paplitęs strategijos suvokimas

- Strategija – viena iš pavojingiausių versle ir ekonomikoje naudojamų sąvokų
- Dažniausios praktikoje strategijos (jeigu tai gali būti vadinama strategija):
 - Būti pirmoje arba antroje vietoje savo verslo segmente
 - Augimas
 - Mūsų strategija yra mūsų žmonės
 - Don't be evil (Google šūkis)

Strategijos ir konkurencijos ryšys

Kas iš tikrųjų yra strategija?

- Strategija aiškina, kaip konkurencinėje kovoje organizacija gali pasiekti išskirtinių veiklos rezultatų
 - Kas tai yra konkurencija?
 - Kaip konkurencija veikia?
 - Kaip organizacijos laimi arba pasiekia išskirtinių veiklos rezultatų
- Strategiją kuriančių ir įgyvendinančių specialistų uždavinys yra spręsti su konkurencija susijusius klausimus

Konkurencija “būti geriausiu”

- Natūralus konkurencijos suvokimas: jeigu nori laimėti, turi būti geriausias
- Klaidinantis požiūris į konkurenciją, dažniausiai vedantis prie ydingos strategijos ir vidutinių veiklos rezultatų
- Versle neegzistuoja “geriausio” sąvoka, todėl “būti geriausiu” yra neįmanomas tikslas
- Konkurencija “būti geriausiu” veda link destruktivaus nulinio rezultato: verslo subjektų suvienodėjimo ir kainos, kaip vienintelės vertės vartotojui, efekto

Konkurencija “būti unikaliu” (1)

- Konkurencija suvokiama kaip siekis sukurti išskirtinę/ unikalią vertę kitokiais negu konkurentai būdais
- Nesistengiama imituoti konkurentų, bet ieškoma inovatyvių vertės kūrimo sprendimų
- Konkurencija “būti unikaliu” veda link pozityvaus rezultato, kuomet verslas sukuria daugiau vertės vartotojui, o ne pelno siekiančios organizacijos – daugiau naudos

Konkurencija “būti unikaliu” (2)

- Konkurencija “būti unikaliu” gali pagerinti visuomenės gyvenimą visose srityse, tačiau nėra standartinio recepto, kuris galėtų bet kuriai kompanijai bet kurioje veiklos srityje
- Tačiau egzistuoja universalūs ekonominiai principai, kurie gali būti panaudoti konkurencinės aplinkos analizei ir padėti priimti teisingiausius strateginius sprendimus
- Tikrasis konkurencijos tikslas yra ne nugalėti savo konkurentus, bet būti pelningu

Skirtingos konkurencijos sampratos pagal M. Porterį

KONKURENCIJA “BŪTI GERIAUSIU”	KONKURENCIJA “BŪTI UNIKALIU”
Būti Nr. 1	Gauti didesnes pajamas
Orientacija į užimamą rinkos dalį	Orientaciją į pelningumą
Aptarnauti “geriausią” vartotoją, pasiūlant jam “geriausią” produktą	Patenkinti skirtingus tam tikro segmento vartotojų poreikius
Konkurencija per imitaciją	Konkurencija per inovacijas
NULINIS REZULTATAS (ANGL. ZERO-SUM)	TEIGIAMAS REZULTATAS (ANGL. POSITIVE SUM)
Varžybos, kuriose niekas nelaimi	Daug laimėtojų, daug įvykių

Šaltinis: Joan Magretta, *Understanding Michael Porter: The Essential Guide to Competition and Strategy*, 2011