

ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И НАЦИОНАЛЬНАЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

© 2016 г. Г. Олевский

Активизация предпринимательской деятельности рассматривается в контексте проблем укрепления конкурентоспособности страны. Национальная конкурентоспособность исследуется на основе анализа структуры и динамики индексов, отражающих место страны в мировой экономической системе. В качестве важного фактора повышения национальной конкурентоспособности выделяется интернационализация предпринимательской деятельности, где особая роль отводится созданию глобальных предприятий. Делается вывод о том, что современная информационно-технологическая инфраструктура рынка и революционные технологии обрабатывающей промышленности открывают новые горизонты интернационализации перед предпринимателями-промышленниками.

Ключевые слова: интернационализация предпринимательской деятельности, национальная конкурентоспособность, обрабатывающая промышленность

Статья поступила в редакцию 04.04.2016.

DOI:10.20542/0131-2227-2016-60-12-17-26

Термин “конкурентоспособность” давно и прочно используется в науке, бизнесе и политике с учетом специфики каждой из названных сфер человеческой деятельности. Конкурентоспособность страны определяется в первую очередь ее местом в мировой экономической системе. Определение этого места путем составления различных рейтингов часто превращается в средство идеологической и политической борьбы.

Для оценки конкурентоспособности стран в последнее время достаточно широко используются два основных индикатора: Индекс глобальной конкурентоспособности (*Global Competitiveness Index, GCI*) и Индекс конкурентоспособности бизнеса (*Business Competitiveness Index, BCI*). Они ежегодно рассчитываются и публикуются в отчетах Всемирного экономического форума (*World Economic Forum, WEF*). При этом глобальная конкурентоспособность рассматривается как совокупность институциональных, политических и ресурсных факторов, способных обеспечить процветание национальной экономики.

Каков же вклад предпринимательского сообщества в укрепление национальной конкурентоспособности? В поиске ответа на этот вопрос стоит обратиться к идеям формирования рыночной стратегии корпорации, сформулированным еще в 1980-е годы американским экономистом М. Портером.

Суть конкурентной стратегии, по его мнению, состоит в сопоставлении результатов и условий деятельности компании и ее окружения. При всей возможной широте такого окружения ключевым элементом внешней среды для каждой фирмы является отрасль или отрасли, в которых она конкурирует. Отрасль, согласно Портеру, – это группа компаний, производящих продукты-субституты. Структура отрасли в значительной мере определяет конкурентные правила игры, а также варианты стратегии, разрабатываемые для фирмы [1, сс. 37-39].

Конкурентная стратегия в представлении М. Портера должна учитывать структуру рынка, на котором оперирует компания. Предложенный им подход позволяет определять так называемую цепочку ценности компании, то есть анализировать все ее взаимосвязанные виды деятельности, создающие ценность [2, с. 99, 103]. Конкурентные преимущества компании укрепляются по мере повышения эффективности тех ее видов деятельности, которые и формируют цепочку ценности.

Таким образом, состояние бизнес-среды страны может оцениваться исходя из количества, качества и уровня взаимодействия местных поставщиков. Не случайно, в отчетах о глобальной конкурентоспособности акцентируется внимание на взаимосвязи компаний и поставщиков в географически близких группах (кластерах). Формирование таких кластеров расширяет возможности для внедрения технологических, организационных и продуктовых инноваций и снижения рыночных барьеров [3, pp. 36-37].

ОЛЕВСКИЙ Григорий Михайлович, доктор экономических наук, профессор Латвийского университета, Латвия, Рига, LV-1586, Бульвар Райня, 19 (grigorijs.olevskis@lu.lv).

РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА
И НАЦИОНАЛЬНАЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

В отчете *WEF 2015–2016* индексы глобальной конкурентоспособности рассчитаны для 140 стран. В основу положен анализ результатов опроса более 14 тыс. руководителей компаний и статистических показателей, обобщенных в рамках 12 групп (*pillars*). Даже простое перечисление индикаторов (инфраструктура, макроэкономическая стабильность, развитость финансового рынка, размер внутреннего рынка, конкурентоспособность компаний) свидетельствует о политико-экономическом подходе к ранжированию государств по уровню национальной конкурентоспособности.

Большинство стран из Топ-10 по объему ВВП в 2014 г. не вошли в число 10-ти ведущих глобально конкурентоспособных экономик (табл. 1). Высокое место в рейтинге сумели сохранить лишь три страны: США, Япония и Германия. Вряд ли правомерно напрямую связывать конкурентоспособность национальной экономики с размером ВВП, хотя бы потому, что в его формировании огромную роль играют масштабы внутреннего спроса, зависящие в первую очередь от численности населения. Весьма характерный пример – Индия. Занимая высокое 9-е место в мире по размерам ВВП, она оказалась лишь 55-й в рейтинге глобальной конкурентоспособности. Важно помнить и о межстрановых различиях в уровнях покупательной способности населения, паритетах валютных курсов и т.п.

При ранжировании стран по критерию “уровень развития бизнеса” (*business sophistication*) в отчете *WEF 2015–2016* учитываются два основных па-

раметра: качество операций и стратегий компаний и качество национальной бизнес-среды. Именно они, как подчеркивают авторы отчета, особенно важны для тех стран, которые исчерпали традиционные источники экономического роста [3, pp. 36-37]. Любопытно, что в группу рейтинг-лидеров по данному критерию вошли только 4 промышленно развитые страны: Япония (2-е место в рейтинге с индексом 5.77 из 7 возможных), Германия (3-е место с индексом 5.70), США (4-е место с индексом 5.60) и Великобритания (6-е место с индексом 5.54). Россию составители отчета поставили лишь на 80-е место (индекс 3.79).

Для ранжирования стран по критерию “конкурентоспособность компаний” в отчете использованы три основных индикатора, методологически определяемых концепцией М. Портера: природа конкурентного преимущества (формы и методы хозяйствования, обеспечивающие компании успех в конкуренции); уровень развития кластеров (масштабы распространения в национальной экономике географически сконцентрированных компаний, связанных общими бизнес-интересами); величина “цепочки ценности” (количество и качество видов деятельности, укрепляющих или снижающих конкурентоспособность компании).

Обращает на себя внимание очень высокая оценка (6.4 из 7 возможных) природы конкурентного преимущества Японии. Для сравнения: в США показатель заметно ниже – лишь 5.6. Важную роль в формировании конкурентного преимущества страны Восходящего солнца на мировой арене, безусловно, играет высокий уровень конкурентоспособности японских корпораций, но нельзя забывать и о вкладе малых и средних предприятий (МСП). По данным ОЭСР, в 2012 г.

Таблица 1. Индексы глобальной конкурентоспособности стран, входящих в топ-10 по объему ВВП, 2014 г.

Страна	Топ-10 по объему ВВП	Индекс глобальной конкурентоспособности			
		место в рейтинге	индекс	в том числе по критерию “уровень развития бизнеса”	
				место в рейтинге	индекс
США	1	3	5.61	4	5.60
Китай	2	28	4.89	38	4.32
Япония	3	6	5.47	2	5.77
Германия	4	4	5.53	3	5.70
Великобритания	5	10	5.43	6	5.54
Франция	6	22	5.13	20	5.06
Бразилия	7	75	4.08	56	4.08
Италия	8	43	4.46	24	4.84
Индия	9	55	4.31	52	4.15
Россия	10	45	4.44	80	3.79

Источник: [3, 4].

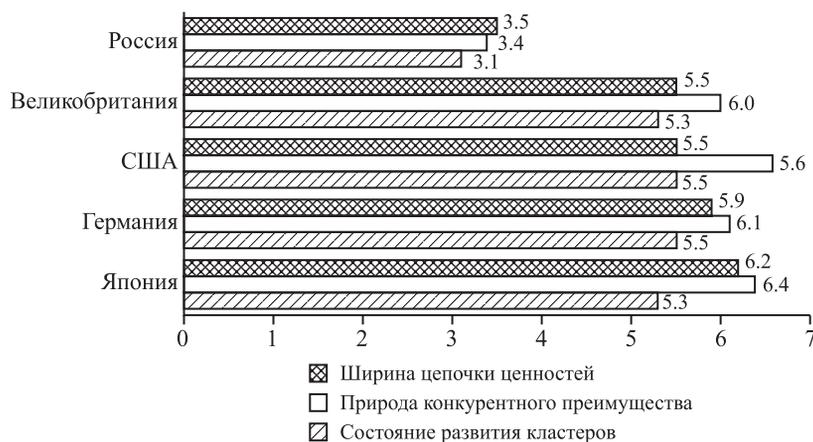


Рис. 1. Индексы ранжирования стран по критерию “конкурентоспособность компаний”

Источник: [3].

на них приходилось 99.7% зарегистрированных в стране фирм и 74% занятых [5, р. 29]. Весом вклад малого и среднего бизнеса и в других промышленно развитых странах. В частности, в Европейском союзе в 2012 г. МСП составляли свыше 99.8% рыночно активных предприятий и предоставили 67% рабочих мест, в том числе в Германии 99.5 и 62.5% соответственно, в Великобритании – 99.7 и 53% [6].

Японское государство оказывает ощутимую поддержку малым и средним предприятиям. Вложения из государственного бюджета обеспечивают около 10% их финансирования, а с учетом государственных гарантий эта цифра возрастает до 20%, что намного выше, чем в других странах ОЭСР [5, р. 29]. Такая имеющая признаки протекционизма государственная поддержка предпринимательства в Японии, вероятно, весьма эффективна. Косвенным свидетельством этого служит отсутствие проблемы финансирования в списке факторов, которые, по мнению самих японских предпринимателей, в наибольшей степени сдерживают развитие бизнеса. Между тем их коллеги из Германии, Великобритании и России, по данным отчета *WEF 2015–2016*, именно доступ к источникам финансирования назвали одним из пяти главных факторов, осложняющих предпринимательскую деятельность (табл. 2). Три из пяти основных факторов, затрудняющих предпринимательскую деятельность, оказались общими для респондентов из Японии, Германии, США, Великобритании и России: неэффективность государственной бюрократии; сложность налогового законодательства; высокий уровень ставок налогообложения.

Любопытно, что опрошенные российские предприниматели главной причиной трудностей

ведения бизнеса назвали коррупцию. Иными словами, посягательство чиновников на участие в доходах от предпринимательской деятельности не только создает предпосылки для торможения экономического роста и деформации конкурентного механизма внутреннего рынка, но и подрывает позиции страны на мировом рынке. Предприниматели же индустриально развитых стран, давно и успешно действующие без коррупционных тисков, недовольны главным образом налоговой системой, в первую очередь размерами прибыли, остающейся в их распоряжении после уплаты налогов. Фактически речь может идти об отсутствии у предпринимателей средств, необходимых для оплаты услуг юристов, способных уменьшить размер налогооблагаемой прибыли за счет включения части выручки в обоснованные затраты. К тому же, несмотря на высокий уровень развития гражданского общества, активность в лоббировании интересов МСП и в индустриально развитых странах несопоставима с активностью крупных корпораций.

В последние 30 лет крупнейшие мировые корпорации, в частности западные, демонстрируют значительный рост прибылей. Их чистая прибыль в реальном выражении увеличилась с 2 трлн долл. в 1980 г. до 7.2 трлн. – в 2013-м. Причем основными получателями выгоды (бенефициарами) оказались компании, имевшие ежегодные продажи на сумму 1 млрд долл. и более. Сегодня на 10% публично котирующихся на мировом рынке фирм приходится 80% прибылей корпораций [7].

Предприниматели оказываются как бы между Сциллой налогового прессинга и Харибдой непомерных appetитов корпораций. Способно ли в таком случае современное предпринимательство

Таблица 2. Факторы, затрудняющие ведение бизнеса в стране

Япония	Германия	США	Великобритания	Россия
уровень ставок налогообложения				
сложность налогового законодательства				
неэффективность государственной бюрократии				
Япония	Германия	США		
ограничения законодательства о труде				
Германия	Великобритания	Россия		
доступ к источникам финансирования				
США	Великобритания			
недостаточный уровень образования рабочей силы				
		Япония		
недостаточный инновационный потенциал				
		Россия		
коррупция				

Источник: [3].

сохранить себя и остаться притягательной сферой приложения труда? Для того чтобы этот вопрос не перешел в категорию риторических, необходимо оценить перспективы предпринимательской деятельности в условиях широкомасштабного наступления крупных корпораций. Иными словами, возможно ли мирное сосуществование корпораций и МСП, предпринимателей и корпоративного менеджмента в мировом рыночном пространстве, реальном и виртуальном.

ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ VERSUS КОРПОРАЦИИ

Столкновение интересов предпринимателей и менеджмента корпораций на мировом рынке обычно связано с процессом интернационализации производственно-коммерческой деятельности. Длительное время он традиционно отождествлялся с экспортно-импортными сделками, проводившимися преимущественно корпорациями. Сегодня же активными участниками интернационализации производственно-коммерческой деятельности все чаще становятся малые и средние предприятия.

Одно из приоритетных направлений участия малого и среднего бизнеса в процессе интернационализации – появление предприятий, рожденных глобальными (*born global*), то есть изначально ориентированных на внешние рынки (да-

лее – РГП). Их владельцы и менеджмент делают ставку на быстрое освоение мирового рыночного пространства, зачастую даже не располагая всеми необходимыми для этого ресурсами. В отличие от них, предприятия, первоначально ориентированные на внутренний рынок и осуществляющие выход за его границы лишь по мере накопления необходимых ресурсов, опыта и информации, относят к преобразованным в глобальные (*born again global*).

Репрезентативная официальная статистика о результатах деятельности РГП отсутствует. Однако анализ исследований этого феномена в отдельных странах показывает, что быстрый выход за границы внутреннего рынка может быть весьма успешным. Так, результаты деятельности 5877 бельгийских предприятий, которые в период 1998–2005 гг. начали экспортировать продукцию и услуги, показали, что именно РГП¹: во-первых, сформировали основную долю (60%) прироста общего объема экспорта МСП страны; во-вторых, способствовали созданию почти 1/3 (31.2%) новых рабочих мест [8, pp. 8-9].

Для РГП обычно характерны следующие основные признаки:

¹ К рожденным глобальными авторы исследования относят предприятия, которые уже течение первых 5 лет с момента создания проводили экспортные операции в 5 и более странах, одна из которых не являлась членом ЕС.

1. Систематическое участие в процессе интернационализации исходя из используемой в производстве технологии и отраслевой специализации, а также места предприятия в цепочке создания добавленной стоимости.

2. Обладание относительно небольшими финансовыми, материальными и человеческими ресурсами по сравнению с корпорациями, доминирующими в международной торговле и инвестициях.

3. Локализация главным образом в высокотехнологичных отраслях.

4. Ориентированность владельцев и менеджмента на интернационализацию. При этом в знаниеемких секторах экономики особую роль играют навыки топ-менеджмента в международном бизнесе.

5. Акцентирование внимания на разработке уникального дизайна разнообразной продукции, сконцентрированной на ограниченном сегменте рынка, который для корпораций, как правило, слишком мал.

6. Активное использование информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) для сегментирования глобального рынка и нахождения узко специализированных покупателей, что позволяет устанавливать контакты с партнерами и клиентами по всему миру практически без затрат [9, p. 13].

Традиционное для предпринимательской деятельности ограничение – ресурсный дефицит – характерен и для РГП. В условиях такого дефицита решения о выходе в мировое рыночное пространство основываются в первую очередь на возможностях ИКТ. В свою очередь, развитие информационно-коммуникационной инфраструктуры мирового рынка стимулирует появление РГП. Магия Всемирной паутины превращает обывателя в предпринимателя, или человека, который способен, как писал в эпоху господства машинного производства Й. Шумпетер, преодолеть рутину повседневной жизни и сопротивление среды существования [10, pp. 170-174]. Правда, нередко человек, способный оценить риски предпринимательства на реальном локальном рынке, может терять бдительность перед экраном монитора.

Практически безграничная информационная насыщенность рыночного пространства является сильнейшим стимулом активизации творческого начала предпринимательской деятельности. Два основных условия определяют масштабы и интенсивность виртуальной предпринимательской деятельности:

– необходимое, то есть способность потенциальных покупателей товаров и услуг пользоваться достижениями ИКТ. Определенное представление о степени развитости такого рода способностей дает уровень компьютерных навыков интернет-пользователей. Повышение компьютерной грамотности позволяет участникам рынка более оперативно реагировать на изменения конъюнктуры. Вместе с тем завышенная оценка ИКТ-возможностей, снижающая для предпринимателя психологический барьер риска, может приводить к неудачам в реализации бизнес-проектов;

– достаточное, то есть наличие желания предпринимателей вкладывать деньги в освоение ИКТ и ведение бизнеса на виртуальном рынке.

Активными предпринимателями на реальном рынке могут быть малые предприятия, владельцы которых обладают компьютерной грамотностью и используют возможности ИКТ. Высокий уровень компьютерной грамотности, умение находить оперативную информацию о рыночной ситуации с помощью ИКТ повышают **гибкость предпринимательства**. Она характерна в первую очередь для средних предприятий, действующих в тех секторах экономики, которые могут обеспечить высокую прибыльность на вложенный капитал.

С такими способными быстро приспосабливаться к изменениям условий хозяйствования предпринимателями весьма охотно сотрудничают корпорации, в том числе посредством аутсорсинга. На профессиональное освоение виртуального рыночного пространства в целях получения спекулятивной прибыли на валютном рынке и рынке ценных бумаг опирается **динамичное предпринимательство**, часто представленное крупным бизнесом, использующим интернет-технологии [11, p. 32].

Информационно-технологическая инфраструктура рынка играет важную роль в интернационализации предпринимательской деятельности и распространении РГП. Демократичный характер пользования ИКТ ускорил их количественный рост. Привлекательность интернационализации предпринимательской деятельности повышается и в силу появления производственных технологий, доступных малому и среднему бизнесу и в особенности предприятиям обрабатывающей промышленности. Обрабатывающая промышленность сегодня превратилась в основную движущую силу экономического роста благодаря внедрению в производство в конце XX в. новейших достижений науки и технологий.

НАЦИОНАЛЬНАЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Определяющий вклад предприятий обрабатывающей промышленности в ускорение экономического роста и, следовательно, в укрепление конкурентоспособности страны отражается, в частности, в индексе конкурентоспособности промышленности (*Competitive Industrial Performance Index, CIP*), рассчитываемом ЮНИДО. Конкурентоспособность промышленности специалисты ЮНИДО определяют как долю промышленной продукции с высоким уровнем добавленной стоимости в общем объеме производства на мировом и внутреннем рынках. Расчет *CIP* производится с использованием 8 показателей, объединенных в 3 группы:

– первая характеризует способность обрабатывающей промышленности страны производить и экспортировать продукцию исходя из размеров добавленной стоимости и экспорта на душу населения;

– вторая определяет уровень технологического развития страны с использованием комплексных оценок интенсивности индустриализации и качества экспорта;

– третья оценивает вклад страны в мировое промышленное производство исходя из ее доли в мировой добавленной стоимости и объеме мировой торговли [12].

В 2014 г. лидирующие позиции в мире по размерам добавленной стоимости, произведенной обрабатывающими предприятиями, сохранили за собой США (табл. 3). Однако по величине *CIP* (0.442 за 2013 г.) они разделили с Южной Кореей лишь 3–4 места, уступив пальму первенства ФРГ (0.576) и Японии (0.466). В рейтинге глобальной конкурентоспособности США в последние годы также оставались третьими.

Китай, занимающий второе место по размерам добавленной стоимости, уступает мировым лидерам не только по величине *CIP* (0.366), но и по уровню глобальной конкурентоспособности (только 28-е место по результатам 2014–2015 гг.). На близких позициях находится Южная Корея – 26-е место в рейтинге глобальной конкурентоспособности. Более убедительны результаты Германии – четвертое место в рейтинге в 2015 г.

Заметный разрыв в уровнях рассматриваемых рейтингов у Китая может быть связан с тем, что обрабатывающая промышленность стала од-

ним из наиболее значимых секторов экономики страны. В 2014 г. она формировала 1/3 ВВП и обеспечивала 11.7% общей численности занятых в народном хозяйстве. Среднегодовые темпы прироста промышленного экспорта в КНР в 2000–2013 гг. составляли 18.8% (в мире в целом около 8%). В 2008 г. страна стала крупнейшим в мире экспортером продукции обрабатывающей промышленности, а в 2013-м ее доля достигла 16.8% мирового объема промышленного экспорта [12, p. 173, 186, 191].

Другие отрасли китайской экономики ориентированы главным образом на удовлетворение спроса на весьма емком внутреннем рынке. Ненасыщенный в ряде сегментов внутреннего рынка потребительских товаров и услуг спрос и государственное регулирование смягчают остроту конкуренции на внутреннем рынке страны. Именно эти обстоятельства учитывают, надо полагать, эксперты при оценке конкурентоспособности китайской экономики в глобальном масштабе.

Совершенно иная ситуация складывается в стране первой промышленной революции – Великобритании. При высоком десятом месте в рейтинге глобальной конкурентоспособности в рейтинге конкурентоспособности промышленности она не поднялась выше 19-го места. И это несмотря на то, что обрабатывающие предприятия страны по объему производства добавленной стоимости в 2014 г. сумели занять 7-е место. Принимая во внимание тот факт, что для расчета *CIP* используется показатель, определяющий способность обрабатывающей промышленности производить и экспортировать продукцию, есть основания полагать, что попадание Великобритании во вторую десятку стран по уровню *CIP* связано именно с недостаточной экспортной конкурентоспособностью. В 2013 г. доля экспорта продукции обрабатывающей промышленности в общем объеме ее промышленного экспорта составила 76.3%, при этом на высоко- и среднетехнологичный экспорт приходилось 57.1% (рис. 2.)

К средне- и высокотехнологичным отраслям обрабатывающей промышленности в отчете ЮНИДО-2016 отнесены следующие:

- производство химических продуктов;
- производство машин и оборудования;
- производство электронно-вычислительных машин;
- производство электрического оборудования;
- производство аппаратуры для радио, телевидения и связи;

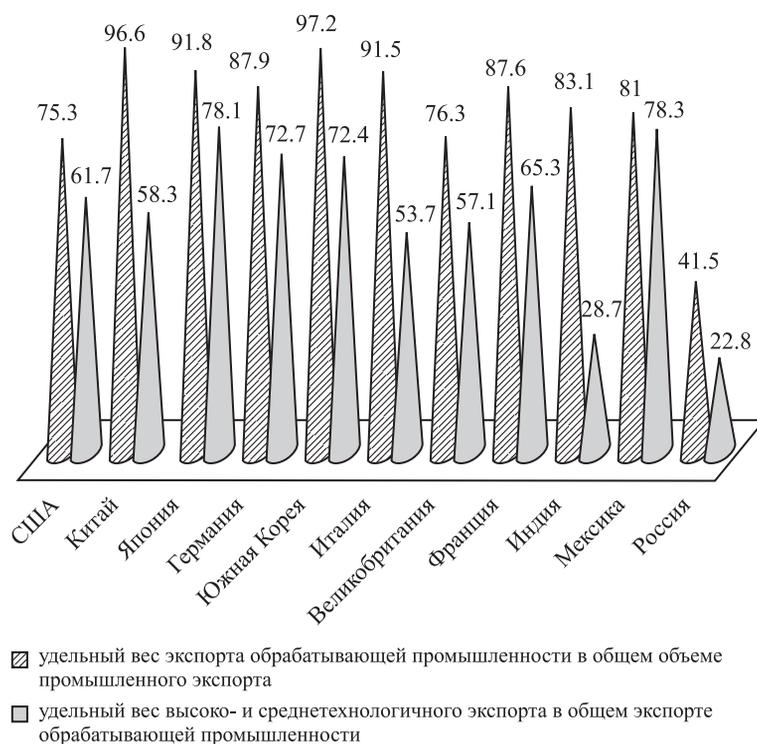


Рис. 2. Характеристики экспорта продукции обрабатывающей промышленности стран – лидеров по производству добавленной стоимости в 2014 г., %
Источник: [12, pp. 224-226].

– производство медицинских приборов и оптических инструментов, наручных и прочих часов;
– производство автомобилей и прочего транспортного оборудования.

По уровню технологичности промышленного экспорта Великобритания заметно отстает не только от Японии и Южной Кореи, но и от ФРГ – до недавнего времени главного партнера и конкурента в ЕС. В первую очередь это обусловлено расстановкой сил на мировом автомобильном рынке, где Япония, Германия и Южная Корея занимают ведущие позиции. В целом же не только в Великобритании, но и в других промышленно развитых странах (Франции, Италии и, безусловно, России) затягивается переход от традиционного машинного производства к широкомасштабному использованию в обрабатывающей промышленности новейших технологий, что не может не отражаться на структуре и эффективности экспорта² [14, pp. 20-22]. Предприниматели далеко не всегда могут рассчитывать на активную

экономическую поддержку государства (льготное кредитование и налогообложение, страхование экспортных сделок и т.п.) в проведении исследований и внедрении их результатов в производство.

Пример, достойный подражания, демонстрирует в этом отношении Южная Корея, где в 1990-е годы осуществлялся переход от прямой финансовой помощи к предоставлению налоговых льгот инновационному предпринимательству и в первую очередь малым и средним предприятиям на этапе освоения новейших технологий. Благодаря этому удельный вес затрат МСП на исследования и разработки в ВВП возрос с 1.7% в 1991 г. до 4.1% в 2013-м. Субсидии позволили МСП опередить крупные предприятия по удельному весу добавленной стоимости в производимой продукции (соответственно 50.8 и 49.2%) [12, p. 57]. В результате целенаправленного государственного стимулирования инновационного предпринимательства Южная Корея в 2014 г. смогла занять лидирующие позиции в мире по доле продукции обрабатывающей промышленности (97.2%) в промышленном экспорте. При этом в рейтинге глобальной конкурентоспособности в 2014 г. она вышла на 26-е место, опередив КНР (28-е).

² Специалисты *WEF* отмечают свойственные Великобритании высокие затраты на экспорт и проблемы с выходом на рынки других стран. Россия же по-прежнему ориентирована прежде всего на экспорт энергоносителей, заметно уступая другим промышленно развитым странам в экспорте продукции с высокой добавленной стоимостью [13].

Таким образом, повышение конкурентоспособности промышленности требует увеличения финансовой поддержки МСП в обрабатывающих отраслях, создания эффективного финансово-кредитного механизма, в том числе для предприятий, производящих технику и технологии для потребительского сектора. Ориентация только на крупное производство вряд ли сможет обеспечить переход к более конкурентоспособной и технологически совершенной промышленности. Лишь сбалансированная экономическая система, включающая значительную долю МСП, будет способствовать большей экономической гибкости, расширению потенциала для развития, созданию значительного числа рабочих мест [15, р. 19].

Другое важное направление – развитие кооперации между ведущими корпорациями и малым и средним бизнесом в обрабатывающей промышленности. Привлечение МСП в качестве дочерних или аффилированных предприятий, давно и успешно практикуемое в промышленно развитых странах, способно стать катализатором ее ускорения.

Лишь немногие фирмы, по мнению экспертов ООН, непосредственно участвуют в экспортной торговле. Высокая производительность – предпосылка работы на экспорт, а не ее итог. Выход более производительных фирм на внешний рынок – это результат их самостоятельного выбора, поскольку только такие фирмы готовы нести дополнительные расходы, связанные с изучением спроса и созданием сбытовых сетей на экспортных рынках. После выхода на внешний рынок они могут добиться еще больших успехов благодаря эффектам обучения. Работа с покупателями из других стран и международная конкуренция способствуют повышению качества и технического уровня продукции, поскольку предполагают необходимость освоения новых технологий, использования качественных производственных ресурсов и, соответственно, создания с их помощью более дорогих и качественных товаров для удовлетворения спроса требовательных клиентов на экспортных рынках [16, pp. 124-125].

Наконец, особого внимания заслуживает еще одно важное направление – развитие информационно-коммуникационной инфраструктуры экономики, расширяющее возможности выхода МСП в виртуальное и реальное пространство мирового рынка. Рожденные глобальными (благодаря Интернету) предприятия получают доступ на мировой рынок в режиме реального времени и более не должны, как справедливо отмечают аналитики Европейской комиссии, развиваться по традиционной траектории – от медленного, занимающего десятилетия укрепления и расширения позиций

на локальном рынке до превращения в глобальное предприятие.

Это обстоятельство принципиально меняет правила игры и архитектуру корпораций. Наделенным конкурентными преимуществами по определению им приходится конкурировать с молодыми предприятиями, которые не обременены высокими организационными издержками и способны рождать прорывные инновации³, быстро изменяя модель реализации бизнеса. Неуклонное же стремление к росту производительности и близость к потенциальным потребителям дополняют картину и усиливают их позиции. Поэтому не удивительно, что корпорации почувствовали в РГП угрозу своей безопасности в XXI в. [18, р. 6].

* * *

Интернационализация сможет повысить активность предпринимательства в том случае, если будут выполнены следующие условия:

- выражена готовность глобально мыслящих предпринимателей продвигать на мировой рынок оригинальные бизнес-идеи;

- созданы механизмы поддержки МСП на национальном и наднациональном уровне, обеспечивающие эффективную консультативную деятельность и достаточные размеры денежных ресурсов;

- проявлена заинтересованность корпораций в сотрудничестве с осваивающими новые рынки предпринимателями, в особенности с РГП.

Не противостояние, а конкурентное сотрудничество лежит в основе таких хорошо зарекомендовавших себя форм интернационализации предпринимательской деятельности, как производственное кооперирование и аутсорсинг. В обрабатывающей промышленности корпорации через договоры подряда могут сотрудничать с большим количеством МСП, производящих отдельные узлы и детали конечного продукта. Материальная основа такого сотрудничества заложена, в частности, в технологии аддитивного производства, или так называемого послойного синтеза в процессе создания продукта (из порошка, жидкости или расплава). Одним из удачных его примеров уже стало использование трехмерной печати в таких высокотехнологичных

³ Под прорывными, или подрывными (*disruptive*), инновациями понимается любая инновационная идея, продукт или услуга, образующие рынки на основе применения новых правил, ценностных ориентиров и моделей. В конечном итоге рынки, образованные прорывными (подрывными) инновациями, разрушают и/или опережают уже существующие, вытесняя с них сложившиеся альянсы и устаревшие технологии [17].

отраслях, как аэрокосмическая и автомобильная, производство электрического оборудования и медицинских приборов.

Кардинальные изменения механизма функционирования рынка, способствовавшие переходу от массового к адресному предложению товаров и услуг, создали предпосылки для качественного преобразования предпринимательства. Современные формы предпринимательства характеризуются большим разнообразием – от традиционной

торговой лавочки или ремесленной мастерской до инновационного предприятия, имеющего свои представительства в разных странах. Как на ранних этапах формирования предпринимательства, так и сегодня эволюция небольшого семейного бизнеса в транснациональную корпорацию является вполне реальным делом. Вот почему активизация деятельности предпринимателей есть условие ускорения экономического роста страны, фактор повышения ее конкурентоспособности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

1. Портер М. *Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов*. О. Нижельская, науч. ред. Перевод с англ. Москва, Альпина Бизнес Букс, 2005. 454 с. [English edition: Porter M. *Competitive Strategy. Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York, The Free Press, 1980. 405 p.]
2. Минцберг Г., Альстранд Б., Лампель Ж. *Стратегическое сафари. Экскурсия по джунглям стратегического менеджмента*. Перевод с англ. Москва, Альпина Паблишер, 2013. 367 с. [English edition: Mintzberg H., Ahlstrand B., Lampel J. *Strategy Safari: A Guided Tour through the Wilds of Strategic Management*. New York, The Free Press, 1998. 409 p.]
3. *The Global Competitiveness Report 2015–2016*. Geneva, World Economic Forum, 2015. Available at: http://www3.weforum.org/docs/gcr/2015–2016/Global_Competitiveness_Report_2015–2016.pdf (accessed 15.12.2015).
4. *Gross domestic product 2014*. World Development Indicators Database. Washington, World Bank. September 18, 2015. Available at: <http://databank.worldbank.org/data/download/GDP.pdf> (accessed 17.11.2015).
5. *OECD Economic Surveys: Japan 2015*. Vol. 2015/14. OECD Publishing, April 2015. 141 p.
6. *Statistics on Small and Medium-sized Enterprises*. Brussels, Eurostat, 2015. Available at: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Statistics_on_small_and_medium-sized_enterprises (accessed 21.12.2015).
7. *Playing to Win: the New Global Competition for Corporate Profits*. McKinsey Global Institute. September 2015. Available at: http://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/dotcom/Insights/Corporate%20Finance/The%20new%20global%20competition%20for%20corporate%20profits/MGI%20Global%20Competition_Full%20Report_Sep%202015.ashx (accessed 10.12.2015).
8. Onkelinx J., Sleuwaegen L. Internationalization Strategy and Performance of Small and Medium Sized Enterprises. *National Bank of Belgium. Working Paper Research*, no. 197. October 2010. 45 p. Available at: <https://www.nbb.be/en/articles/working-paper-ndeg-197> (accessed 15.09.2015).
9. Rasmussen E., Tanev S. The Emergence of the Lean Global Startup as a New Type of Firm. *Technology Innovation Management Review*, November 2015, vol. 5, issue 11, pp. 12-19. Available at: <http://timreview.ca/article/941> (accessed 17.12.2015).
10. Шумпетер Й. *Теория экономического развития. Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры*. Перевод с нем. Москва, Прогресс, 1982. 458 с. [German edition: Schumpeter J. *Theorie der Wirtschaftlichen Entwicklung. Eine Untersuchung über Unternehmergewinn, Kapital, Kredit, Zins und Konjunkturzyklus*. Sechste Auflage. Berlin, Duncker und Humblot, 1964, 342 s.]
11. Олевский Г.М. Информационно-коммуникационная составляющая современного предпринимательства. *Мировая экономика и международные отношения*, 2012, № 10, сс. 30-39. [Olevsky G. *Informatsionno-kommunikatsionnaya sostavlyayuschaya sovremennogo predprinimatelstva* [Information and Communication Component of Modern Entrepreneurship]. *Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnye otnosheniya*, 2012, no.10, pp. 30-39.]
12. *Industrial Development Report 2016. The Role of Technology and Innovation in Inclusive and Sustainable Industrial Development*. United Nations Industrial Development Organization (UNIDO), Vienna, November 2015. 262 p.
13. *The Global Competitiveness Report 2014–2015*. Geneva, World Economic Forum, 2014. Available at: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2014–2015/> (accessed 26.11.2015).
14. *The Global Enabling Trade Report 2014*. Geneva, World Economic Forum, 2014. 353 p. Available at: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalEnablingTrade_Report_2014.pdf (accessed 20.10.2015).

15. *Отчет о промышленном развитии-2013. Устойчивый рост занятости: роль обрабатывающей промышленности и структурных изменений.* Вена, Организация Объединенных наций по промышленному развитию (ЮНИДО), 2013. 42 с. [Industrial Development Report 2013. Sustaining Employment Growth: The Role of Manufacturing and Structural Change. UNIDO (In Russ.)] Available at: http://www.unido.org/fileadmin/user_media_upgrade/Resources/Publications/IDR/IDR_2013_OVERVIEW_RUSSIAN_EBOOK.pdf (accessed 10.11.2015).
16. *Доклад о торговле и развитии. 2014.* Доклад секретариата Конференции Организации Объединенных Наций по торговле и развитию. 2014. 258 с. [Trade and Development Report-2014. UNCTAD (In Russ.)] Available at: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tdr2014_ru.pdf (accessed 24.11.2015).
17. *Disruptive Innovation. Digital Agenda for Europe.* Available at: <https://ec.europa.eu/digital-agenda/en/open-disruptive-innovation-0> (accessed 17.11.2015).
18. *Integration of Products and Services. Taking the Single Market into the 21st Century.* European political strategy Centre, Issue 7/2015, October 6, 2015. 8 p. Available at: http://ec.europa.eu/epsc/pdf/publications/strategic_note_issue_7.pdf (accessed 10.12.2015).

**INTERNATIONALIZATION OF BUSINESS
AND NATIONAL COMPETITIVENESS**

(World Economy and International Relations, 2016, vol. 60, no. 12, pp. 17-26)

Received 04.04.2016.

*Grigory M. OLEVSKY (grigorijs.olevskis@lu.lv),
University of Latvia, 19, Raina Blvd., Riga, LV-1586, Latvia.*

The internationalization of business activity contributes to strengthening of the country's competitiveness at the global marketplace. National competitiveness is investigated through the prism of political and economic "weight" of the country in the business framework of the world community. According to the information of the Report on the global competitiveness – 2015, most countries – world leaders in the gross domestic product, failed to get into the top-10 of globally competitive economies. The results of a survey of over 14 000 business executives around the world suggests that entrepreneurs in industrially developed countries (Japan, USA, Germany and the UK), long been successfully operating in the absence of corruption clutches, express their displeasure with the tax system that prevents their enrichment. One of the priorities of small and medium-sized enterprises (SMEs) participation in the process of internationalization is identified now with the spread of born global enterprises. Successful operation of such companies, originally aimed at doing business at the global marketplace, is preordained by free use of information and communication technologies. The necessary condition for business activity effective internationalization is the development of the information technology infrastructure of the market. Emergence of industrial technologies, affordable to the SME of manufacturing industry, became the sufficient factor of business internationalization's attractiveness. Industrial business internationalization process is likely to develop, provided that the major players on the world market – corporations – will have an interest in cooperation with SMEs that are expanding beyond national markets. Competitive mechanism of cooperation, not competition (struggle), is typical today for such well-established forms of internationalization of industrial enterprise as production cooperation and outsourcing. Manufacturing corporations through subcontracting are able to cooperate with a large number of SMEs supplying components and details of the final product. The additive manufacturing technology may form the material basis for this kind of cooperation between industrial corporations and SMEs. Offshoring (a kind of outsourcing when an enterprise in another country is executing order) should be regarded as an instrument of strengthening SME positions at the global market.

Keywords: manufacturing, national competitiveness, internationalization of business activities.

About author:

Grigory M. OLEVSKY, Dr. Sci. (Econ.), Professor.

DOI:10.20542/0131-2227-2016-60-12-17-26