

Знание и конкурентоспособност: проблеми и перспективи

Ангел Иванов*

Юлиана Хаджичонева*

Кристиян Хаджиев*

Резюме: Разглеждат се две слабо структурирани понятия като конкурентоспособността и обществото на знанието. Прави се опит да се опишат връзките, които съществуват между тях, взаимната им обусловеност в контекста на съвременното развитие. Набелязват се основни направления (насоки) за развитие на комплексен методически подход при анализа на тези връзки. Подчертава се необходимостта от нов тип образование и изследователски начини за анализиране и оценяване на подобни комплексни и многомерни явления.

Ключови думи: конкурентоспособност, знание, иновации, икономическо и обществено развитие.

JEL: F00, O10.

Обществото на знанието е една надежда за просперитет, която има своето историческо оправдание, но и натовареност с очаквания. Икономическото развитие представлява функция на добре квалифицираната работна сила (труда) и уменията на икономическите системи да абсорбират (усвояват) нов капитал като нововъведения (иновации). Факт е, че прогресът (феноменален при това, защото се случва за много кратък период от време) на т. нар. “далекоизточни тигри” започва от образователните им системи и преосмислянето на мястото на науката в обществото. Академиите и другите образователни структури в тези страни се ползват с респект и уважение.

* Ангел Иванов е доктор, доцент в департамент “Администрация и управление” на Нов български университет, e-mail: aivanov@nbu.bg.

* Юлиана Хаджичонева е доктор, главен асистент в департамент “Администрация и управление” на Нов български университет, e-mail: jhadjichoneva@nbu.bg.

* Кристиян Хаджиев е доктор, доцент в департамент “Администрация и управление” на Нов български университет, e-mail: khadjiev@nbu.bg.

Днес не се оспорва, че икономиката се основава на знание, на произведената от науката информация, на факти, на умения и нагласи, придобити в специални училища, школи, университети и изследователски центрове.

Всички тези твърдения са очевидни на интуитивно ниво. Строги доказателства обаче няма. Това са по-скоро схващания, в чийто рамки трябва да намерим логиката на развитието. Въздействието на образованието, науката и техническия прогрес върху икономиката като цяло и върху някои нейни характеристики като продуктивност, ефективност и конкурентни възможности не са еднозначни, а са обект на научни изследвания и спорове. Между образованието и науката (както фундаментална, така и приложна) и образованието и стопанските резултати (производителност, жизнено равнище, качество на живота) има посредник – умението те да бъдат организирани в балансиран производствен и социален процес. Говори се за интегриран цикъл “*наука - изследвания - производство*” и за интегрирани икономически и научни системи.

Страните с най-добри образователни системи към 2018 г. като Финландия, Швейцария, Сингапур и др. са и в редицата на най-конкурентоспособните икономики (вж. IMD (2010-2017), Schwab (2010-2017)). Те са и най-балансираните като темпове и насоки на развитие страни. Образованието и науката за обществото в тези страни са много важни, но не са единствените – посредниците (управление, политики, отраслови структури, производствена ефективност и др.) могат да унищожат добрите научни и образователни постижения. Затова на тях се обръща целево специално внимание.

Американският изследовател Pritchett (2001) изследва връзката между икономическия растеж и образованието и стига до умерено песимистичния извод, че липсва съществена емпирично проверена подкрепа на твърдението, че по-доброто образование води до по-добър икономически растеж.

Сложната и усложняваща се структура на съвременната икономика е една от причините знанието, колкото и ценно да е то, след вливането му в стопанския оборот, да губи част от своя интелектуален блясък и да се превръща в съществен, но не и решаващ фактор за производителността и другите крайни характеристики на икономиката. Въпреки надеждите и интуицията, образованието и науката във формална и неформална форма на реализация са по-малко важни, отколкото сме склонни да очакваме. В тази сфера сме прекалено оптимистични, изповядваме своеобразна “*религия*”. Разбира се, знанието се натрупва, освен по линия на

образованието, и чрез опита. Хаджун (2015) пише, че *“високата производителност е възможна само благодарение на исторически наследени колективни институции...”* (Хаджун, 2015, с. 44). Струва ни се, че с този възглед може да се спори, но на този етап, той изглежда убедителен, доколкото институциите (формални и неформални) (Nadjitchoneva, 2018) имат самостоятелна памет и логика на развитие, често несводима до логиката и желанията на хората, и предполагат натрупване на опитности.

Wolf (2003) отбелязва, че статистическите данни за много държави не потвърждават връзката между икономическите показатели и познанието, което притежават учениците (да кажем) по математика (Wolf, 2003, с. 42). Примерът с талантливите деца, печелещи математически, физически и химически олимпиади за съответната възраст, е в подкрепа на това твърдение. Техните знания успешно се развиват в лошо функциониращи институции (икономически) на съответните страни.

Такава ли е логиката при материализираното знание – технологичният прогрес, основополагащ за интензивния тип икономически растеж? Свидетели сме до какви конкурентни предимства се стига при пазарното представяне на съответните компании, но и до какъв смут водят новите технологии, когато се внедрят в производството. Въпросът за тяхното влияние (на технологиите) върху производителността и растежа винаги е бил както в съдържателен, така и в статистически план спорен и различно интерпретиран. Изчисляването на т. нар. икономически ефект и на приноса им в нарастването на производителността и на Брутният вътрешен продукт (БВП) предизвиква много дискусии, води до конкурентна борба и заставя предприемачите и държавата да поемат съответния риск и да внедряват технологиите, колкото се може по-скоро и по-качествено. Особеността тук е, че колкото повече технически прогрес навлиза в производството, толкова по-интензивно се променят характерът и структурата на труда, неговата мобилност и насоченост. Парадоксът е, че нараства относителният дял на нискоквалифицирания труд, което води до потребност от по-необразована, неквалифицирана работна сила. Овещественото знание, овещественият труд се прехвърлят върху машините и технологиите.

Какво става обаче със съвкупните разходи и съвкупния труд? Посочените твърдения са верни, само ако се интересуваме от и единствено от производителността на труда или от прираста на БВП, без да се интересуваме от

социалните последици за науката и техническия прогрес. Това е случаят, когато обществото жертва социалното в полза на икономическото, докато истинското развитие изисква баланс между двете. Такъв подход е твърде едностранен, закриващ, а не откриващ подстъпите към конкурентоспособността. Така, тя става трудна за разбиране и изглежда изкуствена статистическа конструкция, която в същото време има математическа (моделна) привлекателност.

Връзките между икономическото и социалното, между науката, образованието и технологиите, от една страна, и производството, от друга, търпят различна интерпретация. Уменията като организираност, дисциплина, обща интелигентност (интелект) са слабо застъпени като форми на обучения в училищата и особено в университетите. Те обаче имат по-голяма тежест при осъществяването на конкретни производствени и търговски операции, да не говорим за съвкупното производство и организираност на обществото. Постигането на знание, чрез което да се върви към адекватни икономически и социални политики за обществено развитие, изисква целенасочено *“разпространение на интелигентността”* (Généreux, 2018, с. 413-417), като се осигурят необходимите за това условия.

Възниква въпросът каква е връзката между производителността, технологиите (т. е. материализираното знание) и икономическия растеж? Това е интригуващ предмет за изследователите и за професионалните икономисти. Van Ark et al. (2000); Madison (1995), Templ (1999) (Van Ark et al. (2000) и др. автори изследват връзките между споменатите форми на знание и предлагат съответни препоръки за публични и корпоративни (бизнес) политики в полза на текущата и перспективна конкурентоспособност на съвременните икономики и общества. Фирмите и обществата търсят баланса между различните интереси (индивидуални, групови, корпоративни и т. н.) и се стремят да отстранят препятствията пред разпространението на знанието, уменията и нагласите при хората, респективно при труда в организацията на производство. Всяка компания наблюдава другите компании, за да ускори и/или да прекрати собствените си нововъведения с цел да запази пазарните си позиции и да съхрани управляемостта на разходите си. За тази цел, тя трябва да сравнява системно собствените си издръжки с тези на конкуренцията (за постигането, например, на *ценова* конкурентоспособност (вж. Hadjitchoneva et al., 2018). Класиците икономисти допускат, че т. нар. *“естествени цени”* или цени на

производствените разходи имат органическа тенденция към условно равновесие, т. е. тенденция към равенство с нормата на печалбата при различните отрасли. С други думи, никой производител не може да получава постоянно (а само временно) печалба над средната за отрасъла (вж. Roncalia, 1975, с. 32-36).

Schumpeter (1942) показва, че двигателят на икономиката и прогреса са възникнали по дискретен начин “нови комбинации” за производство на “производителни блага”. Тези нови комбинации зависят от новаторската функция на предприемача. Авторът извежда важните за всяка икономика категории като печалба, лихвен процент, икономически цикъл, именно от динамиката на тези нови комбинации. Аналогична позиция заема Samuelson (1973) и редица съвременни автори като Krugman, Piketty и др.

Ако приемем, че обществото и икономиката се базират на знания, благодарение на което се произвеждат необходимите блага, това общество може да се характеризира най-малко със следните статистически и други показатели, получили достатъчно гражданственост: общо образователно равнище на населението, в т. ч. хора с висше и предимно висше техническо образование; нови технологии и нови способности за производство - създадени и внедрени; подготвеност и зрялост на мениджмънта, разбран като управление, политики и законодателство; продуктивност на икономиката и производителност на труда; качество на икономическия растеж; социална справедливост и демографски ръст; мобилност на кадрите и капитала. Списъкът от показатели за характеризиране на обществото и на икономиката, базирана на знание, не може да бъде краен брой, но може да бъде подбран целенасочено според задачите, които изследователите решават. Съществува обаче опасност да се подмени смисълът на анализираниите и оценявани явления.

Когато хората (като продавачи и купувачи), компаниите (като производители и потребители) и обществото (държавата като организатор на стопанските процеси) работят в една и съща посока, те неизбежно се надпреварват за по-добри печалби, по-висока производителност, повече облаги за всички и за всекиго. Ражда се конкуренцията като регулиращ (насочващ и мотивиращ) фактор в обществото и в неговата икономика, присъщ за разбирането на същността на конкурентоспособността (вж. Hadjitchoneva et al., 2018). При осмислянето на конкурентоспособността, многократно се изтъкват множеството изследвания и дискусии (вж. Hadjitchoneva et al., 2018). Различните характеристики на

конкуренцията – класическа, маржиналистка, свободна, съвършена, чиста, лоялна и др. показват колко многолика е тази ценностно ориентирана (уязвима) икономическа и управленческа категория. Нека не забравяме, че частично тя е и в политиката – особено когато става дума за глобални процеси и глобално развитие. Sraffa (1975), Joe Bain (1965), Labini (1962), Spencer (1990) (Van Ark et al., 2000) и др. изследователи показват как конкуренцията на съответните пазари води до усъвършенстване на механизмите за управление в икономиката и обществото. При монопола продавачите променят представата за пазарите в теоретичен план. Продуктовата диференциация е ключов фактор, но трудности изпитват потребителите, чиито избор е ограничен. При олигопола сравнението е между няколко производителя, които могат да поставят бариери пред новопоявяващите се конкуренти. Маржиналистското разбиране за конкуренция изхожда от предположението, че фирмите не могат да влияят върху цените, защото са твърде малки и с твърде слабо въздействие върху целия отрасъл или пазар, на който функционират. Очевидно е, че конкурентоспособността може да приема различни форми в зависимост от степента на развитие на участниците в пазара и способността им да влияят върху структурата и функцията му. Много трудности възникват при т. нар. “съвършена” конкуренция, при която аналитичните инструменти подменят историческите факти и много изследователи смятат, че такава конкуренция не съществува.

От какъв тип конкуренция се нуждае обществото, за да става все по-научно и технологично, и на тази основа, да придобие нови ефективни пазарни позиции? Дали този въпрос е коректен? Какви са границите на човешкото познание и умение, неговите нагласи и очаквания, така че науката и техниката да не срещат пазарни бариери, но и да не водят до икономически сривове. Може би е по-добре и по-често технологичните иновации и науката да се срещат с часа на истината, да преминават през изпитанието (ретортата) на икономиката и пазара.

Всички тези въпроси са философски, те са извън икономическото познание, но не бива да остават без отговор. Докато търсим тези отговори, очакванията ни са конкуренцията да се усъвършенства, управлението да става все по-многонационално и наднационално, корпорациите да усвояват различни култури и да ги подчиняват на собствените си икономически цели. Всичко това става и вероятно ще става при избора на стратегии за развитие чрез иновации, нови продукти, чрез диверсификация и интеграция на икономическите процеси, както

при навлизането на нови пазари, така и при усъвършенстване на икономическото им управление. Търсенето на връзка между конкурентоспособността, между формите на конкурентна борба и обществото, базирано на знание, предполага по-широк подход, отколкото може да даде икономическата теория. Тя обаче има силата да приземи философския полет на мисълта, така че тази връзка да бъде заставена да работи за обществото като цяло през нея.

Да се разсъждава за глобалната конкурентоспособност и нейната връзка с глобалното общество не ни изглежда особено продуктивен подход. Все по-очевидно става, че глобалната икономика съдържа елементи на разпад, поради което понятия като глобална конкуренция и глобално общество е съмнително дали съществуват на практика. В криза е и мултикултурното общество и мултикултурният подход към решаването на конкретни стопански задачи. Все пак, тези понятия се използват за влияние, за внушение на идеи и на управленски подходи, чиито ефект върху икономиката е условен. За съжаление, все по-често се срещаме с използването на управленски техники и прийоми, които са били успешни при едни условия, но стават напълно безпомощни когато се срещнат с други различни стопански култури и очаквания.

Продуктивен, според нас, е подходът, който произтича от логиката на развитие, от основните насоки и резултатите му. Ръководството за успешна конкурентна стратегия следва да се базира върху наблюдение и анализи на компаниите, пазарите, продуктите, механизмите за вземане на ефективни решения и институциите, които влияят върху конкурентните ситуации и получените резултати. Нека ги наречем успехи, цели, индикатори, индекси.

Остава обаче открит въпросът, можем ли да направим надеждни заключения от натрупания икономически (стопански) опит, които да са валидни за обществото. Известно е, че обществото и неговата логика на развитие не са сводими до логиката в развитието на една, макар и важна негова част като икономиката му.

Все пак, успехът в икономиката (стопанството) може да се определи по нейния принос към общественото развитие и неговата зрялост. Този принос би могъл да се проследи при следния, макар и не единствен, а само възможен и допустим подход, разглеждащ въздействието на една част от обществото върху цялото общество.

За целта, предлагаме да се следва следният подход, като:

1. Считаме компаниите (корпорациите) и тяхната конкурентоспособност за *двигател (мотор)* към по-конкурентно и социално зряло общество. Това е силно предположение, което се нуждае от доказателство.
2. Приемаме, че развитието на конкурентните възможности се осъществява в определена среда (целеви пазар).
3. Компаниите (корпорациите) и обществото, в чиито рамки функционира целевия пазар (средата), изграждат, развиват и управляват нови хибридни структури за въздействие както върху пазара, така и върху обществото. Те го моделират и манипулират.
4. Необходима е система за измерване, отчитане и използване на резултатите от постигнатото в конкурентната среда и запознаване на обществото с тези постижения.

Нека ги разгледаме последователно и по-конкретно. По първото и второто направление: 1) характеристиката на конкурентните възможности на компанията (корпорацията) изисква използването на класически маркетингов подход. Анализът и оценката се правят за всяка компания, която има принос към обществото, базирано на знанието, на уменията и нагласите към технически прогрес и създаването на публична (обща за цялото общество) ценност или стойност; 2) оценка на потенциала за въздействие върху обществото, а именно: оценка на образованието в общественото развитие. Вземат се предвид оценките на Световната банка, Международния валутен фонд, ЮНЕСКО, министерствата и ведомствата, професионалните камари (машиностроене, енергетика, лекарски и учителски съсловия и т. н.). Съвместяват се оценките до една интегрирана оценка. Оповестява се и се коригира интегрираната оценка чрез обратната връзка *“общество-икономика-индивид”*; 3) оценка на технико-икономическото развитие на производството като състояние и като перспектива. Прави се избор на методика за оценка или се разработва нова. Оценява се потенциалното въздействие на научните изследвания върху производството и се проектира това въздействие чрез конкретни икономически показатели. Измерва се финансовият потенциал на компанията (корпорацията) в текущ и перспективен план. Обръща се внимание върху възможността компанията да *“възбужда”* нови потребности и да създава нови пазари; характеризира се уязвимостта на пазарната позиция от гледна точка на приноса на всяка компания за конкурентната ситуация на пазара и скоростта за разпространяване, внедряване на знанията и технологиите и на

механизмите за преодоляване на реалните и потенциални бариери. Анализират се механизмите за утвърждаване на интегрирани политики, планове и решения.

Във връзка с третото направление: 1) проследява се активизирането на структурите и институциите с пряко отношение към конкурентоспособността. Изработва се самостоятелна стратегия “продукт-пазар” чрез оценка на потребностите на конкретните пазари, общества и култури. На тази основа се избират подходящи технологични решения за пазарите и обществата. Разработват се механизми за взаимна адаптация и диалог между участниците в пазара; 2) на този етап се осъществява приспособяване към средата, като се обръща особено внимание на кризисните ситуации, които потенциално биха могли да възникнат и се разработват механизми (процедури) за вземане на решения въз основа на максимално точна, достоверна и надеждна информация, с която да се работи; 3) намиране на приложими методи за контрол върху производството, бизнес климата и ценностната ориентация на потребителите, както и разгръщане на мрежа за реализация на знанието и техническия прогрес (школи, училища и т. н.); 4) използване на прогнози за структурните промени в обществото, икономиката и пазарите под влиянието на науката и образованието.

Относно четвъртото направление: 1) създаване на метриката за успеха включва отчитането пред обществото на получената допълнителна конкурентоспособност за публичната стойност и нейната полезност за цялото общество. Тази допълнителна (новопридобитата) конкурентоспособност се измерва и, по възможност, се изчислява нейната цена; 2) необходима е качествена оценка тъй като публичната стойност не се измерва само в пари и пазарни позиции. Оценяват се качеството на живота в обществото, измерено чрез показатели, индикатори за качеството на човешките и социални отношения, но в съпоставка с необходимите и използвани ресурси. Полезни са показателите за развитието на науката (открития, изобретения, икономически ефективни методи и т. н.) и образованието; 3) добавят се показатели за производството, печалби, обем продажби, пазарни дялове, устойчивост и т. н.; 4) подбират се показатели за интегриране на образованието, науката и културата в обществото.

Управленческите решения и инструменти се оценяват едновременно от социална, техническа, производствена, финансова, екологична и административна гледна точка. При това коректно и съдържателно, а не формално и по документи. За

всяка оценка се изработва отделна методика и всички методики се съвместяват с целта: *конкурентоспособно обществено развитие*.

Конкурентоспособността между националните икономики, такава каквато може да бъде срещната в популярната и професионалната литература, скрива простия икономически факт, че отделните страни се състезават за ресурси, за по-добри пазарни позиции и повече медийно присъствие. Стремехът към по-добри позиции в изброените направления води до по-широко (с по-голяма тежест) прилагане на маркетинговите проучвания и аргументи при вземането и утвърждаването на стопанските решения.

Глобалната конкуренция е за участие в глобалните пазари, но там местата са вече заети от *“глобалните играчи”*. Изграждането на нов конкурентоспособен образ, известен като брендиране от маркетинга, адекватен на глобалната пазарна логика, не е забранен управленчески ход. Напротив, той се насърчава: *“правете като нас и вие ще станете такива, каквито сме ние”* – това е неявното внушение, идващо от Глобалния икономически форум от Давос. Към този подход има и критично отношение *“това, което е позволено на Юпитер, не е позволено на вола”*.

Интелигентното решение е да се държат под око (да се наблюдават, оценяват, анализират и т. н.) както потребителите, така и създателите на конкурентни продукти. Между тях стоят *“недисциплинираните”*, *“трудните”*, *“непредсказуемите”* предприемачи, чиито енергични действия нарушават установените граници и навлизат в нови територии, защото просто не знаят или *“пропускат”*, че там е *“забранено”*, не отчитайки какво е монопол и защо трябва да бъде съблюдувана установената ситуация.

За участие в глобалната конкуренция е необходим образ на успешен глобален участник в глобалните научни и технологични пазари в световната надпревара. За местните потребители остава ролята да потребяват това, което тези пазари им предлагат като специализация или ограничения. Затова съществуват модата, медиите, популяризирането на онова, което е трудно за разбиране и обясняване, но не е трудно за потребление.

Съвременната наука има родина, но няма националност. Знае се къде и от кого са създадени компютрите (много се спори също) или съответните приложения, но няма интерес към това къде и как се прилагат те. Това обаче е само видимост. Бизнесът се интересува, и използва тази псевдо видимост, за да облече в

“социално приемливи униформи” интересите си и да навлезе на много пазари едновременно. Науката, в частта открития и изобретения, по своята природа е публично благо, но тяхното използване (употреба) приема неизбежно търговска форма. Този преход от “идеална” публична форма към пазарна “търговска” форма е запазено поле за предприемачите.

Преходът от научна конкурентоспособност към общество на науката и знанието не е самоцел. Науката и технологиите, пазарното им позициониране и финансовите резултати са средство, инструмент за постигане на ефективна социализация на обществото, на повече отговорност от и за всеки негов член. Технологиите подпомагат, но не могат да решат този проблем извън икономиката и нравствеността на обществото. Глобалната конкурентоспособност и индикаторите за нейното измерване не са съвети за добър урок, а само информация, която би била полезна при решаването на вечни стопански и социални задачи от ежедневието. Проблемът е, че модерните (съвременните) наука и технологии като че ли разглобяват света и правят неустойчиви ценностните системи. Под въпрос е всяка идентичност, а глобалният пазар и адекватната на неговите очаквания организация на производството я унищожават като стандартизират човешкото поведение. Глобализацията и глобалните пазари налагат дисциплина, ред и изисквания, внушават очаквания, които конфронтират идентичността (Георгиев & Хаджичонева, 2015b). Както отбелязахме, трудно е да запазиш себе си в глобалния свят – трябва да приличаш на другите, за да бъдеш възприет от тях. Механизмите на взаимна обусловеност (принуда и сътрудничество) между общество и конкуренция показват, че фактически на този етап знаем недостатъчно както за природата на обществото, така и за природата на конкуренцията. Субект и обект на това познание остава човекът. Между “*zoot politikon*” на Аристотел до днешните общества без корени (нещо силно преувеличено според нас) стоят медиите и образованието като медиатори, като посредници между две състояния на обществото и конкретните му възможности, организирани като индивидуални, корпоративни, национални предимства и/или недостатъци.

На индивидуално ниво знанието е комбинация от собствения опит и обучението, унаследеното и преподаденото научно знание и чужд опит. От баланса между тях зависи индивидуалната идентичност и нейната устойчивост. Какво би станало с

човека (индивида), ако изгуби здравословния за него минимум от лична идентичност?

А какво ще стане с обществото, което ще предложи на индивида готови и безспорно умни софтуерни и други решения, които заменят успешно учителя, училището, университета, родителите и в крайна сметка нравствеността и морала, които, както е известно, се предават само от човек на човек.

Новият глобален ред е мрежов, информатизиран и виртуален. Той създава илюзия за всеобща достъпност. Въпросът е кога нещата се случват и са се случвали само и единствено онлайн. Те винаги и реално се случват офлайн. Дали това обаче е вярно?

Глобалните институции МВФ, Световната банка, Световният икономически форум, големите бизнеси (Microsoft, Amazon и т. н.) ни внушават и, това може би е вярно, че се нуждаем от *Global and Good Governance* (Глобално и добро управление) – още повече, че технологично сякаш сме готови за това. Но това управление трябва да бъде пожелано, а не да бъде налагано. В обратния вариант, това би означавало 100 процента отговорност за големите и политически ангажираните, които на този етап са удобно безотговорни. Големите и богати не обичат отговорността – тя трябва да бъде пожелана от потребителите и затова, те от своя страна, трябва да бъдат изкушени, заставени да го пожелаят. Пазарът и маркетингът знаят как това да стане реалност. Докато тя се появи, ще има социални напрежения, социална умора, конфликти и ... много конференции. Възниква въпросът ще има ли място за нравственост и морал в *Global Governance* или, по друг начин казано, ще ни управлява ли световният капитал, а за хората да остане само понятието “човешки капитал”.

В релацията между обществото на знанието и конкурентоспособността на икономиката главният въпрос е как акумулирането на знания, умения и нагласи се преобразуват в конкурентна сила и ново качество на обществото. Този процес е сложен, но се развива изцяло в логиката на общественото развитие, което е качествен процес, а не толкова количествено измеримо стопанско или социално явление. Опитите да се представи развитието чрез комплексна система от показатели за настъпилите промени в стойностните характеристики на икономиката не е достатъчно надежден подход. Стопанските показатели са много важни и релевантни, но се отнасят до част от обществото - неговата икономика и динамиката на производствената му система.

Да се проследи динамиката на общото състояние на икономиката върху конкурентоспособността на неговата икономика означава да се говори и пише за “затворен” (ексклузивен) тип обществено развитие. Историческата логика обаче подсказва, че ексклузивните общества изчезват и/или губят влиянието си в съвременността. Аджемоглу и Робинсън (2013) характеризират този процес от антропологична гледна точка. Тяхното изследване обаче е добър ориентир и корекция на общо взето доминиращия и толерирания прогресивен подход. Историята познава възходи и падения. Тя показва, че пътят напред не е само и единствено път на прогреса. Ако вземем предвид актуалните екологични ограничения и изисквания към съвременния растеж (количествена характеристика) и модерното развитие (качествена характеристика) ще трябва да разгледаме конкурентните способности и конкурентния потенциал на обществото като текуща и перспективна конкурентоспособност. Но, такова разграничение предполага съществени иновации (обновяване на системите и механизмите за изработване и привеждане в изпълнение на социалните и стопански решения). Обществото съзрява към ново разбиране на управлението като координирано и мотивирано самоуправление. Това съответства на по-зрялата му социализация, настъпваща като резултат от натрупването на знания, умения и нагласи към бъдещите очаквания.

Когато студентите по икономика твърдят, че *“...не само световната икономика е в криза. Преподаването на икономикс също е в криза и тази криза има последици извън стените на университетите...”* (International Student Initiative for Pluralism in Economics, 2016), този призив всъщност е срещу налаганото интелектуално ограничаване на човешката способност да се мисли за икономиката, за нейната конкурентна сила и за обществото като цяло, комплексно (многомерно). Исторически погледнато в живота, икономиката и обществото са многомерни, комплексни системи с много крехка структура.

Разбирането на конкурентоспособността в обществен контекст предполага интердисциплинарен, методически и теоретически подход, каквито не се преподават, и липсва обучение на умения и навици за комплексно решаване на проблемите. Ограничени в солидно звучащи учебни дисциплини като икономикс, финансов мениджмънт и др. “късчетата” знания и умения са всъщност тренировка за способността да се мисли в строго съответствие с изкуствено създадените ограничения.

Конкурентоспособността в модерните общества предполага мислене в контекст, рефлексия, чиято логика е разбираема само и единствено в исторически план. Периодичното облъчване на обществото с информация за състоянието и перспективите за световната (европейската, националната и т. н.) конкурентоспособност е всъщност запознаване на обществото (публиката) с мнението на съставителите на тези доклади. Но, ако се запитаме, как в тези респектиращи математически и статистически модели са отчетени очакванията и разбиранията на държави като Лесото или Македония, на градове като Елхово или Лисабон, вероятно ще получим твърде витиевати отговори.

Единството от теоретичен, методологически и интердисциплинарен подход е необходима, но не достатъчна предпоставка за комплексното разбиране на връзката между конкурентоспособност и обществото на знанието. Когато реструктурираме знанието, променяме и разбирането си за конкурентоспособността. Тази връзка предполага единство на качествени и количествени методи, използвани в логичен и приложим към реалността инструментариум. Удивително е предпочитанието на образователните и изследователски институции към запаметяването на факти и модели, а не към изобретяването им в логиката на настъпващите промени. Изследванията и образованието стават все по-неадекватни на многомерността, с която се сблъскват. В тези области недоволните стават все повече, а недоверието към тези институции нараства.

Опитът да се опише най-общо връзката между конкурентоспособността и обществото на знанието има своя ограничена цел – да се избегнат клопките на “зомби” икономикса (Куигин, 2012). Струва ни се, че сме свидетели как все по-често и по-успешно се налагат гледните точки на съвременните големи корпорации, които успяват да управляват, и международните организации, занимаващи се с анализа и оценката на икономиката и обществото. Съвременното общество на знанието няма нужда от “зомбиране”, без собствена воля и порив на желанията, а от друг тип индивиди – креативни и активни, чувствителни в социален и стопански план.

Така обаче се връщаме обратно към необходимия за целта плурализъм в икономиката и неговото прилагане при изследването на връзката между обществото на знанието и конкурентоспособността на икономиката. Наистина, с предложения текст само правим опит да се приближим до подстъпите на

изследователската проблематика, без при това да започнем същинските изследвания.

Цитирани източници:

Аджемоглу Д. и Дж. Робинсън. (2013). *Защо нациите се провалят*. София: Изток-Запад

Георгиев А. и Ю. Хаджичонева. (2015а). Устойчивост, бизнес среда и конкурентно развитие. В: Сборник Доклади от Международна научна конференция “Посткризисно управление в бизнеса”. Том I. София: Академик пббликейшънс. стр. 29-34 [Georgiev A. and J. Hadjitchoneva. (2015a). Sustainability, Business Environment and Competitive Development. In: *International Scientific Conference: Post-Crisis management in Business Proceedings*. Vol. 1. Sofia: Academic Publishing. pp. 29-34]

Георгиев А. и Ю. Хаджичонева. (2015b). Глобализация и предизвикателства пред съвременното управление. В: Сборник Доклади от Международна научна конференция “Посткризисно управление в бизнеса”. Том I. София: Академик пббликейшънс. стр. 19-28 [Georgiev A. and J. Hadjitchoneva. (2015b). Globalization and Challenges of Modern Governance. In: *International Scientific Conference: Post-crisis management in Business Proceedings*. Vol. 1. Sofia: Academic Publishing. pp. 19-28]

Куигин Дж. (2012). *Зомби икономикс*. София: Изток-Запад

Хаджун Дж. (2015). *23 неща, които не се казват за капитализма*. София: Изток-Запад

Hadjitchoneva J. (2018). La compétitivité, l'efficacité des institutions et les enseignements institutionnels: le cas Bulgare. In: *Revue Algérienne d'Économie et du Management*. (2018). Vol. 09. Issue 02. Juin 2018. Mascara: Université Mustapha Stambouli. MCLDI. Laboratoire de Recherche. (pp. 1-17). Available at <https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/145>

Hadjitchoneva J., A. Ivanov and K. Hadjiev. (2018). Competitiveness for Knowledge Society: From Nature to New Developments and Challenges. In: *Valahian Journal of Economic Studies*. (2019). Vol. 3. Targoviste: VJES. (pp. 1-12). Available at <http://www.vjes.eu> (Under preparation)

- International Student Initiative for Pluralism in Economics. (2016). Available at <http://www.isipe.net> [09/2018]
- IMD. (2010-2017). World Competitiveness Ranking 2010-2017. available on-line at <http://www.imd.org>
- Généreux J. (2018). La déconomie : quand l'empire de la bêtise surpasse celui de l'argent. 2^{ème} éd. Paris : Éditions du Seuil
- Labini P. S. (1962). Oligopoly and technical progress. Cambridge: Harvard University
- Pritchett, Lant. 2001. "Where has all the education gone? (English)". *The World Bank economic review*. -- Vol. 15, no. 3 (September 2001), pp. 367-391.
<http://documents.worldbank.org/curated/en/859821468180273788/Where-has-all-the-education-gone>
- Roncalia A. (1975). Sraffa e la teoria dei prezzi. Roma: Laterza. pp. 32-36
- Samuelson P. A. (1973). Economics, an Introductory Analysis. 9th ed. NY: McGraw-Hill
- Schumpeter J. A. (1942). Capitalism, Socialism and Democracy. New York: Harper & Row
- Schwab K. (2010-2017). World Economic Forum. The Global Competitiveness Reports. Geneva: World Economic Forum. available on-line at <https://www.weforum.org>
- Sraffa P. (1975). Écrits d'économie politique. Paris: Economica
- Van Ark B., S. K. Kuipers and G. H. Kuper (ed.). (2000). Productivity, Technology and Economic Growth. 1st ed. London: Springer
- Wolf Al. (2003). Does education matter? London: Penguin Global