

УДК 338.2

DOI 10.51691/2500-3666_2021_11_10

***КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КАК КЛЮЧЕВАЯ КОМПОНЕНТА
ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАЗВИТИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ В РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ***

Кривошеев Н.В.

Магистрант

ДГТУ,

Россия, г. Ростов-на-Дону,

Аннотация. В статье проведено исследование теоретических основ формирования конкурентоспособности и устойчивых конкурентных преимуществ как ключевой компоненты обеспечения эффективности развития коммерческой деятельности организации в рыночных условиях. Доказано, что конкурентные преимущества характеризуют объект или субъект хозяйствования и выступают факторными признаками, а конкурентоспособность – результирующим признаком. Проведена систематизация классификационных признаков и видов конкурентных преимуществ предприятий. Классифицированы подходы и выявлены источники и факторы развития конкурентных преимуществ с позиции потребительной стоимости, предельной полезности, дифференциации, спроса и предложения, ключевых компетенций, маркетинговых категорий и экологического подхода. Доказано, что конкурентная сила организации является ее способностью успешно противодействовать влиянию конкурентной силы отрасли.

Ключевые слова. Конкуренция, конкурентоспособность, конкурентные преимущества, инновации, организация, коммерческая деятельность.

***COMPETITIVENESS AS A KEY COMPONENT OF ENSURING THE
EFFECTIVE DEVELOPMENT OF THE ORGANIZATION'S COMMERCIAL
ACTIVITY IN MARKET CONDITIONS***

Krivosheev N.V.

Master student

DSTU,

Russia, Rostov-on-Don

Abstract. The article studies the theoretical foundations of the formation of competitiveness and sustainable competitive advantages as a key component of ensuring the effectiveness of the development of the organization's commercial activities in market conditions. It is proved that competitive advantages characterize an object or a business entity and act as factor signs, and competitiveness is a resultant sign. The systematization of classification features and types of competitive advantages of enterprises has been carried out. Approaches are classified and sources and factors for the development of competitive advantages are identified from the standpoint of use value, marginal utility, differentiation, supply and demand, key competencies, marketing categories and an ecological approach. The competitive strength of an organization has been proven to be its ability to successfully resist the influence of the competitive strength of the industry.

Keywords. Competition, competitiveness, competitive advantage, innovation, organization, commercial activity.

Введение. Активизация процессов либерализации торговли открывает перспективы доступа организаций на высококонкурентные рынки. В то же время, неоднородность условий функционирования субъектов, различающихся организационно-правовым статусом, ресурсной базой, инвестиционными и инновационными возможностями, обуславливают неравномерность их развития. Следовательно, в современных условиях хозяйствования актуальным направлением является исследование вопросов обеспечения конкурентоспособности организации, формирования, реализации, удержания и повышения ее конкурентных преимуществ.

Результаты исследования. Среди основоположников теории
Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

конкурентоспособности и конкурентных преимуществ предприятия следует выделить А. Смита, Д. Рикардо, Ф. Хайека, Дж. Хикса, Дж. Робинсона, Э. Чемберлина, М. Портера, К. Прахалад, Г. Хамел и других, чьи научные работы посвящены выявлению источников конкурентоспособности и конкурентных преимуществ хозяйствующего субъекта, а также разработке методов их удержания. Проблемы определения сущности, формирования и реализации конкурентных преимуществ освещены в трудах многих ученых, таких как Р. Акофф, К. Алдерфер, И. Ансофф, Д.И. Баркан, Дж. Гелбрейт, П. Дракер, Ж.Ж. Ламбен, Л. Лоув, Ф. Котлер, А.И. Анчишкин, А. Маслоу, Р.А. Фатхутдинов, Р. Кантер и др. [1-16]. Вместе с тем, системные трансформации внешних и внутренних условий ведения бизнеса обуславливают необходимость дальнейших исследований теоретико-методических подходов к формированию и удержанию конкурентоспособности и устойчивых конкурентных преимуществ. Методологической основой исследования является диалектический метод научного познания, система общенаучных методов и подходов: монографического и системного анализа, теоретического обобщения, анализа и синтеза, логического обобщения, методы системного анализа.

В широком смысле конкурентоспособность – это обладание свойствами, создающими преимущества для субъекта, причем эти свойства могут относиться к различным субъектам конкурентной борьбы – видам продукции, предприятиям, организациям, отраслям, странам. Устойчивость развития, экономическая результативность коммерческой деятельности обуславливается наличием конкурентных преимуществ. Конкурентные преимущества выступают детерминантами конкурентоспособности товара, предприятия. Понятие конкурентных преимуществ и конкурентоспособности тесно связаны, формирование и наличие первых обуславливает существование второй. То есть, конкурентные преимущества характеризуют объект или субъект хозяйствования и выступают факторными признаками, а конкурентоспособность – результирующим признаком.

Особенности, сущность и природа конкурентных преимуществ и конкуренции зависели от исторического периода развития общества и обусловлены особенностями господствующих типов собственности на средства производства. Эволюционирования конкурентных концепций и условий хозяйствования определило теоретическое содержание и практический характер форм конкуренции и сущности конкурентных преимуществ. Научно-теоретическое наследие в этом направлении берет начало, как принято считать, с работы А. Смита «Исследование о природе и причинах богатства народов» (1776 г.) [1]. Дальнейшая трансформация и совершенствование теории абсолютных преимуществ была осуществлена Д. Рикардо, который указал на отсутствие императивных требований относительно принципов А. Смита, что, в свою очередь не является препятствием для взаимовыгодной международной торговли. Д. Рикардо обосновал теорию относительных преимуществ [2]. Теория конкурентных преимуществ сменила теорию сравнительных преимуществ. Сравнительные преимущества определяются наличием и использованием следующих четырех основных факторов, как качество, цена, сервис, маркетинговое окружение. Основатели неоклассической политэкономии разработали теории монополистической, олигополистической конкуренции и чистой монополии. Среди наиболее значимых работ того периода можно выделить исследования А. Маршалла, концепции которого сводились к обоснованию механизмов установления равновесия на рынке с помощью совершенной конкуренции и влияния законов предельной полезности и предельной производительности. Критиками модели совершенной конкуренции выступали Й. Шумпетер и Ф. Хайек - основоположники теории эффективной конкуренции или эволюционной теории [3]. Дальнейшее виток в эволюции теории конкурентных преимуществ произошел в начале XX в. и был обозначен трудами Э. Хекшера и Б. Олина, которые трансформировали принцип относительных преимуществ. Пик развития теорий конкурентных преимуществ приходится на конец XX в. - начало XXI в. Одним из ее современных

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

основоположников является М. Портер, который обратил внимание на многогранность факторов влияния на конкурентоспособность [4].

В работах Г. Хамел и К. Прахалада исследования проводятся через призму глобализации рынков. Ученые акцентируют внимание на необходимости интеллектуального лидерства, основанного на «базовой функциональности продукта» и «ключевых компетенциях» - потенциальных возможностях развития и нового использования продукта, знаний, навыков, квалификации персонала, которые обезопасят субъект в случае потери спроса на продукцию и помогут выйти на рынок с другими новинками [5]. Следующим витком периодизации парадигмы конкурентных преимуществ стала концепция становления теории кооперации и сотрудничества. Ее представителем выступает Дж. Мур, который уделяет внимание исследованию эффективности предпринимательских «экосистем». Это учение получило название «коэволюции».

Таким образом, весь эволюционный прогресс в отношении развития парадигмы конкурентных преимуществ можно декомпонировать по преобладанию атрибутов их становления и реализации. Целесообразно выделить четыре основных подхода относительно атрибутики парадигмы конкурентных преимуществ в контексте эволюционных изменений - статический, динамический, комплементарный и холистический. Последние два характеризуют современный период и дополняют друг друга. Холистическая парадигма находится на стадии научно-методологического становления.

Наибольшей трансформации конкурентная парадигма претерпела в конце XX - начале XXI в. Главными институтами в условиях гиперконкуренции выступают высокие технологии, ИТ-инфраструктура, знания и компетенции, остаются актуальными прибыль, рыночная система хозяйствования и ограниченная роль государственного регулирования при росте комплементарности национальных экономик. Труды последнего десятилетия характеризуются усиленным вниманием к деловым моделям сотрудничества и

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

экологического фактора производства. Таким образом, исходя из проведенного исследования, можно выделить несколько направлений трактовки сущности конкурентных преимуществ:

– эксклюзивная ценность, которая дает предприятию превосходство перед конкурентами [6];

– выгодное положение за счет выбранной тактики ценовой конкуренции, политики продвижения товара на рынок и интенсивной рекламы [7];

– знание возможностей предприятия и источников конкурентного влияния [12, 13];

– фактор, при условии, что он имеет ключевое значение для потребителей и одновременно базируется на уникальности бизнеса предприятия [6];

– конкурентное преимущество предприятия определяется тем, насколько четко организованы связи с поставщиками и потребителями [8].

Систематизация классификационных признаков и видов конкурентных преимуществ предприятий отражена на рисунке 1.

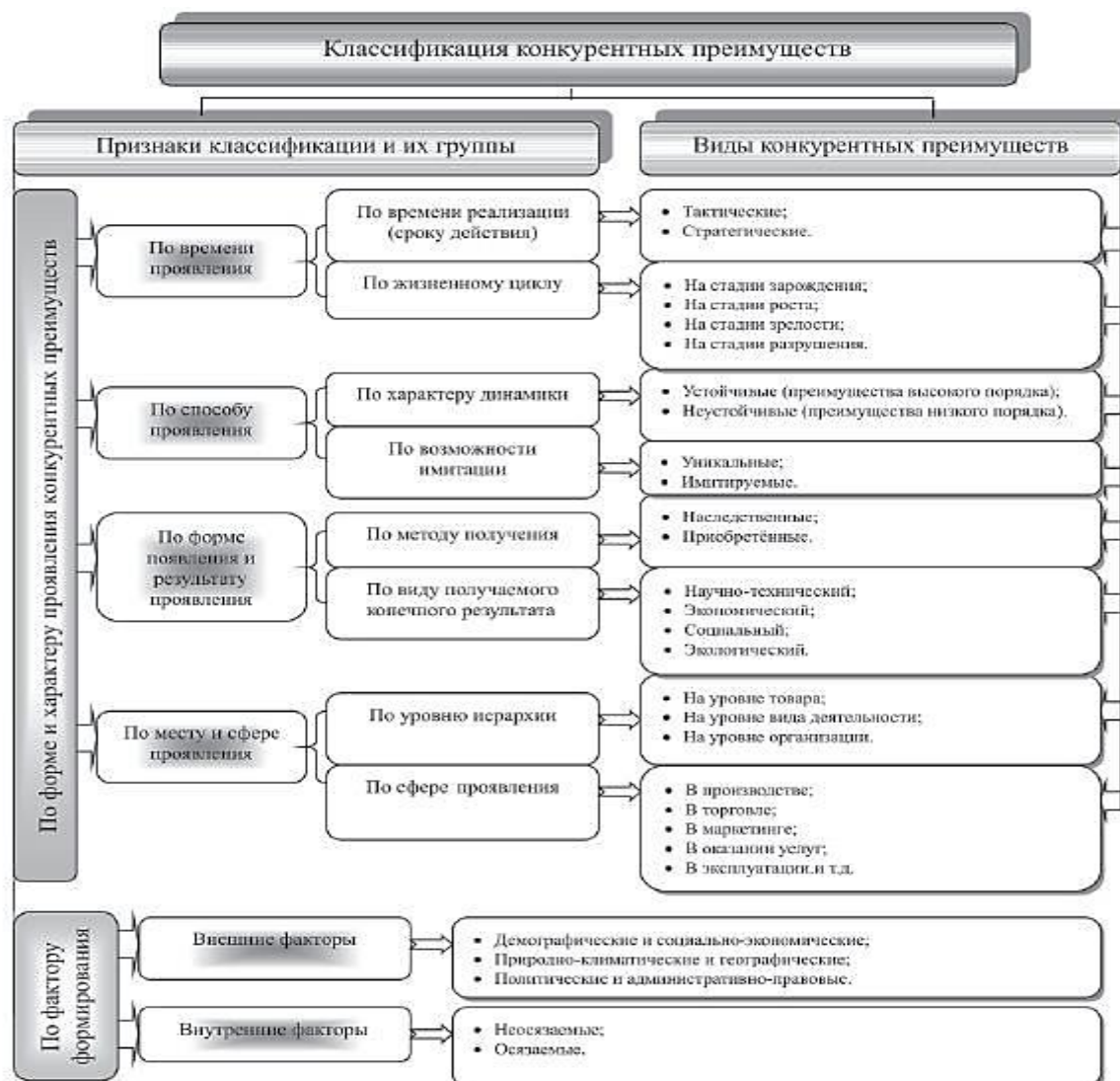


Рис. 1 - Систематизация классификационных признаков и видов конкурентных преимуществ предприятий

Источник: [составлено автором на основе 4,6,9,10]

На основе исследований эволюции понятийно-категориального аппарата конкурентоспособности [10-14] проведена классификация подходов и выявлены источники и факторы развития конкурентных преимуществ с позиции потребительной стоимости, предельной полезности, дифференциации, спроса и предложения, ключевых компетенций, маркетинговых категорий и экологического подхода:

1) «факторный», или «ресурсный» (XVIII в.). Представители классической

и неоклассической экономической науки определяли эффективное использование ресурсов важным конкурентным преимуществом в производстве продукции (А. Смит, Д. Рикардо и другие);

2) «затратный» (XVIII в.). Дж. Милль, Э. Макдонелл определяли ключевым источником получения конкурентных преимуществ устойчивое снижение затрат, а основным требованием потребителя - минимизацию цены;

3) «качественный» (XIX в.). Основным фактором формирования конкурентных преимуществ является постоянное повышение качества продукции, услуги, процессов и систем (Ф. Визер и другие);

4) «потребительской стоимости», объединяет в себе качественный и затратный подходы. Понятие «потребительской стоимости» введено К. Марксом, идея которого заключается в оценке ценности товара через факторы «потребительской стоимости» и «стоимости»;

5) «предельной полезности» (К. Менгер, Ф. Эджворт). Представители маржинализма противопоставили теории стоимости К. Маркса теорию «предельной полезности» и определили основным конкурентным преимуществом продукции - «предельную полезность», а ценность продукции - через равновесие предельной полезности и предельных издержек на его производство;

6) «дифференциации» (XIX век). Е. Чемберлен и Дж. Робинсон считали, что создание на рынке качественно разнородных одиночных товаров или дифференциация продукции придает ей дополнительное конкурентное преимущество;

7) макроэкономические категории «спрос» и «предложение» (XIX век). Поддерживали эту теорию А. Маршал, Е. Бем-Баверк, устанавливая механизм действия соотношения спроса и предложения на установление цены и потребления продукции в условиях неограниченной конкуренции;

8) «информационный» (XIX-XX вв.). Как ключевой источник формирования конкурентных преимуществ выделяются знания, информация и

время. Представителями данного направления являются Ф. Хайек, который впервые включил в эффективную конкуренцию фактор монополии на информацию;

9) «инновационный» (XX в.). Представители - Й. Шумпетер, М. Портер. Основным источником формирования конкурентных преимуществ являются инновации, связанные с производством новой продукции, внедрением новых технологий, новых ресурсов, нового типа организации, совершенствованием условий производства;

10) «адаптивный» (70-80 гг. XX в.). Ключевым источником формирования конкурентных преимуществ являются гибкость или адаптивность предприятия с целью обеспечения возможностей немедленного реагирования на изменения потребностей рынка. Ф. Котлер считал, что, используя рекламу и улучшая качество продукции, можно побудить покупателей платить более высокую цену за тот или иной товар и получить дополнительную прибыль;

11) «ключевых компетенций» (XX в.). Основателем подхода является Ж. Ламбен, который расширяет условия обеспечения конкурентных преимуществ предприятия за счет ключевых компетенций;

12) «маркетинговых категорий» (XX век). П. Самуэльсон предложил определять предпочтения потребителя на основе поведения, что назвал теорией выявленных предпочтений. Ж. Ламбен определяет показатель рыночной силы, отражающий в какой степени покупатель готов заплатить более высокую цену за аналогичную продукцию его конкурентов.

13) «экологический» (XX век). Как конкурентный фактор продукции экономисты определяют уровень экологичности, учитывающий уровень социокультурных тенденций и потребностей общества. К сторонникам такого подхода принадлежат С. Ильяшенко, А. Воронкова и другие.

Концепция и понятие «конкурентное преимущество» были разработаны М. Портером при формулировании основных типов стратегий (лидерство в издержках и дифференциация, фокусирование (на узких рыночных сегментах))

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

[9]. Конкурентные преимущества возникают в процессе конкурентной борьбы с определенными пятью силами конкуренции: с другими продавцами подобной продукции (услугам), предприятиями - потенциальными конкурентами, производителями товаров-заменителей, поставщиками ресурсов, покупателями его продукции [15]. Сущность модели М. Портера формулируется, используя три аспекта конкуренции: конкурентные силы отрасли, конкурентные стратегии и конкурентные преимущества [16]. По нашему мнению, конкурентная сила организации - это способность успешно противодействовать влиянию конкурентной силы отрасли. Организация может владеть как одной, несколькими, так и всеми конкурентными силами отрасли. Размер конкурентного преимущества организации определяет его характер (формула):

$$\text{КС предприятия} - \text{КС отрасли} = \text{КП предприятия},$$

где КС – конкурентная сила;

КП – конкурентное преимущество.

Минимальное преимущество свидетельствует о наличии конкурентного преимущества низкого порядка; максимальное - о конкурентном преимуществе высокого порядка, имеющего способность к устойчивости.

Заключение. Эволюционные изменения в теории конкурентных преимуществ обусловлены объективными факторами и особенностями исторического периода развития стран и возможностью получать преимущества во внешней торговле. Анализ сущности конкурентных преимуществ позволил выявить значительные различия в трактовке этой категории. Выявлено четыре основных подхода относительно атрибутики парадигмы конкурентных преимуществ в контексте эволюционных изменений - статический, динамический, комплементарный и холистический. Классифицированы подходы и выявлены источники и факторы развития конкурентных преимуществ с позиции потребительной стоимости, предельной полезности, дифференциации, спроса и предложения, ключевых компетенций, маркетинговых категорий и экологического подхода.

Библиографический список

1. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит. – М.: Эксмо, 2007. – (Серия: Антология экономической мысли). – 960 с.
2. Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения. Соч. – М.: Госполитиздат, 1955. – Т.1. – 360 с.
3. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала и цикла конъюнктуры): пер. с нем. / Й. А. Шумпетер. – М. : Прогресс, 1982. – 453 с.
4. Porter M.E. Competitive Strategy: Techniques for Analysing Industries and Competitors / M.E. Porter. – NY: Free Press, 1980. – XX. – 396 p.
5. Хамел Г. Конкурируя за будущее / Г. Хамел, К. Прахалад. – М.: Олимп-Бизнес, 2002. – 216 с.
6. Портер М. Конкуренция / М. Портер – М.: Вильямс, 2005. – 608 с.
7. Портер М. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран / М. Портер. – М. : Альпина Паблицер, 2016. – 947 с.
8. Стаховяк З. Конкурентоспособность национальной экономики в условиях глобальной турбулентности: монография / З. Стаховяк, М. Лисецки, З. Цекановски, А. Дзюрны [и др.]. - Польша, Варшава, 2015. – 256 с.
9. Портер М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / Майкл Е. Портер ; пер. с англ. [Е. Калинина]. - М. : Альпина Бизнес Букс, 2016. - 1020 с.
10. Шашло, Н. В. Концептуальные положения процесса стратегического управления конкурентоспособностью производственно-предпринимательских структур пищевой промышленности / Н. В. Шашло, Г. Люй // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2019. – Т. 8. – № 2(27). – С. 374-377. – DOI 10.26140/anie-2019-0802-0094.
11. Конкурентоспособность предприятия и конкурентоспособность продукции – залог успешного импортозамещения товаров, востребованных

потребителями регионов ЮФО и СКФО / В. Т. Прохоров, Г. Ю. Волкова, Э. Ф. Гетманова [и др.]. – Новочеркасск : Лик, 2018. – 337 с.

12. Хакимов, А. Х. Проблемы управления конкурентоспособностью российских предпринимательских структур и пути их решения / А. Х. Хакимов. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2019. – 200 с.

13. Шашло, Н. В. Конкурентная адаптивность как параметр оценки инвестирования в развитие предприятий / Н. В. Шашло, А. А. Кузубов, А. И. Вильдеман // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2017. – Т. 6. – № 1(18). – С. 209-212.

14. Мусальников, Д. А. Конкурентоспособность предприятия. Факторы, пути повышения конкурентоспособности / Д. А. Мусальников // Вопросы науки и образования. – 2019. – № 1(43). – С. 4-8.

15. Шашло, Н. В. Эволюционная трансформация понятийно-категориального аппарата теорий предпринимательства в условиях конкуренции / Н. В. Шашло, О. Ю. Ворожбит, Г. Люй // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2018. – Т. 7. – № 1(22). – С. 261-265.

16. Шаронин, П. Н. Стратегическое маркетинговое планирование как инструмент повышения конкурентоспособности медиаорганизации / П. Н. Шаронин, А. В. Шельгов, Е. Б. Третьяк. – М.: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство ИТРК», 2019. – 181 с.

Оригинальность 91%