

Тукабаева Лидия Павловна

Магистрант

Направление: Экономика

Магистерская программа: Экономика фирмы

Особенности конкурентных преимуществ фирмы

Аннотация: Рассматриваются особенности конкурентных преимуществ фирмы

Ключевые слова: конкуренция, конкурентное преимущество, прибыль, конкурентная борьба

Изучение теории конкурентных преимуществ как объекта анализа позволяет сделать вывод о том, что она последовательно возросла из теории абсолютных преимуществ (А. Смит) и теории сравнительных преимуществ (Д. Рикардо, Э. Хекшер, Б. Олин) [1, с. 25]. Одним из основоположников теории конкурентных преимуществ является известный ученый М. Портер, который предлагает теорию конкурентного преимущества формировать на основе понятия «ценность». В настоящее время существует немало как сторонников, так и критиков теории М. Портера [2, с. 128]. Однако данное обстоятельство убеждает в том, что внимание ученых к вопросам, связанным с исследованием конкурентных преимуществ, не только возрастает, но и приобретает все большую актуальность.

Исследуя генезис теории преимуществ, можно утверждать, что к изучению конкурентных преимуществ применим эволюционный подход, авторская интерпретация которого заключается в следующем. Полагаем, что трансформация теорий преимуществ претерпевает изменения вследствие происходящих качественных перемен в мировой экономике, а также благодаря новым тенденциям и явлениям в мировом сообществе.

Развитие теорий преимуществ происходит по направлению вектора развития общества (назовем его вектором трансформации, который характеризует направление и скорость происходящих перемен в мировом сообществе). Подтверждением тому является переход от индустриального общества к постиндустриальному обществу.

Система управления конкурентными преимуществами на предприятии, должна включать:

- планирование конкурентных преимуществ;
- определение факторов, влияющих на конкурентоспособность экспортной деятельности предприятия;
- формирование портфеля конкурентных преимуществ;
- разработка мероприятий, позволяющих наращивать конкурентные преимущества;
- определение проблемных полей деятельности.

Способность фирмы завоевать конкурентное преимущество зависит от того, находятся ли ее ресурсы и способности в соответствии с ключевыми факторами успеха в данной отрасли или на данном рынке. Конкуренция стимулирует получение преимущества и одновременно подрывает его. Понимание характера конкуренции в отрасли является фундаментальным шагом на пути создания конкурентного преимущества [3, с. 35].

Конкурентное преимущество может быть определено следующим образом: при наличии двух или более конкурирующих фирм на одном рынке конкурентное преимущество над своим соперником создает та фирма, которая стабильно получает более высокую долю прибыли (или обладает потенциалом к ее получению).

Конкурентное преимущество, таким образом, заключается в способности фирмы опережать соперников в решении главной задачи организационной деятельности – получении прибыли. Однако, конкурентное преимущество может не проявляться в повышенной прибыльности: фирма может инвестировать полученную текущую прибыль в увеличение доли рынка или в

новую технологию; фирма также может пожертвовать прибылью ради других целей, например интересов удовлетворения потребителей, благотворительных целей, использовать ее для оплаты льгот сотрудникам или дополнительных бонусов руководителям.

Различие конкурирующих фирм в прибыльности нарушает сложившееся равновесие на рынке и вызывает изменения в расстановке сил. Источники изменений могут быть как внешними, так и внутренними по отношению к отрасли. Пели исходить из того, что изменения внешней среды приводят к появлению конкурентного преимущества, то можно утверждать, что эти изменения должны оказывать различные воздействия на компании, вследствие того, что каждая компания уникальна и обладает присущим только ей потенциалом ресурсов и способностей, а также положением на рынке.

При рассмотрении существенных аспектов конкурентного преимущества можно выделить следующую интересную особенность. С одной стороны, состояние конкурентоспособности достигается за счет обладания (сохранения и развития) конкурентным преимуществом (преимущество выступает фактором конкурентоспособности). Так, доступность ресурсов или их стоимость, складывающаяся на данной территории, являются источником конкурентного преимущества по издержкам и способствуют росту ценовой привлекательности предложения. Вследствие влияния ценового фактора увеличивается платежеспособный спрос на предлагаемую продукцию (услугу), изменяется структура рынка в пользу данного производителя.

С другой стороны, конкурентное преимущество, являясь объектом конкуренции, может быть достигнуто в ходе конкурентной борьбы.

В заключении необходимо подчеркнуть, что для получения прибыли на основе конкурентного преимущества требуется, чтобы фирма сначала добилась конкурентного преимущества, а затем закрепила и удерживала его достаточно долго, чтобы получить желаемые доходы. Чтобы выявить возможности для формирования и удержания конкурентного преимущества, организация должна понимать характер конкурентного процесса на конкретном рынке.

Существование таких возможностей будет зависеть от наличия факторов несовершенной конкуренции. Для того чтобы определить и изучить эти факторы, мы должны уметь распознавать необходимые для ведения конкурентной борьбы ресурсы и способности, а также обстоятельства, при которых эти ресурсы и способности можно приобрести.

Литература

1. Глухов А. Оценка конкурентоспособности товара и способы ее обеспечения. М.: Маркетинг, 2015.
5. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, практика, методология. М.: Финпресс, 2014.
6. Мишин Ю. Слагаемые конкурентоспособности: Рекомендации по выработке стратегии развития производственных структур. М.: Риск, 2015.

© Бюллетень магистранта 2017 год № 5