

И. В. Соловьева

soloveov_pn@mail.ru

Гомельский государственный университет им. Ф. Скорины, Беларусь

КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО ПРЕДПРИЯТИЯ: ЭВОЛЮЦИЯ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ПОСЫЛОК

В статье рассматривается становление понятия «конкурентное преимущество». Проанализированы характерные особенности различных подходов к определению понятия зарубежных и российских авторов, с учетом изменений содержания теории конкурентных преимуществ с течением времени. Представлены основные недостатки современной трактовки понятия. На основе проведенного исследования выделяется наиболее актуальный способ толкования понятия, дается его обобщенное определение.

Конкретная рыночная позиция организации определяется её конкурентными преимуществами. В обобщенном виде конкурентные преимущества – это превосходства в какой-либо области, обеспечивающие успех в конкурентной борьбе. Конкретное содержание понятия конкурентные преимущества зависит от:

- в первую очередь, от субъекта конкуренции;
- во вторую – от этапа конкурентной борьбы.

Конкурентная борьба, являющаяся следствием ограниченности ресурсов, заставляет искать закономерности поведения экономических субъектов в таких условиях. В ходе этой борьбы сменяются подходы к её проведению: как к самой политике достижения конкурентных преимуществ, так и к выбору их источников. Это находит отражение в эволюции концепции конкурентных преимуществ.

В ходе анализа ряда работ на тему конкурентоспособности организации и конкурентных преимуществ выявляется отсутствие единства в толковании данных понятий, наблюдаются различия трактовок этих экономических терминов среди зарубежных, российских и отечественных авторов. Основанием таких различий можно считать ряд следующих причин:

- особенности исторического развития экономик различных стран;
- переходные процессы в экономиках стран постсоветского пространства, в том числе России и Беларуси.

Для осуществления более детального анализа целесообразно исследовать и обобщить подходы зарубежных и российских ученых к определению понятия «конкурентное преимущество».

По мере зарождения и трансформации теории конкурентных преимуществ появилось около 20 концепций, акцентом каждой из которых являются те конкурентные преимущества, которые были актуальны для своего периода времени.

Различные подходы ученых-экономистов к определению «конкурентное преимущество» (далее КП) отражаются во времени и содержании [1]. Трансформация представлений о категории «конкурентное преимущество» с течением времени представлена в таблице 1.

Таблица 1 показывает, что сначала ученые рассматривали конкурентные преимущества как экономию на затратах. Это связано с рассмотрением только ценовых основ конкурентоспособности. С середины XIX века более значимой стала степень обеспеченности ресурсами. В XX и начале XXI века основными конкурентными преимуществами становятся знания и интеллектуальный потенциал.

Наиболее полно существующая в экономических исследованиях трактовка понятия «конкурентные преимущества» отражается в определении Г.Л. Азоева. В соответствии с его трактовкой под конкурентными преимуществами понимаются «концентрированные проявления превосходства над конкурентами в экономической, технической, организационной сферах деятельности предприятия, которые можно измерить экономическими показателями (дополнительной прибылью, более высокой рентабельностью, рыночной долей, объемом продаж)» [2].

По мнению Г.Л. Азоева, превосходство над конкурентами в экономической, технической и организационной сферах деятельности организации является конкурентным преимуществом только в том случае, когда находит отражение в увеличении объемов продаж, прибыли и рыночной доли. Однако, данное утверждение справедливо лишь в отношении реальных преимуществ, при этом потенциальные преимущества, которые в перспективе могут привести к увеличению продаж и прибыли, не считаются конкурентными. Исключение этих преимуществ из категории конкурентных тормозит эффективное стратегическое планирование маркетинга.

Таким образом, целесообразно рассматривать конкурентное преимущество как уникальные ресурсы в материальном и нематериальном выражении, которыми владеет организация, и которые являются стратегически важными для развития бизнеса. Они обеспечивают превосходство на рынке и позволяют организации не только выживать в конкурентной борьбе, но и побеждать в ценовой и неценовой конкуренции.

Таблица 1 – Эволюция содержательных основ понятия «конкурентное преимущество»

Содержательные основы экономического понятия «конкурентное преимущество»	Ученые-экономисты												
	А. Смит	Д. Милль, Д. Рикардо	А. Маршалл	Б. Олин, Э. Хекшер	Г. Демсец, А. Алчиян	И. Кирцнер	Ф. Хайек, П. Друкер	Ж. Ламбен, М. Портер	Ж. Вальтер	Х. Траболт	Д. Мур	А. Бранденбург	А. Ойхер
Затраты	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Объемы производств	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Факторы производств	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Требования конкурентной среды	-	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-
Предпринимательские способности	-	-	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-
Человеческий фактор	-	-	-	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-
Эффективное использование ресурсов	-	-	-	-	-	-	-	+	-	-	-	-	+
Интеллектуальный потенциал	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	+	-	-
Степень соконкуренции	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+

Литература

1 Данилов, И.А., Волкова Е.В., Ретроспективный анализ трактования терминов «конкурентоспособность» и «конкурентное преимущество» отечественными и зарубежными авторами / И.А. Данилов, Е.В. Волкова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2010. – №3 (184). – С.132.

2 Азоев, Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия, практика: учебник / Г.Л. Азоев // – Минск: Центр экономики и маркетинга, 2009. – 257 с.