

Аннотация. В статье рассмотрены конкурентные преимущества в теории М. Портера, изучена практическая применимость постулатов теории М. Портера.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентная борьба, эффективность, конкурентные преимущества, цепочка ценностей, система ценностей.

Для выживания в конкурентной борьбе любая система или объект конкуренции должны обладать определенными преимуществами перед своими конкурентами.

Огромный вклад в развитие теории конкуренции, конкурентных преимуществ и конкурентоспособности внес Майкл Портер. Рассмотрим основные положения его теории.

Детерминанты конкурентного преимущества страны – это система свойств и факторов, компоненты которой взаимно усиливаются (национальный «ромб»). То есть преимущества в одном детерминанте могут создать или усилить преимущества в других. Так, большой спрос на продукцию фирмы сам по себе не даст ей конкурентного преимущества, если острота конкуренции недостаточна, чтобы фирма приняла этот спрос к сведению [1].

Конкурентный ромб» включает группы показателей:

параметры факторов или факторные условия - трудовые и природные ресурсы, финансовые и научно - информационные ресурсы, инфраструктура. М. Портер отмечает, что важен не столько запас факторов, а какого их качество, скорость создания, совершенствование.

Параметры спроса или условия спроса. Спрос характеризуется тремя важными чертами:

- структурой спроса – разбивка покупателей на основании мотивов приобретения конкурентного товара, а также исходя из демографических, социальных или иных признаков;

- величиной и характером роста спроса, определяемыми емкостью внутреннего рынка, количеством независимых покупателей, скоростью, с которой растет спрос на внутреннем рынке;

- интернационализацией спроса механизмами, с помощью которых предпочтения на внутреннем рынке передаются на зарубежные рынки [2].

Чтобы получить и удержать преимущество в наукоемких отраслях, составляющих основу любой развитой экономики, нужно иметь преимущество во всех составных частях «ромба».

Завершенность теории национального «ромба» придают еще две переменные: случайные события и действия правительства. К числу случайных можно отнести события: изобретения, НТП,

войны, политические события за рубежом, изменения в спросе на внешнем рынке и т.п. Действия правительства могут как усиливать, так и ослаблять конкурентное преимущество страны.

М. Портер отмечает, что стратегия должна основываться на всестороннем понимании структуры отрасли. В любой отрасли суть конкуренции выражается пятью силами конкуренции:

- 1) Угроза появления новых конкурентов.
- 2) Сила поставщиков.
- 3) Сила покупателей.
- 4) Соперничество между имеющимися конкурентами.
- 5) Угроза появления товаров и услуг – заменителей.

Пять сил конкуренции определяют прибыльность отрасли, потому что они влияют на цены, которые могут диктовать фирмы, на расходы, которые им приходится нести, и на размеры капиталовложений, необходимые для того, чтобы конкурировать в отрасли. Угроза появления новых конкурентов снижает общий потенциал прибыльности в отрасли, потому что они привносят в нее новые производственные мощности и стремятся заполучить долю рынка, тем самым, снижая позиционную прибыль.

Мощные покупатели и поставщики, торгуясь, извлекают выгоду и снижают прибыль фирмы. Снижает прибыль и ожесточенная конкуренция в самой отрасли, в том числе за счет дополнительных расходов на мероприятия по поддержанию высокого уровня конкурентоспособности (реклама, организация сбыта, НИОКР и др.). Наличие товаров-заменителей также ограничивает цену.

Значение каждой из пяти сил конкуренции определяется структурой отрасли, ее основными техническими и экономическими характеристиками.

М. Портер утверждает, что позицию фирмы в отрасли определяет конкурентное преимущество (сильная сторона компании), которое позволяет обойти соперников и укрепить свои позиции на рынке. Конкурентное преимущество делится на два вида:

- 1) более низкие издержки;
- 2) дифференциация товара.

Система ценностей отражает взаимосвязь систем ценностей всех участников создания потребительской ценности. Конкурентное преимущество фирмы определяется тем, насколько она может организовать всю систему ценностей. А также от качества работы системы.

Цепочка ценностей фирмы – это система взаимосвязанных видов деятельности, влияющих на формирование позиционной прибыли фирмы. Связи между основными и вспомогательными видами деятельности приводят к тому, что дополнительные затраты по приспособлению этих видов деятельности друг к другу приносят прибыль в будущем. По мнению Р.А. Фатхутдинова цепочка ценностей есть ничто иное как система обеспечения конкурентоспособности фирмы (о которой речь пойдет в одной из заключительных тем).

Например, более дорогие конструкции и комплектующие изделия, более тщательный контроль качества, или повышения профессионализма работников позволяют снизить расходы на послепродажное обслуживание.

Одним из источников конкурентного преимущества является инновационная деятельность. Типичными причинами инноваций являются:

1. Новые технологии.
2. Новые или изменившиеся потребности покупателей.
3. Появление новых сегментов рынка.
4. Изменение стоимости или доступности компонентов производства.
5. Изменения правительственного регулирования.

Продолжительность удержания конкурентного преимущества зависит:

- от источника преимущества (преимущества высокого или низкого ранга);
- от количества имеющихся у фирмы явных источников конкурентного преимущества;
- от активности в модернизации производства и других видов деятельности [1].

М. Портер подчеркивает, что страны имеют наибольшие шансы в тех отраслях или их сегментах, где все четыре детерминанта конкурентного преимущества (так называемый «конкурентный ромб») имеют наиболее благоприятный характер [2].

Таким образом, М. Портер внес существенный вклад в развитие теории конкуренции конца XX в., обогатив ее рядом важных предложений, а также раскрыв сущность категории конкуренции

через взаимосвязь с такими понятиями как «конкурентоспособность», «интенсивность конкуренции», «конкурентные преимущества» и другие.

Тем не менее, несмотря на большое теоретическое значение работ М. Портера, они не стали ведущими в реализации целей западного бизнеса в конце XX в. Предложенный М. Портером подробный анализ деятельности фирм подразумевает поиск путей, повышающих эффективность деятельности бизнеса. Постулаты, лежащие в основе его теории заключаются в следующем: если каждая компания будет заниматься планированием и неуклонно следовать разработанным схемам, то конкуренция стабилизируется и уступит место состоянию, при котором любая фирма, стремящаяся стать лидером в минимизации издержек, проводящая стратегию дифференциации либо сосредоточившаяся на концентрации, завоевывает лидирующие позиции. В итоге конкуренция утратит динамику и приостановит свое действие. Однако не все рекомендации М. Портера осуществились или нашли практическое применение, а зачастую оказались даже неэффективными.

Практическая реальность 1980-х годов показала, что некоторые компании, не принявшие его идеи, сделали то, что Портер считал невозможным, - одновременно минимизировали издержки и осуществили дифференциацию. Ряд американских компаний подвергли большому сомнению основные положения теории Портера. Так, под сомнение попала необходимость стратегического планирования и его результаты. Планирование связано с анализом, предполагающим разделение цели намерений на стадии, формализацию этих стадий таким образом, чтобы их можно было выполнить почти автоматически. Тогда как стратегическое мышление, напротив, имеет большее отношение к синтезу, связанному с созидательностью, перспективностью.

Следующей проблемой теории М. Портера, на которую обратили внимание американские экономисты, является определенное отстранение от реальности из-за использования фиксированных постоянных данных.

К началу 1990-х годов американские кампании отказались от постулатов стратегического планирования, сделав попытку уменьшения размеров компаний, а также изучив возможности реструктуризации, перестройки своей структуры и краткосрочного планирования. Эти меры также оказались временными, и появилась настоятельная необходимость поиска новых конкурентных преимуществ в борьбе за лидерство.

Однако тот путь развития знаний о конкуренции, который раскрыл М. Портер, не потерял своей значимости и актуальности, так как для стран с развивающейся экономикой и для новых компаний большое значение имеет накопленный опыт в области теории и практики конкурентной борьбы и поиска конкурентных преимуществ [3].

Таким образом, конкуренция – это динамичный, развивающийся процесс, в основе которого лежат инновации и постоянное обновление технологии.

Список использованных источников

1. Теория конкурентного преимущества м. Портера [Электронный ресурс] / Файловый архив студентов. – Режим доступа: <https://studfile.net/>. – Дата доступа: 10.12.2023.
2. Меры по улучшению конкурентной среды в Республике Беларусь [Электронный ресурс] / Файловый архив студентов. – Режим доступа: <https://studfile.net/>. – Дата доступа: 10.12.2023.
3. Теория конкурентных преимуществ М. Портера [Электронный ресурс] / Studref - Студенческие реферативные статьи и материалы. – Режим доступа: <https://studref.com/>. – Дата доступа: 10.12.2023.