

## СИСТЕМА КОНКУРЕНТНЫХ ОТНОШЕНИЙ НА СОВРЕМЕННОМ РЫНКЕ

### THE SYSTEM OF COMPETITIVE RELATION ON THE MARKET TODAY

И.Г. ЛУКМАНОВА  
I.G. LUKMANOVA

(Национальный исследовательский Московский государственный строительный университет)  
(Moscow State University of Civil Engineering (National Research University))  
E-mail: lukmanova@mgsu.ru

*В статье рассмотрены аспекты конкурентных отношений на современном рынке текстильной промышленности. Приводится иерархия и взаимосвязь понятий конкурентного рынка. Определено факторное пространство, в котором формируются конкурентные преимущества предприятий. Предложен состав конкурентного потенциала предприятия и определен вид функциональной зависимости величины потенциала от его составляющих. Разработана классификация конкурентных стратегий предприятия. Дан анализ основных типов конкурентного статуса предприятий текстильной отрасли.*

*The article considers the aspects of competitive relations on the market of tech-stylish industry. Shows the hierarchy and interrelation of the concepts of a competitive market. Defined factor space, in which are formed the competitive advantages of enterprises. The proposed structure of the competitive potential of the enterprise and defined the functional dependence of the potential value from its components. The classification of competitive strategies of enterprises. The analysis of the main types of competitive status of the textile industry.*

**Ключевые слова:** конкурентные отношения, конкуренция, конкурентные преимущества, потенциал развития предприятий текстильной промышленности; конкурентные стратегии, тип конкурентного положения предприятия на рынке текстильной продукции.

**Keywords:** competitive relations, competition, competitive advantages, development potential enterprises of the textile industry, competitive strategies type of competitive situation of the company in the market of textile products.

В иерархии действующей современной системы конкурентных отношений конкуренция занимает верхний уровень, затем идет конкурентоспособность, далее следуют конкурентные преимущества, составляющие в сумме конкурентный потенциал, и эту пирамиду замыкают конкурентные стратегии, позволяющие реализовать имеющийся потенциал. Рассмотрим вышеперечисленные понятия в следующем порядке:

конкуренция → конкурентоспособность → конкурентные преимущества → конкурентный потенциал → конкурентные стратегии.

Конкуренция – это возможность предприятия реализовать свои конкурентные преимущества на рынке в следующих основных аспектах: уровень качества продукции; снижение издержек производства; цена продажи; качество и объем услуг по-

слепродажного обслуживания; минимизация затрат на эксплуатацию (использование) продукции; эффективность использования живого труда (человеческий аспект); своевременность разработки и внедрения инноваций; рациональная маркетинговая политика [4].

Целенаправленный учет этих направлений является основой конкурентоспособности предприятия и обеспечивает ему соответствующую долю на рынке аналогичной продукции. В фокусе рыночных отношений конкуренция играет роль основной движущей силы, которая определяет взаимодействие всех субъектов рынка. На любом этапе циклического развития экономики показатель конкурентоспособности не теряет своей актуальности, являясь одним из основных критериальных показателей эффективности деятельности как отдельных предприятий, так и отрасли в целом.

Конкурентоспособность предприятия – это многогранное и многоаспектное понятие, характеризующее управляемые свойства предприятия и его положение на конкретном рынке в определенный период времени. Как экономическая категория, конкурентоспособность – это экономически оцениваемый на соответствующем рынке результат эффективности деятельности конкретного предприятия, причем оценивать его можно как в количественном, так и в качественном выражении [1]. При рассмотрении конкурентоспособности можно применить дуальный подход: с одной стороны, конкурентоспособность, как уже было сказано, это результат деятельности; с другой стороны – это использование предприятием своих конкурентных преимуществ с наибольшей степенью эффективности.

Концепция становления и развития конкурентных преимуществ пережила несколько этапов, которые связаны с именами известных ученых-экономистов [2].

В основе первого этапа лежит теория абсолютных преимуществ А. Смита, который во главу угла ставил наличие и использование природных ресурсов с учетом климатических условий. Второй этап – это "теория сравнительных издержек" Д. Риккардо и Д.С. Миля, которые впервые предложили

учитывать издержки производства. Ученые-экономисты Э. Хекшер, Б. Олин и П. Самуэльсон, авторы "Теории сравнительных преимуществ", добавили необходимость учета всей совокупности производственных факторов, включая организационно-контрольные.

Авторство современной теории конкурентных преимуществ принадлежит американскому ученому М. Портеру. В основе его концепции конкурентных преимуществ национальных экономик в целом лежат принципы стратегии обеспечения конкурентоспособности отдельных отраслей, с учетом всей совокупности факторов экономических взаимоотношений [3]. В основе методологии конкурентных преимуществ отдельных стран М. Портера лежит основополагающая модель "Национального ромба", характеризующая четыре основные составляющие подсистемы, находящиеся во взаимодействии [2]:

- факторные условия (капитал, инфраструктура, технология, квалифицированная рабочая сила и т.п.);
- рыночные параметры спроса и предложения;
- взаимосвязанные отрасли экономики (конкурентоспособные, смежные, родственные, обслуживающие и поддерживающие);
- конкурентные стратегии предприятий и отраслей, их методы и структуры.

М. Портер также предлагает учитывать в модели влияние государственной нормативно-правовой системы, а также различные ситуационные риски. Конкурентные преимущества в системе "Национального ромба", находясь во взаимодействии, дают синергетический эффект, как результат целостности системы и усиление одних преимуществ за счет связей с другими. Сущность конкурентных преимуществ можно определить как динамически изменяющиеся внутренние возможности и особенности предприятия, позволяющие ему конкурировать с другими фирмами на конкурентном рынке в определенный период времени в соответствующем факторном пространстве.

Факторная основа предопределяет наличие и величину конкурентных преимуществ, так как они характеризуют свойства, присущие конкретному предприятию и его продукции, и могут изменяться под влиянием внешних и внутренних условий.

К внешним факторам на макро- и мезоуровне можно отнести:

- уровень конкурентоспособности страны, отрасли, региона;
- государственное нормативно-правовое регулирование всех сфер предпринимательской деятельности;
- научный уровень управления, инновационного развития;
- развитие инфраструктуры;
- наличие природных ресурсов;
- система подготовки и повышения квалификации кадров, демографическая политика;
- состояние рынков, уровень конкуренции;
- климатические и другие географические условия.

Для предприятия внешние факторы влияния являются неуправляемыми и к ним приходится приспосабливаться и учитывать их влияние при формировании конкурентных преимуществ.

Внутренние факторы, определяющие конкурентные преимущества предприятий, можно распределить по следующим классификационным группам:

- организационно-структурные;
- управленческо-координационные;
- материально-технические (ресурсные, включая человеческие ресурсы);
- технико-технологические (включая инновационные);
- итогово-аналитические (включая финансово-экономические показатели деятельности).

Конкурентные преимущества предприятия формируют стратегический конкурентный потенциал, который предприятие должно реализовать с максимальной эффективностью. На рис. 1 представлена структура конкурентного потенциала фирмы.

Все составляющие потенциала должны формироваться на инновационной основе,

что обеспечит предприятию получение максимального эффекта в данный период времени.



Рис. 1

Зависимость потенциала от составляющих можно описать функцией:

$$КП_i = f(\alpha_1 S_{тi}; \alpha_2 S_{рi}; \alpha_3 S_{рмi}; \alpha_4 S_{инi}; \alpha_5 S_{исi}; \alpha_6 S_{сi}),$$

где  $\alpha_1; \dots; \alpha_6$  – весомости каждой составляющей, определяемые на основе результатов экспертного опроса.

Реализация имеющегося конкурентного потенциала – это основное целевое направление обеспечения конкурентоспособности в общей системе управления всей деятельностью предприятия, включающей концепцию управления конкурентоспособностью. Управление конкурентоспособностью предприятий должно быть направлено на разработку стратегических планов реализации конкурентных преимуществ и их развития в условиях динамически изменяющихся внешних и внутренних факторов. Стратегически обоснованная конкурентная политика компании обеспечит ее успешное функционирование на рынке в долгосрочной перспективе, своевременно адаптируясь к изменениям внешней среды. [1]

При выборе и разработке стратегии обеспечения конкурентоспособности нельзя ориентироваться только на какой-то один, может быть весьма важный, критерий или показатель деятельности и применять только один известный метод. Необходим комплексный подход, аккумулирующий в себе набор методов, приемов, моделей и ме-

тодик, позволяющий интегрировать и учитывать все аспекты функционирования предприятия и важнейшие факторы влияния, определяющие существующую деятельность и возможности дальнейшего стратегического развития.

Исследованию стратегий конкурентного развития компаний посвящены труды известных ученых М. Портера, Ф. Котлера, И. Ансоффа и др. [3]. Можно выделить два основных методологических подхода к разработке конкурентных стратегий развития предприятий [5]: ресурсный, или производственно-технологический; компетентностный, или организационно-управленческий. Как показывает анализ, применение этих двух подходов в комплексе позволяет максимально эффективно реализовать конкурентный потенциал компании, который, как правило, зависит от наличия у нее ресурсов и квалифицированного персонала управления.

Различают четыре типа конкурентного поведения предприятия на рынке [6]:

- виоленты – предприятие ориентируется на минимизацию себестоимости продукции, используя эффект масштаба;
- эксплеренты – предприятия нацелены на активное внедрение инноваций, создают новые виды продукции, используют свое первенство на рынке;
- пациенты – предприятия выпускают узкоспециализированную дорогостоящую продукцию высокого качества, ориентируясь на конкретный уровень платежеспособности клиентов;
- коммутанты – предприятия производят стандартную продукцию широкого ассортимента, ориентируясь на удовлетворение стандартных, типичных потребностей локального рынка.

М. Портер определил пять детерминант рынка и внешней среды, определяющих выбор конкурентной стратегии [5]: реальная возможность появления на рынке новых сильных предприятий-конкурентов; возможность поставщиков менять цены на ресурсы; способность клиентов снижать цены путем торга; возможность создания новых инновационных товаров-заменителей.

С учетом методических подходов и детерминант для определения политики обеспечения конкурентоспособности автором предлагается классификация стратегий конкурентного развития предприятий, которая представлена на рис. 2.



Рис. 2

## ВЫВОДЫ

Анализ конкурентных отношений показывает, что конкурентоспособность предприятия обеспечивается его конкурентными преимуществами и потенциалом развития, которые можно эффективно реализовать с помощью правильно выбранной стратегии с учетом факторов риска внешней среды. Наличие конкурентных преимуществ и выбор соответствующей конкурентной стратегии определяют конкурентный статус предприятия и тип его конкурентного положения на рынке.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Лукманова И.Г., Казинец Л.А. Повышение конкурентоспособности строительных организаций в условиях саморегулирования // Недвижимость: Экономика, управление. – 2010, №1-2.
2. Савельева Н.А. Управление конкурентоспособностью фирмы. – Ростов-на-Дону: Изд-во "Феникс", 2010.
3. Бринк И.Ю., Савельева Н.А. Бизнес-план предприятия. Теория и практика. – Ростов-на-Дону: Изд-во "Феникс", 2002.
4. Лукманова И.Г. Концептуально-методологический подход к созданию комплексной системы обеспечения качества экологичности и безопасности в строительстве // Промышленное и гражданское строительство. – 2014, №4.
5. Портер М. Конкуренция / Пер. с англ. – М.: Изд-во "Вильямс", 2006.
6. Азов Г.Л., Челенков А.П. Конкурентные преимущества фирмы. – М.: Новости, 2006.

## REFERENCES

1. Lukmanova I.G., Kazinec L.A. Povyshenie konkurentosposobnosti stroitel'nyh organiza-cij v uslovijah samoregulirovaniya // Nedvizhi-most': Jekonomika, upravlenie. – 2010, №1-2.

2. Savel'eva N.A. Upravlenie konkurento-sposobnost'ju firmy. – Rostov-na-Donu: Izd-vo "Feniks", 2010.

3. Brink I.Ju., Savel'eva N.A. Biznes-plan predpriyatija. Teorija i praktika. – Rostov-na-Donu: Izd-vo "Feniks", 2002.

4. Lukmanova I.G. Konceptual'no-metodologicheskij podhod k sozdaniyu kompleksnoj sistemy obespechenija kachestva jekologichnosti i bezopasnosti v stroitel'stve // Promyshlennoe i grazhdanskoe stroitel'stvo. – 2014, №4.

5. Porter M. Konkurencija / Per. s angl. – M.: Izd-vo "Vil'jams", 2006.

6. Azoev G.L., Chelenkov A.P. Konkurentnyye preimushhestva firmy. – M.: Novosti, 2006.

Рекомендована кафедрой экономики и управления в строительстве. Поступила 28.12.16.

---