

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ПРЕДПРИЯТИЯ: ЭВОЛЮЦИЯ И ИСТОЧНИКИ ФОРМИРОВАНИЯ

© 2011 Е.А. Сысоева

кандидат экономических наук, доцент

Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева, г. Саранск

E-mail: sysoewa@mail.ru

Успех предприятий в конкурентной борьбе требует от них развития отличительных способностей и компетенций, позволяющих побеждать в конкурентной борьбе за потребительский спрос. Этим объясняется необходимость глубокого изучения подходов различных ученых к вопросу формирования конкурентных преимуществ предприятия.

Ключевые слова: конкурентные преимущества, предприятие, эволюция, источники формирования конкурентных преимуществ, концепции.

Возникновение и эволюция конкурентных преимуществ тесно связаны с развитием международных экономических отношений, обусловленных научно-техническим прогрессом общества и конкурентными отношениями.

Экономическое направление, существовавшее в 1500-1700-х гг., известное под названием “меркантилизм”, в целях достижения активного сальдо торгового баланса полагало необходимым введение ограничений на большую часть импорта и предоставление субсидий для собственного производства. Основным методом стимулирования собственного производства стало использование метрополиями своих колоний для поставки многих товаров на невыгодных для последних условиях. Для этого не только монополизировалась колониальная торговля, но и тормозилось развитие производства в колониях, которые должны были экспортировать менее дорогое сырье и импортировать более дорогие готовые изделия, способствуя развитию конкурентных преимуществ метрополий.

Адам Смит подверг критике положения меркантилистов. Основываясь на полной либерализации экономики и могуществе рынка, он разработал теорию абсолютного преимущества, в которой утверждал, что в одном регионе могут производиться товары более эффективно, чем в другом. А. Смит доказывал, что, если торговля не будет ограничиваться, каждому региону выгодно специализироваться на производстве той продукции, которая обладает конкурентным преимуществом, вследствие чего ресурсы перетекут в рентабельные отрасли, поскольку конкурировать в нерентабельных отраслях не выгодно.

Абсолютные преимущества, с одной стороны, порождаются естественными факторами (особыми климатическими условиями или наличием огромных природных ресурсов), играя особую роль в сельском хозяйстве и отраслях добывающей промышленности. С другой стороны, преимущества в отраслях обрабатывающей промышленности зависят от сложившихся производственных условий (квалифицированной рабочей силы и совершенства технологии). При этом он особо подчеркивал значение естественных природных условий, указывая на них как на одно из главных абсолютных преимуществ. Согласно данной теории конкурентным будет производство, наделенное необходимыми абсолютными преимуществами¹.

Следующий шаг в развитии теории международной торговли и приближении к теории конкурентных преимуществ был сделан Давидом Рикардо. Базируясь на принципах теории трудовой стоимости, он обосновал целесообразность внешней торговли и для тех случаев, когда страна не обладает абсолютным преимуществом в производстве каких-либо товаров. Построенная им теория сравнительных издержек показывает, что даже в отсутствие торговли сохраняются различия между странами в соотношении издержек производства разных товаров. Каждая страна будет располагать сравнительными издержками, поскольку у нее всегда найдется товар, производство которого будет более эффективно, чем производство остальных при существующем соотношении издержек в других странах. Для примера Д. Рикардо взял две страны, принял в расчет два товара, измеряя все издержки рабочим вре-

менем, и показал, что сравнительное преимущество зависит от соотношений производительности труда. Он исходил из того, что если рабочие покидают одну отрасль, то они не превращаются в безработных, а непременно переходят в другую отрасль, более производительную².

С развитием производительных сил и изменением роли торговли во внешнеэкономической деятельности стран потребовалось объяснение международных экономических отношений с новых позиций. Если труд считать единственным фактором производства, как в теории Д. Рикардо, то сравнительные преимущества могут появиться только из различий в производительности труда между странами. В реальной жизни в основе внешней торговли лежит не только это обстоятельство, но и разница в ресурсах, которыми располагают те или иные страны. Эти факторы не учитывались А. Смитом и Д. Рикардо, поскольку природные ресурсы не использовались в их эпоху столь масштабно.

Дальнейшее развитие теории внешней торговли связано с именами шведских ученых Эли Хекшера и Бертиль Олина, которые разработали теорию соотношения факторов производства, т.е. теорию сравнительных преимуществ³. Они, прежде всего, выступали решительными противниками трудовой теории стоимости Д. Рикардо и ее применения к анализу внешней торговли.

Э. Хекшер и Б. Олин, используя концепцию факторов производства (экономических ресурсов), созданную французским экономистом и предпринимателем Ж.-Б. Сэем, исходили из того, что различия в сравнительных издержках между странами объясняются, во-первых, тем, что в производстве различных товаров факторы используются в разных соотношениях, и, во-вторых, тем, что обеспеченность стран факторами производства (трудом, землей, капиталом) неодинакова. Таким образом, возникновение международного обмена (экспорта и импорта) обуславливалось тем, что страны будут экспортировать те товары, производство которых требует больших затрат относительно избыточных факторов, и импортировать те товары, производство которых основано на относительно дефицитных факторах для данной страны. Различия в сравнительных преимуществах между странами объясняются двумя причинами: во-первых, различными ценами факторов производства, связанными, прежде всего, с разной обеспеченностью отдельных стран

этими факторами; во-вторых, различными соотношениями, в которых участвуют разные факторы в производстве тех или иных товаров.

Ученые полагали, что обилие одних факторов делает их сравнительно дешевыми по сравнению с другими, скудными факторами. Поскольку производство любой продукции требует комбинации факторов, то продукт, в производстве которого преобладают сравнительно дешевые, избыточные факторы, будет относительно дешев, обладая тем самым сравнительным преимуществом. Следовательно, конкурентоспособными будут те отрасли, в которых сконцентрировано большее количество подобных факторов.

В.В. Леонтьев предпринял попытку эмпирической проверки основных выводов концепции Хекшера - Олина и пришел к парадоксальным выводам. Он, используя модель межотраслевого баланса "затраты - выпуск", доказал, что в данную концепцию необходимо внести некоторые дополнения. Во-первых, необходимо учитывать неоднородность факторов производства, прежде всего, рабочей силы, которая может существенно различаться по уровню квалификации. Во-вторых, государственная политика способна стимулировать те отрасли, где интенсивно используются относительно дефицитные факторы производства⁴.

П. Кругман и К. Ланкастер разработали теорию эффекта масштаба, суть которой заключается в том, что при определенной технологии и организации производства долговременные средние издержки сокращаются по мере увеличения объема выпускаемой продукции. Таким образом, возникает экономия, обусловленная массовым производством. Согласно этой теории многие страны обеспечены основными факторами производства в сходных пропорциях и в данных условиях им выгодно специализироваться на тех отраслях, которые характеризуются наличием эффекта массового производства⁵.

Новый существенный вклад в теорию экономического развития внес лауреат Нобелевской премии Р. Лукас. Он строил свой подход на том, что одним из факторов успешного развития производства является "человеческий капитал", т.е. навыки, умение, знания, квалификация и согласованность действий, а также одно из его ключевых свойств - значительный положительный внешний эффект. Прирост "человеческого капитала" конкретного человека, по мнению Р. Лукаса, вли-

яет на возможности не только данного человека, но и других людей, которые общаются с ним в процессе своей деятельности⁶.

Первым к понятию конкурентных преимуществ обратился М. Портер. Его исследования по новому обосновывают и объясняют процессы международного обмена во взаимосвязи сравнительных преимуществ с международной конкуренцией, оперируя вводимым им новым понятием “конкурентное преимущество”. По его мнению, “новая теория должна пойти дальше сравнительных преимуществ - к анализу конкурентного преимущества страны... исходя из того, что конкуренция - динамичный и развивающийся процесс”⁷. Конкурентное преимущество должно быть таким, чтобы его можно было использовать незамедлительно и как можно дольше. Функция его состоит в обеспечении доходов, превышающих среднеотраслевой уровень, и в завоевании прочных позиций на рынке. Предприятия обходят своих соперников, если имеют прочное конкурентное преимущество.

Объяснить, почему в данной стране условия позволяют производителям совершенствоваться и обновляться так, как надо, и притом быстрее, чем зарубежным конкурентам, помогает предложенный М. Портером национальный “ромб” (см. рисунок).

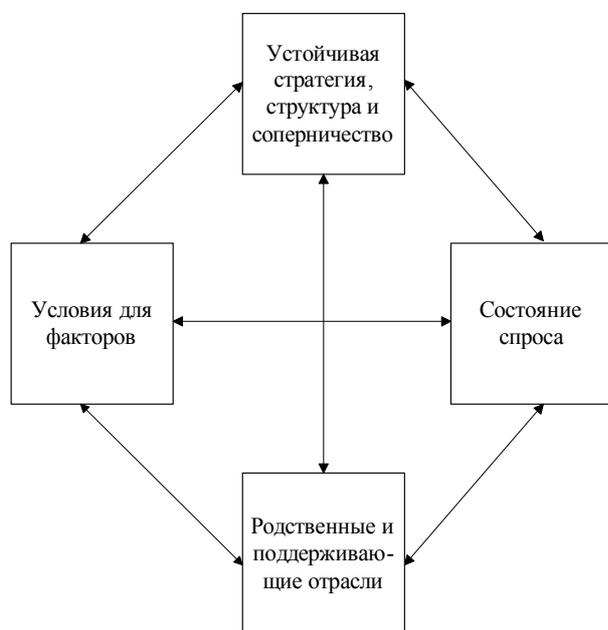


Рис. Детерминанты конкурентных преимуществ страны по М. Портеру

Введенным термином М. Портер обозначает четыре детерминанта конкурентного преимущества:

- условия для факторов. Позиция страны в факторах производства, таких как наличие квалифицированной рабочей силы или инфраструктуры, необходимых для ведения конкурентной борьбы в данной отрасли;

- состояние спроса. Характер спроса на внутреннем рынке для отраслевого продукта или услуг;

- родственные и поддерживающие отрасли. Наличие или отсутствие в данной стране отраслей-поставщиков или других сопутствующих отраслей, конкурентоспособных на международном рынке;

- устойчивая стратегия, структура и соперничество. Существующие в стране условия создания, организации и управления компаниями, а также характер внутренней конкуренции.

Приведенные факторы обуславливают возникновение национальной среды, в которой компании зарождаются и обучаются конкурировать. Страны имеют наибольшие шансы на успех в тех отраслях или их сегментах, где национальный “ромб” имеет наиболее благоприятный характер.

В свою очередь, каждый детерминант влияет на все остальные, а также преимущества в одном детерминанте могут создать или усилить преимущества в других. Кроме того, конкурентное преимущество на основе только одного-двух детерминантов возможно лишь в отраслях с сильной зависимостью от природных ресурсов или в отраслях, где мало применяются сложные технологии и навыки. Удержать такое преимущество, как правило, не удастся, так как оно быстро перетекает из страны в страну, а глобальные фирмы легко нейтрализуют его, действуя “в обход” с помощью глобальной стратегии. Чтобы получить и удержать преимущество в наукоемких отраслях, составляющих основу любой развитой экономики, нужно иметь преимущество во всех составных частях “ромба”. Преимущество по каждому детерминанту не является предпосылкой для конкурентного преимущества в отрасли. Взаимодействие преимуществ по всем детерминантам обеспечивает самоусиливающиеся выигрышные моменты, которые иностранным конкурентам очень трудно уничтожить или скопировать.

Таким образом, проведенное исследование эволюции теории конкурентных преимуществ позволяет сделать вывод о том, что абсолютные преимущества выступают первой ступенью в истории развития настоящих конкурентных преимуществ. Новые технические открытия, в особенности появление парового двигателя и промышленный переворот, привели к возникновению теории сравнительных издер-

жек. Развитие производственных отношений и первые результаты научно-технического прогресса способствовали возникновению теории сравнительных преимуществ, и в итоге развитые конкурентные отношения на фоне научно-технического прогресса общества, появление электронной техники и высоких технологий способствовали сведению всех предыдущих теорий в концепцию конкурентных преимуществ М. Портера.

Исследования содержания категории “конкурентные преимущества” позволили выделить три концепции источников формирования конкурентных преимуществ предприятия: институциональную, рыночную и ресурсную.

С точки зрения институционального подхода экономическое поведение, экономический выбор определяются не только технологическими, информационными возможностями и задачами получения прибыли, но и ограничениями, имеющими социальную природу, человеческими нормами, ценностями, традициями и установками. В этой связи источником конкурентного преимущества является интеграция компании в окружающую ее бизнес-среду, ее информационное поле и систему отраслевых и рыночных связей, которые освобождают компанию от изоляции в социуме. Согласно данной концепции институционализованные операции есть результат взаимодействующих процессов на индивидуальном (нормы, привычки, традиции, соблюдаемые менеджерами), организационном (корпоративная культура, система ценностей) и межорганизационном (воздействие со стороны государства, отраслевых альянсов, общественных ожиданий) уровнях. Основным выводом институциональной концепции состоит в том, что соблюдение фирмами существующих норм, традиций, общественных требований ведет к их гомогенизации, выравниванию различий в их структурах и операциях. В результате успешными являются те компании, которые согласуются с социальными факторами и тем самым приобретают поддержку и легитимность.

На протяжении многих лет достаточно популярна была рыночная концепция М. Портера, которая строилась на том, что успешность предприятия в конкурентной борьбе зависит от специфики отрасли, вида и масштаба конкуренции, а также от поведения самого предприятия на рынке. В качестве источника конкурентных преимуществ данный подход рассматривает эффективную отраслевую и рыночную позицию субъекта, выбранную с учетом его специфики.

С начала 1990-х гг. активное развитие получил ресурсный подход в объяснении источников конкурентных преимуществ (Resource-Based Approach). Он базируется на утверждении, что рыночное положение предприятия основывается на уникальном сочетании его материальных и нематериальных ресурсов и управлении ими, поэтому в качестве источника конкурентных преимуществ выступает уникальная комбинация оригинальных и труднокопируемых специфических видов ресурсов предприятия, задействовав которые, оно может обойти конкурентов. Причем чем интенсивнее изменения, протекающие в той или иной сфере бизнеса, тем меньшую роль играют структура отрасли и позиция в ней данной компании, и тем более значима роль уникальных ресурсов, находящихся в ее распоряжении, и важнейшего из них - знаний в значимых для бизнеса областях.

В развитие ресурсной концепции значительный вклад внесли Б. Вернерфельт, К. Прахалад и Г. Хамел, Э. Пентроуз, Р.М. Грант. Одной из первых работ, посвященных ресурсному подходу, была статья профессора Высшей школы бизнеса Мичиганского университета Б. Вернерфельта “Ресурсная трактовка фирмы”. Однако особый интерес к данному подходу появился после публикации в 1990 г. статьи К. Прахалада и Г. Хамела “Ключевая компетенция корпорации”, в которой на примерах компаний-лидеров были объяснены достоинства концепции фирмы как портфеля компетенций, а не как портфеля бизнес-единиц. Ученые сделали вывод, что действительные источники конкурентного преимущества заключаются не столько в удачных инвестициях в привлекательные бизнесы, сколько в умениях менеджмента консолидировать рассредоточенные по компании технологии и производственные навыки в компетенции (например, управление качеством, миниатюризация, системная интеграция), наделяющие отдельные бизнесы потенциалом быстрой адаптации к изменяющимся рыночным условиям⁸.

Если раньше фирме следовало адаптироваться к специфической внешней среде, то ресурсный подход от нее требует опережающего создания, удержания и развития специфических для нее ресурсов и компетенций. Следовательно, ресурсный подход подчеркивает, что ключом к устойчиво высоким прибылям является не повторение модели поведения других фирм, а развитие уникальности компании как основы предложения ею потребителям неповторимых товаров и услуг, создание собственных, трудно

копируемых другими фирмами ключевых компетенций как залога лидерства в бизнесе.

Носителем ключевых компетенций, по мнению К. Прахалада и Г. Хамела, является персонал фирмы, обладающий соответствующими знаниями, умениями, навыками, мотивацией, т.е. человеческий капитал компании. Необходимой инфраструктурой развития ключевых компетенций выступает совокупность человеческого и организационного капитала: взаимосвязь особых навыков, умений персонала и инновационных технологий, коммуникационных и информационных систем предприятия, корпоративной культуры и других факторов. Критериями развития ключевых компетенций фирмы является рост потребительского капитала, удовлетворенность и лояльность клиентов, инвестиционная привлекательность компании.

Ресурсная концепция оперирует такими понятиями, как “ресурсы”, “способности”, “ренды” и “рутины”. Сложная комбинация материальных и нематериальных ресурсов компании - это результат преобразования классической ресурсной триады “труд - земля - капитал”. Впервые в современной научной литературе четко и последовательно категориальный аппарат данной концепции был сформулирован Р.М. Грантом⁹. По его мнению, ресурсы выступают факторами производственного процесса. Однако не многие ресурсы сами по себе являются производительными. Для производительной деятельности требуются объединение и координация групп ресурсов. Потенциал группы ресурсов в осуществлении определенной задачи или деятельности называется “способностью”, т.е. ресурсы выступают источником способностей фирмы, а способности являются основным источником ее конкурентного преимущества. Сама способность представляет собой организационную рутину или набор взаимосвязанных рутин. Организационные рутины, по определению ученого, - это регулярные и предсказуемые модели деятельности, которые состоят из последовательности скоординированных действий индивидов. Ресурсы и способности создают ренты, т.е. доходы компании от их использования.

В рамках ресурсной концепции источников формирования конкурентных преимуществ предприятия Р.М. Грант выделяет четыре основные характеристики ресурсов и способностей, являющихся особенно важными детерминантами устойчивости конкурентного преимущества. К ним он относит долговечность, прозрачность, мобильность и воспроизводимость.

Долговечность конкурентного преимущества зависит от скорости, с которой обесцениваются или устаревают те ресурсы и способности, на которых оно основано. Причем способности компании более долговечны, чем ее ресурсы, так как она может осуществлять поддержание способностей путем замены некоторых ресурсов по мере их износа или выбытия. Прозрачность преимущества связана с возможностью конкурентов выявить способности, лежащие в основе данного конкурентного преимущества, а после этого определить ресурсы, которые необходимы для воспроизведения данных способностей. Несовременная мобильность ресурсов и способностей обуславливает то, что перемещение большинства ресурсов и способностей от одной компании к другой весьма затруднительно и, следовательно, приобретение конкурентами на равных условиях ресурсов, необходимых для воспроизведения конкурентных преимуществ устоявшихся компаний, маловероятно. В свою очередь, сложность воспроизведения самих ресурсов и способностей позволяет компании удерживать свое конкурентное преимущество в течение длительного периода времени.

Таким образом, проведенное исследование дало возможность выделить три концепции источников формирования конкурентных преимуществ предприятия: институциональную, рыночную и ресурсную, каждая из которых дает ответ на вопрос, в чем причина успеха предприятия в долгосрочной перспективе.

¹ *Смит А.* Исследование о природе и причинах богатства народов. М., 2007.

² *Буяльская А.К., Салий В.В.* Конкуренентоспособность товара, ее оценка. Новосибирск, 1998.

³ Там же.

⁴ *Леонтьев В.В.* Экономические эссе. Теории, исследования, факты и политика. М., 1990.

⁵ *Буяльская А.К., Салий В.В.* Указ. соч.

⁶ *Лукас Р.Э.* Методы и проблемы теории делового цикла. М., 1985.

⁷ *Портер М.* Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. М., 2008.

⁸ *Hamel G., Prahalad C.K.* Competing for the Future. Harvard Business School Press. Boston (Mass.), 1994.

⁹ *Грант Р.М.* Ресурсная концепция конкурентных преимуществ: практические выводы для формулирования стратегии // *Вестн. Санкт-Петерб. ун-та. Серия 8, Менеджмент.* 2003. Вып. 3.