***Груничев А.С.***
*канд. экон. наук, доцент кафедры*
*менеджмента и предпринимательской деятельности*
*Казанского государственного технологического университета*
elsolalbina777@rambler.ru

# *Слагаемые конкурентного преимущества компании*

## *К вопросу конкурентного позиционирования компаний*

Аннотация

*Статья посвящена конкурентному позиционированию компаний. При определении конкурентоспособности на основе форм и видов конкуренции возникает взаимосвязь конкурентных преимуществ и конкурентных стратегий, формируется конкурентная позиция экономического субъекта с учетом условий окружающей среды. В этом контексте автор рассматривает конкурентные преимущества компаний, работающих на отечественном рынке.*

***Ключевые слова:*** конкуренция, конкурентная позиция, конкурентные преимущества, монополия, наступательная стратегия, внешняя среда

Конкурентная позиция субъекта экономики, например, компании, то есть фиксированное положение компании относительно конкурентов, формируется в процессе осуществления субъектом предпринимательства различных конкурентных действий, в ходе которых происходит реализация потенциала конкурентоспособности данной компании. Приобретение конкурентной позиции влияет на изменение уровня ее конкурентоспособности.

Конкурентные позиции могут быть:

– *монопольными,* если компания способна диктовать правила поведения в бизнесе другим компаниям и навязывать собственные деловые интересы;

– *доминирующими,* если компания имеет возможность диктата над соперниками вплоть до полного их подавления, но является более слабой по материальному ресурсу относительно компании, занимающей монопольную конкурентную позицию;

– *доминирующими по конкурентному предпринимательскому ресурсу,* если компания имеет значительный предпринимательский ресурс (например, авторитет руководителя);

– *стартовыми,* при которых предпринимательский и материальный ресурсы незначительны.

### *Реализация конкурентных позиций*

Конкурентная позиция компании включает в себя:
– систему конкурентного целеполагания;
– стратегии и тактики конкурентного позиционирования;
– совокупность комбинаций форм и методов конкурентного позиционирования, базирующихся на соответствующих конкурентных действиях.

Определение занимаемой конкурентной позиции необходимо:
– для оценки успешности конкурентного взаимодействия и положения компании;
– приобретения рычагов влияния на рынок, противодействия угрозам извне;
– демонстрации внешнему окружению собственных конкурентных преимуществ;
– определения стратегических задач дальнейшего повышения конкурентоспособности.

Выделяются следующие схемы реализации конкурентных позиций:
– реализация монопольной конкурентной позиции;
– реализация доминирующей конкурентной позиции;
– реализация конкурентной позиции конкурентного предпринимательского ресурса и конкурентного материального ресурса;
– реализация уязвимых и стартовой конкурентных позиций.

### *Конкурентное позиционирование компании*

Совокупность конкурентных действий, направленных на изменение или удержание занимаемой конкурентной позиции, представляет собой конкурентное позиционирование компании.

Конкурентное позиционирование может быть:
– наступательным;
– оборонительным;
– отступательным;
– согласительным.

Конкурентная позиция и конкурентное позиционирование в современной концепции конкуренции являются катализаторами достижения более высокого уровня конкурентоспособности субъектов экономики.

Формы конкурентного позиционирования зависят от форм конкурентных действий.

Под формой конкурентного позиционирования понимается внешнее выражение внутреннего состояния субъекта рынка в процессе конкурентного позиционирования. Оно может быть инициативным, нейтральным, агрессивным, компромиссным.

Схема реализации конкурентного регулирования строится исходя из конкурентной позиции субъекта рынка и не дифференцируется в зависимости от той конкурентной позиции, которую занимает конкурент.

### *Конкурентное преимущество*

Конкурентное преимущество с позиций политэкономии – это экономические отношения субъектов хозяйствования, проявляющиеся в превосходстве над

> совокупность конкурентных действий, направленных на изменение или удержание занимаемой конкурентной позиции, представляет собой конкурентное позиционирование компании

конкурентное преимущество носит сопоставительный характер, следовательно, относительный, а не абсолютный

конкурентами на конкурентном рынке.
Конкурентное преимущество экономических субъектов характеризуется такими экономическими показателями, как дополнительная прибыль, рентабельность, рыночная доля, объем продаж, которые проявляются при реализации товаров и услуг или во взаимодействии с субъектами конкурентной среды, что предполагает гибкость и быстроту принимаемых решений.
Несмотря на раскрытие многих положений конкурентных преимуществ, вне рассмотрения все еще остались их важнейшие политэкономические аспекты.
Конкурентное преимущество носит сопоставительный характер, следовательно, относительный, а не абсолютный. Исключение в этом смысле составляют экономические объекты, обладающие уникальными свойствами, не имеющие заменителей.
Относительность конкурентного преимущества проявляется в его свойствах, являющихся оптимальными в конкурентной среде. Оптимальность свойств проявляется в привязанности к конкретным условиям географической местности, рынка, времени и причин, благоприятствующих ведению конкурентной борьбы. Таким образом, конкурентное преимущество обладает свойствами пространственной и временной динамики.

Другое проявление конкурентного преимущества связано с присутствием дестабилизирующих факторов среды. Поэтому исследования конкурентных преимуществ носят системный характер, направленный на определение наиболее важных факторов, действующих на сравниваемые объекты и субъекты хозяйствования.
Итак, конкурентное преимущество – это оптимальные значения координат вектора конкурентоспособности в рыночном пространстве в условиях воздействия окружающей среды, а конкурентоспособность – значение длины вектора конкурентоспособности. Такой подход позволяет перейти к разработке экономических количественных измерений этих величин.

### *Конкурентные преимущества российской экономики*

Исследования показывают, что Россия имеет существенные конкурентные преимущества в следующих сферах.
1. Трудовые ресурсы, конкурентные преимущества которых обусловлены наличием квалифицированных трудовых ресурсов при относительно низкой стоимости рабочей силы на рынке труда, в первую очередь, за счет притока молодежи, обладающей более высоким образовательным потенциалом.
2. Производственный потенциал, некоторая незагруженная часть которого

…конкурентное преимущество обладает свойствами пространственной и временной динамики

может рассматриваться в качестве резервной для обеспечения конкуренции.

3. Научно-технический потенциал, обусловленный высоким уровнем развития фундаментальной науки, наличием передовых технологических направлений.

4. Потенциал интеграционных процессов, который формирует предпосылки для полноценной реализации возможностей экономического роста, создает новые возможности использования преимуществ географического местоположения России, при реализации которых повысится конкурентоспособность страны в мире.

5. Природно-сырьевая база, позволяющая осуществлять экспортные поставки.

Исследование сущности и особенностей конкурентного позиционирования компаний, поиск новых механизмов формирования и реализация конкурентных преимуществ имеют фундаментальное значение в обеспечении конкурентоспособности субъектов хозяйствования.

…конкурентное преимущество – это оптимальные значения координат вектора конкурентоспособности в рыночном пространстве

***Литература***

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996.

2. Азоев Г.Л., Челенков А.П. Конкурентные преимущества фирмы. – М.: Новости, 2000.

3. Портер. М.Э. Международная конкуренция. – М.: Международные отношения, 1993.

4. Портер М.Э. Конкуренция. – М.: Вильямс, 2000.

*рп*

***Grunichev A.S.***
*Cand. of Econ. Sci., Associate professor, Chair of Management and Enterprising, Kazan State Technological University*

**To the Question of Company's Competitive Positioning**

Abstract

*The article is devoted to the question of company's competitive positioning. When assessing competitiveness on the basis of forms and types of the competition, there appears the interrelation between competitive advantages and competitive strategies and the competitive position of an economic entity is formed taking into account the environmental conditions. In this context, the author examines competitive advantages of the companies operating in the domestic market.*

***Keywords:*** competition, competitive position, competitive advantage, monopoly, offensive strategy, external environment