

Акопян Дмитрий Вячеславович
аспирант, ФГБОУ ВО «Государственный
университет управления», г. Москва
e-mail: akopyan.dv@yandex.ru

Суворов Иван Алексеевич
аспирант, ФГБОУ ВО «Государственный
университет управления», г. Москва
e-mail: 19johansuvorov@gmail.com

Akopyan Dmitrii
Postgraduate student, State University
of Management, Moscow
e-mail: akopyan.dv@yandex.ru

Suvorov Ivan
Postgraduate student, State University
of Management, Moscow
e-mail: 19johansuvorov@gmail.com

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПОНЯТИЙ «КОНКУРЕНТОУСТОЙЧИВОСТЬ» И «КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ» ОРГАНИЗАЦИЙ СФЕРЫ УСЛУГ

Аннотация. Проведен сравнительный анализ категорий, формирующих понятия конкурентоспособности и конкурентоустойчивости применительно к организации сферы услуг. Проанализированы основные подходы к определению категорий и понятий, таких как «конкурентная позиция», «конкурентный статус», «конкурентный потенциал», «конкурентные преимущества». Сделаны их уточнения относительно организаций сферы услуг. На основании проведенного сравнительного анализа сформулировано понятие конкурентных преимуществ как основы формирования конкурентоспособности и потенциальной конкурентоустойчивости организации сферы услуг.

Ключевые слова: доля рынка, конкурентные преимущества, конкуренция, конкурентоспособность, конкурентоустойчивость.

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE CONCEPTS OF «COMPETITIVE STABILITY» AND «COMPETITIVENESS» OF SERVICE ORGANIZATIONS

Abstract. A comparative analysis of the categories, that form the concepts of competitiveness and competitive stability in relation to the organization of the services sector, has been conducted. The main approaches to the definition of categories and concepts, such as «competitive position», «competitive status», «competitive potential», «competitive advantages» have been analyzed. Their clarifications regarding the organizations of the service sector have been made. Based on the conducted comparative analysis, the concept of competitive advantages has been formulated as a basis for the formation of competitiveness and potential competitive stability of the organization of the services sector

Keywords: market share, competitive advantages, competition, competitiveness, competitive stability

В механизме рыночного взаимодействия конкурентоспособность и конкурентоустойчивость являются основой эффективной деятельности субъектов хозяйствования. Современные предприятия должны сохранять возможность противостоять конкуренции под угрозой увеличения конкурентного давления со стороны конкурентных сил, то есть быть конкурентоспособными. Это обуславливает актуальность исследования процесса формирования самих явлений конкурентоустойчивости и конкурентоспособности, их сравнительного анализа и выявления основных составляющих.

Целью статьи является систематизация основных категорий формирования конкурентоспособности и конкурентоустойчивости предприятия на основании детального сравнительного анализа существующих определений и зависимостей.

Изложение основного материала. В экономической литературе существуют неоднозначные подходы к раскрытию сущности категории «конкурентоустойчивость». Так, А. Н. Тридед утверждает, что под конкурентоустойчивостью организации следует понимать ее способность в сравнении с конкурентами противостоять дестабилизирующему влиянию факторов внешней среды [11]. С этим можно не согласиться, поскольку оно не учитывает факторы внутренней среды, которые должны быть адаптированы к изменениям во внешней среде.

© Акопян А.В., Суворов И.А., 2019. Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

The Author(s), 2019. This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Стоит отметить определение В. Л. Диканя, раскрывающего динамический характер функционирования организации на рынке и позволяющего определить ее конкурентную позицию, где конкурентоустойчивость он рассматривает как динамический процесс специфических отношений между производителями одной или аналогичной продукции (услуг), то есть стабильность положения на рынке одного производителя по отношению к другому. Одной из составляющих конкурентоспособности предприятия, по мнению В. Л. Диканя, является эффективность: «Конкурентоустойчивость определяется двумя элементами: первый – конкурентоспособность товара или товарной массы (услуг), которая в динамике характеризует степень удовлетворения спроса; второй – эффективность производства и управления. Как правило, эти два элемента настолько тесно связаны, что часто определяют друг друга» [12, с. 55].

В. В. Чернега считает, что под конкурентоустойчивостью следует понимать возможность организации удержать свою нишу на рынке товаров, или расширить ее [12].

В. Ф. Оберемчук конкурентоустойчивость характеризует как динамический процесс специфических отношений между производителями одной и той же или аналогичной продукции, то есть стабильность положения на рынке одного производителя относительно другого [9]. Однако следует отметить, что учет только стабильного положения на рынке и динамического характера функционирования организации не является одним из условий удержания конкурентной ниши на рынке товаров и услуг.

Обобщение точек зрения ученых относительно раскрытия понятия «конкурентоустойчивость» позволяет систематизировать их позиции. Проанализировав различные подходы ученых к сущности данного понятия, можем сделать вывод, что эта категория является мало исследованной, ее суть сводится к способности обеспечить, удержать и расширить нишу организации на рынке под действием дестабилизирующих сил; стабильного положения на рынке; динамического характера; обеспечения организации устойчивости и способности противостоять дестабилизирующему влиянию окружающей среды.

Из выше сказанного следует, что сущность толкования понятия «конкурентоустойчивость» нуждается в уточнении. В основу этой категории мы считаем необходимым положить требования таких основных принципов, как сущностная полнота и системность.

Профессор А. Д. Гудзинский считает, что организационное взаимодействие конкурентоспособности и конкурентоспособности может способствовать обеспечению конкурентоустойчивости социально-экономических систем [12].

Очень часто в экономической литературе отождествляют понятия конкурентоустойчивости и конкурентоспособности, однако это не одно и то же.

Наиболее обоснованным определением конкурентоспособности является, по нашему мнению, определение автора А. Д. Гудзинского, который отмечает, что конкурентоспособность:

- категория определения субъектами рыночной среды;
- проявляется при организационном взаимодействии внутренней и внешней среды;
- как явление носит динамический характер;
- это баланс спроса и предложения, это механизм реализации потенциала конкурентоустойчивости [12].

Исходя из данных позиций, конкурентоспособность автор рассматривает как признанную рынком, сформированную и реализованную конкурентоустойчивость социально-экономических систем, которая материализована в форме товара или услуги.

Мы также поддерживаем автора в определении конкурентоспособности, которую он не сводит только к внутренним факторам, позволяющим завоевать рынок (как утверждают некоторые другие авторы), а расширяет данное понятие через сформированный потенциал социально-экономических систем, адекватный миссии и выбранным стратегиям, которые могут обеспечить высокий конкурентный статус организационным формированиям, их устойчивость и динамизм развития.

Из вышесказанного, на наш взгляд, под конкурентоустойчивостью следует понимать организационное взаимодействие конкурентоспособности и конкурентоустойчивости, которое позволяет удержать свою нишу на рынке товаров и услуг и обеспечить эффективное функционирование социально-экономических систем в рыночной конкурентной среде.

Многообразие понятий, формирующих такую категорию как конкурентоспособность, связано со сложностью и многогранностью такого явления как конкуренция. Каждое понятие в определенной степени

и с какой-либо позиции и стороны охвата дает характеристику организации в жестких конкурентных условиях современного рынка.

Так, конкурентоустойчивость – это не что иное, как конкурентная позиция, т. е. это такая позиция, которая принадлежит какой-либо организации в ее отрасли согласно результатам ее деятельности, а также ее преимуществам и недостаткам по сравнению с конкурентами [1].

Некоторые научные деятели определяют конкурентную позицию как нечто конечно оформленное и достигнутое организацией в рамках отрасли или рынка.

На наш взгляд, в контексте рассматриваемой темы конкурентоустойчивость отражает долю рынка и конкурентоспособность организации сферы услуг и является предпосылкой достижения конкурентных преимуществ.

В рамках рассматриваемой темы также считаем необходимым обратить отдельное внимание на такое понятие как «конкурентный статус». Некоторые авторы, смешивают понятия конкурентоустойчивости и конкурентного статуса. Так, И. Ансофф считает, что конкурентный статус – позиция, степень устойчивости фирмы в конкуренции, своеобразный измеритель положения фирмы на рынке, а по мнению Н. А. Дроботова, это показатель, отражающий конкурентные позиции предприятия [2; 4].

Исследователи А. П. Градов и В. Ф. Оберемчук едины в видении сущности конкурентного статуса, как предпосылки достижения конкурентных преимуществ [3; 9].

Авторы А. Н. Тридед и И. М. Курчатова переводят конкурентный статус из категории, которая формирует конкурентоспособность предприятия в категорию, сформированную конкурентоспособностью [7; 11].

По нашему мнению, конкурентный статус отличен от конкурентоустойчивости. Это актуально для организаций любых сфер деятельности, в том числе и сферы услуг. Он отражает четко определенное положение фирмы в конкурентной среде в определенный момент времени.

Еще одно понятие, используемое в экономической литературе – «конкурентный потенциал». П. В. Забелин и Н. К. Моисеева определяют его как «потенциальную возможность (текущие предпосылки) сохранять и увеличивать конкурентоспособность в долгосрочном периоде» [5, с. 26].

Определение конкурентного потенциала Х. А. Фасхиева ограничено рамками конкурентоспособности продукции, а не предприятия. Так, согласно его определению, конкурентный потенциал – это «реальная и потенциальная способность компании разрабатывать, производить, сбывать и обслуживать в конкретных сегментах рынка конкурентные изделия» [12, с. 53].

Указанные выше определения говорят о ведущей роли конкурентного потенциала в формировании и укреплении конкурентоустойчивости и конкурентоспособности предприятия [8; 10].

На наш взгляд, конкурентный потенциал организации сферы услуг позволяет ей сформировать конкурентные преимущества, которые усиливают в этой организации конкурентоспособность и тем самым увеличивают шанс потенциальной трансформации конкурентоспособности в конкурентную устойчивость.

Рассмотрим понятие «конкурентное преимущество» организации сферы услуг как элемент формирования ее конкурентоспособности и конкурентоустойчивости. Авторство теории конкурентных преимуществ принадлежит современному американскому экономисту М. Портеру [6].

Л. Азоев считает, что под конкурентными преимуществами следует понимать «концентрированные проявления превосходства над конкурентами в экономической, технической, организационной сферах деятельности предприятия, которые можно измерить экономическими показателями (дополнительной прибылью, высшей рентабельностью, рыночной долей, объемом продаж)» [1, с. 41].

Однако, согласно этому определению, потенциальные преимущества организации сферы услуг, которые могут привести к увеличению объемов продаж, прибыли и рыночной доли, не могут считаться конкурентными.

Кроме того, рентабельность, дополнительный доход, объем продаж и рыночную долю организации сферы услуг лучше представлять не как роли измерителей этих преимуществ, а как результат их реализации.

На основании анализа определений конкурентных преимуществ предлагаем под конкурентными преимуществами организации сферы услуг понимать ее преимущества над конкурентами, связанные с более эффективным использованием всех видов ресурсов во всех сферах деятельности такой организации, которые являются основой формирования ее конкурентоспособности с потенциальной возможностью формирования конкурентоустойчивости. Использование предложенного определения в экономической науке и хозяйственной практике организаций сферы услуг позволит:

- точнее отражать суть конкурентоустойчивости и конкурентоспособности;
- соединять конкурентные преимущества с видами и сферами их проявления;
- считать основой формирования конкурентоспособности и конкурентоустойчивости предприятия именно конкурентные преимущества;
- иметь четкое разделение конкурентных преимуществ на реальные и потенциальные;
- обойти ограничения в методах оценки;
- избежать ограничений при оценке конкурентных преимуществ, что позволит одновременно использовать прямые и косвенные методы оценки.

Таким образом, в работе была осуществлена систематизация основных категорий, формирующих конкурентоустойчивость и конкурентоспособность организации сферы услуг на основании детального анализа существующих определений и зависимостей. Также представлены авторские определения конкурентной позиции и конкурентного преимущества.

Исследование сути дефиниций, используемых в современной литературе по конкуренции, позволило определить, что понятия «конкурентоспособность» и «конкурентоустойчивость» не являются синонимами. Обоснование данных понятий позволит перейти к следующему этапу исследования – определению факторов конкурентоустойчивости и методике их оценки.

Библиографический список

1. Азоев, Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г. Л. Азоев. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2015. – 208 с.
2. Ансофф, И. Стратегическое управление: сокр. пер. с англ. / И. Ансофф; науч. ред. и авт. предисл. Л. И. Евенко. – М.: Экономика, 2016. – 519 с.
3. Градов, А. П. Экономическая стратегия фирмы / А. П. Градов. – СПб.: Спецлитература, 2015. – 589 с.
4. Дроботов, Н. А. Управление конкурентоспособностью в условиях рыночной экономики: Автореф. дисс. ... канд. экон. наук. – М.: МГЭУ, 2015. – 20 с.
5. Забелин, П. В. Основы стратегического управления / П. В. Забелин, И. К. Моисеева. – М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2017. – 195 с.
6. Портер, М. Конкуренция: пер. с англ. / М. Портер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2014. – 608 с.
7. Курчатова, И. М. Оценка конкурентного потенциала в системе управления конкурентоспособностью предприятия: Автореф. дисс. ... канд. экон. наук. – Ростов-н/Дону: Ростовский государственный технический университет, 2015. – 21 с.
8. Лысевич, В. В. Стратегическое маркетинговое управление конкурентоспособностью предприятий: Дисс. ... канд. экон. наук. – СПб., 2015. – 222 с.
9. Оберемчук, В. Ф. Конкуренция: понятие, анализ, стратегия // Стратегия экономического развития РФ: Науч. сб. – М.: Финансы, 2015. – Вып. 5. – С. 211-217.
10. Педченко, Н. С. Финансовый мониторинг конкурентного потенциала производственных предприятий // Региональные перспективы. – 2016. – № 4 (17). – С. 77.
11. Тридед, А. Н. Стратегия развития предприятия в условиях кризиса: Дисс. ... докт. экон. наук: 25.02.2013. – М., 2017. – 323 с.
12. Фасхиев, Х. А. Как измерить конкурентоспособность предприятия? // Маркетинг в России и за рубежом. – 2016. – № 4 (36). – С. 53-69.

References

1. Azoev G. L. Konkurentsia: analiz, strategiia i praktika [*Competition: analysis, strategy and practice*]. M.: Center for Economics and Marketing, 2015. 208 p.
2. Ansoff I. Strategicheskoe upravlenie: sokr. per. s angl.; nauch. red. i avt. predisl. L. I. Evenko. [*Strategic Management: abbr. per. from English; Sci. ed. and auth. foreword L. I. Evenko*]. M.: Economy, 2016. 519 p.
3. Gradov A. P. Ekonomicheskaya strategiia firmy [*The economic strategy of the company*], SPb.: Special Literature, 2015. 589 p.
4. Drobotov N. A. Upravlenie konkurentosposobnost'yu v usloviyakh rynochnoi ekonomiki: Avtoref. diss. kand. ekon. nauk [*Managing competitiveness in a market economy: Author. Cand. Sci. (Economics) diss.*]. Moscow: MGEU, 2015. 20 p.
5. Zabelin P. V., Moiseeva I. K. Osnovy strategicheskogo upravleniya [*Basics of strategic management*]. M.: Information and marketing center «Marketing», 2017. 195 p.
6. Porter M. Konkurentsia: per. s angl. [*Competition: trans. from English*]. M.: Publishing House «Williams», 2014. 608 p.

7. Kurchatov I. M. Otsenka konkurentnogo potentsiala v sisteme upravleniya konkurentosposobnost'yu predpriyatiya: Avtoref. diss. kand. ekon. nauk [*Assessment of the competitive potential in the enterprise competitiveness management system: author. Cand. Sci. (Economics) diss.*]. Rostov-on-Don: Rostovskii gosudarstvennyi tekhnicheskii universitet, 2015. 21 p.
8. Lysevich V. V. Strategicheskoe marketingovoe upravlenie konkurentosposobnost'yu predpriyati': diss. kand. ekon. nauk [*Strategic marketing management of enterprise competitiveness: Cand. Sci. (Economics) diss.*]. Spb., 2015. 222 p.
9. Oberemchuk V. F. Konkurentsia: ponyatie, analiz, strategiya [*Competition: concept, analysis, strategy*]. Strategiya ekonomicheskogo razvitiya RF: nauch. sb. [*Strategy of economic development of the Russian Federation: Nauch. Sat*]. M.: Finansy, [Finance], 2015, Vol. 5, pp. 211-217.
10. Pedchenko N. S. Finansovyi monitoring konkurentnogo potentsiala proizvodstvennykh predpriyatii [*Financial monitoring of the competitive potential of industrial enterprises*]. Regional'nye perspektivy, 2016, I. 4 (17), p. 77
11. Trided A. N. Strategiya razvitiya predpriyatiya v usloviyakh krizisa: diss. dokt. ekon. nauk [*Enterprise development strategy in a crisis: Dr. Sci. (Economics) diss.*]. M., 2017. 323 p.
12. Faskhiev Kh. A. Kak izmerit' konkurentosposobnost' predpriyatiya? [*How to measure enterprise competitiveness?*]. Marketing v Rossii i za rubezhom, [*Journal of Marketing in Russia and Abroad*], 2016, I. 4 (36), pp. 53-69.