

ТЕОРИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ

Работу
ВЫПОЛНИЛ
...
Ну вы и
так знаете,
КТО

Истоки теории



Майкл
Портер

Родился 23 мая
1947 года (70 лет)

Экономист,
специалист
в области
конкурентных
стратегий.

Профессор
кафедры делового
администрирования
Гарвардской
бизнес-школы

1.Начало

Теория конкурентных преимуществ М. Портера была разработана в 1990 году.

Спустя год он изложил её в своей книге под названием "Конкурентные преимущества стран" (в русском переводе книга вышла под названием "Международная конкуренция").

В ней он предложил новый подход к анализу развития международной торговли.

Конкурентоспособность — это способность или неспособность объекта или субъекта выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на данном рынке.

Конкурентоспособность определяет успех или неуспех в конкретных отраслях производства и то место, которое страна занимает в системе мирового хозяйства, а национальная конкурентоспособность определяется способностью промышленности постоянно развиваться и производить инновации.

Первоначально национальные компании добиваются конкурентного преимущества, изменяя основу, на которой они конкурируют.

Удержать же преимущество им позволяет постоянное совершенствование товара, способа производства и других факторов, причем оперативно, чтобы конкуренты не смогли их догнать и перегнать.

Конкуренция - это не равновесие, а постоянные перемены. Поэтому в основе объяснения конкурентного преимущества лежит роль стимулирования обновлений и совершенствований (т.е. в стимулировании производства инноваций). Таким образом оказывается, что процесс создания и поддержания конкурентоспособности чрезвычайно локализован. Различия в экономике стран, в их культуре, населении, инфраструктуре, управлении, национальных ценностях и даже в истории - все это в той или иной степени влияет на конкурентоспособность национальных компаний и определяется набором факторов, зависящих от конкретных локальных

2. Основа

В основе его теории лежат четыре наиболее существенных фактора, которые можно представить в виде ромба (национального ромба, как называл его автор) и которые являются детерминантами конкурентных преимуществ. Страна располагает конкурентным преимуществом только тогда, когда обладает не одним, а всеми элементами ромба. К основным *детерминантам конкурентных преимуществ* относятся следующие:

Факторные условия



Услови
я
спроса

Стратеги
я

Отрасли

1. Факторные условия - наделенность страны (фирмы) следующими факторами производства:

- ▣ человеческие ресурсы - количество, квалификация и стоимость рабочей силы, норма рабочего времени, трудовая этика;
- ▣ физические ресурсы - количество и качество полезных ископаемых, воды, земельных участков, лесных ресурсов, ресурсов гидроэнергетики и т.д., географическое положение и климатические условия страны;
- ▣ инфраструктура - транспортная система, система связи, почтовая связь, система коммуникаций, здравоохранения и т.д.;
- ▣ ресурс знаний - ресурсы, которые концентрируются в институтах и университетах, а также в научно-исследовательских институтах, банках данных;
- ▣ денежные ресурсы - капитал, который может быть направлен в производство.

Факторы можно в свою очередь разделить по степени развитости и специализации. По степени развитости факторы делятся:

- ▣ - на основные - это некая данность, которая не имеет существенного значения для завоевания конкурентного преимущества, они создают конкурентные преимущества низкого ранга (например, природные ресурсы, климатические условия, географическое положение, неквалифицированный и полуквалифицированный труд, дебетовый капитал и т.д.);
- ▣ - развитые - это факторы, которые создают устойчивые конкурентные преимущества высокого ранга (например, современная инфраструктура, обмен информацией, высококвалифицированные кадры, исследовательские отделы учреждений и т.д.).

По степени специализации факторы делятся:

- на общие - универсальные факторы (например, система транспортных коммуникаций, персонал с высшим образованием, дебетовый капитал и т.д.);
- специализированные - узкоквалифицированный персонал, инфраструктура специализированных отраслей, базы данных узкой специализации. Развитые факторы могут эволюционировать в специализированные.

2. Условия спроса представлены тремя составляющими:

- ▣ а) структура внутреннего спроса;
- ▣ б) величина и характер роста внутреннего спроса;
- ▣ в) интернационализация спроса.

На структуру внутреннего спроса в свою очередь воздействуют следующие факторы:

- ▣ сегментная структура рынка - структура населения по возрастному, половому признаку, месту проживания, удельному доходу и т.д.;
- ▣ требовательность и разборчивость потребителей - чем более требователен потребитель, тем более развита товарная структура;
- ▣ предполагаемые потребности покупателей - если в одной стране потребность в каком-нибудь товаре опережает потребность в этом же товаре в другой стране, то эта страна будет располагать конкурентным преимуществом, поскольку фирма должна уловить потребность в этом новом товаре.

Влияние величины и характера роста внутреннего спроса определяется по следующим показателям:

- ▣ ёмкий рынок позволяет использовать эффект масштаба;
- ▣ расширение рынка дает возможность для развития технологий;
- ▣ насыщение рынка подвигает фирмы на экспорт, стимулирует обновление товара.

Интернационализация спроса является важным фактором при завоевании конкурентного преимущества, поскольку покупатели - граждане данной страны, посещающие многие страны мира, требуют тех же стандартов, услуг и товаров, которые присущи внутреннему рынку их государства. Развитие ТНК ведет за собой интернационализацию торговли, заставляет фирмы выходить на внешний рынок, а также дает возможность использовать мировой опыт. Влияние фирмы на запросы таких покупателей способствует тому, что зарубежные потребители, живущие продолжительный период времени в данной стране, тянут за собой спрос на те товары, к которым они привыкли на родине.

Важное значение имеет и так называемый эффект демонстрации - фирмы других стран стараются перенять у страны (фирмы), имеющей конкурентное преимущество, опыт производства, особенности менеджмента, маркетинга и т.д., чему способствуют многочисленные выставки, ярмарки,

3. В теории М. Портера рассматриваются **родственные** и **поддерживающие отрасли**.

Поддерживающие отрасли - это отрасли-поставщики, имеющие связи с производителями при поставке комплектующих изделий, полуфабрикатов и т.д. Следовательно, если поставщики будут также динамичны, как и потребители их товаров, если они будут вести исследования, стремиться к прогрессивному изменению структуры производства, выпуску современной продукции, то это будет давать результаты и для фирмы-потребителя. Соответственно, это оказывает положительное воздействие на конкурентные преимущества фирмы-производителя.

Родственные отрасли - это отрасли, в которых фирмы могут осуществлять взаимодействие между собой в процессе формирования цепочки ценностей, а также отрасли, имеющие дело с взаимодополняющими технологиями (например, производство фотоаппаратов и пленок, производство компьютеров и программного обеспечения).

4. Стратегия фирмы, ее структура и конкуренты подразумевают наличие мотивации и эффективной структуры, делает возможным создание и удержание конкурентного преимущества.

Стратегия фирмы оживляет, реализует все предшествующие компоненты. Насколько рационально управление фирмой, настолько структура фирмы соответствует национальному менталитету.

К *особым детерминантам конкурентных преимуществ* относятся случай или случайные события и государственная политика, благодаря которым может произойти изменение в конкурентном преимуществе (усиление или утрата).

При этом, как правило, ни фирма, ни национальное правительство не могут избежать определенных ситуаций, таких как результаты изобретательства; крупные технологические сдвиги; революционное производство; резкое изменение цен на ресурсы; значительные изменения на мировых финансовых рынках (валютные курсы); всплеск мирового или местного спроса; политические решения зарубежных

Государство при помощи своей политики может оказывать влияние на все четыре компонента национального ромба, но это влияние может быть как положительным, так и отрицательным. Поэтому чрезвычайно важно четко сформулировать приоритеты государственной политики. Общими рекомендациями являются: поощрение всяческого развития, усиление конкуренции на внутреннем рынке, стимулирование производства инноваций. В комплекс правительственных мер по поддержанию и повышению конкурентоспособности страны должны входить:

а) воздействие правительства на факторные условия:

- ▣ акцент на создании факторов (инфраструктуры, квалифицированной рабочей силы, научно-конструкторских разработок и т.д.);
- ▣ грамотные политические решения в отношении рынков факторов и валютных рынков (налоговая и денежная политика, регулирование рынка энергоносителей и регламентирование процесса заключения коллективных договоров);

б) воздействие правительства на условия спроса:

- ▣ государственные закупки (стимулирование спроса на раннем этапе, внутренней конкуренции, производства инноваций);
- ▣ регламентация изделий и процессов (создание четкой системы технических и технологических стандартов для вытеснения с рынка некачественной продукции);

в) воздействие правительства на родственные и поддерживающие отрасли:

- ▣ политика правительства в отношении СМИ;
- ▣ образование кластеров (в трактовке Портера - создание вертикально-интегрированных структур, объединяющих в себе различных членов технологической цепи, от поставщиков сырья до производителей готовой продукции);
- ▣ региональная политика (стимулирование развития отстающих районов);

г) воздействие правительства на стратегию, структуру и соперничество фирм: интернационализация (поощрение международной ориентации и экспорта); воздействие на цели как конкретных предпринимателей, так и целых фирм; регламентация соперничества внутри страны (антитрестовские законы, протекционизм и т.д.); образование новых фирм; внешнеторговая политика; привлечение зарубежных инвестиций.

Детерминанты образуют комплексную систему (взаимосвязанные отношения, находящиеся в процессе постоянного развития). Действуя друг на друга, они усиливают эффект друг друга, следовательно, усиливаются конкурентные преимущества.

В других работах М. Портер продолжил исследования по конкретным проблемам международной конкурентоспособности. В частности, в работе "Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов" он анализирует конкурентные стратегии в различных отраслях экономики от глобальных до новых отраслей. Идеи Портера заложили основу методики оценки страновой