УДК 330.322.5

Некрасов В.Н., д.э.н., проф., Шарников А.В., асп.

Динамическая модель конкурентного преимущества

В статье рассматривается новый подход к управлению конкурентоспособностью организации на основе концепции динамических способностей, предлагается динамическая модель конкурентного преимущества с учетом жизненного цикла развития организации.

Ключевые слова: конкурентоспособность, стратегическое развитие, устойчивое конкурентное преимущество, динамические способности, конкурентные действия.

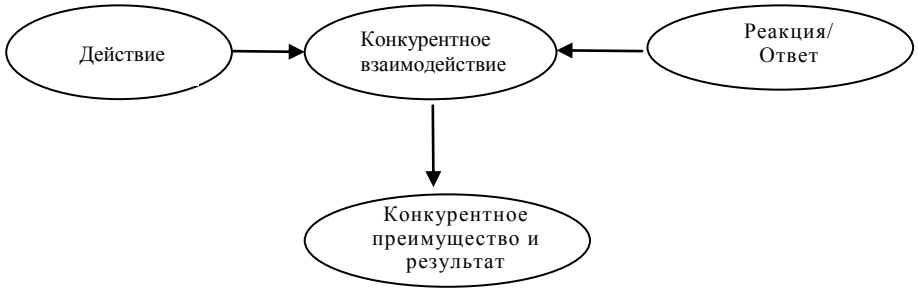
Концепция динамических способностей организации, первоначально развивавшаяся в рамках ресурсного подхода к организации, постепенно становится самостоятельной областью исследований. Помимо неуклонно растущего интереса к источникам конкурентных преимуществ и факторам их устойчивости в долгосрочной перспективе со стороны исследователей стратегического менеджмента и руководителей организаций, актуальность данной темы, так же, объясняется растущей нестабильностью внешней среды в сочетании с возрастающей ролью нематериальных ресурсов организации как источника устойчивого конкурентного преимущества.

Теория динамических способностей представляет собой целостную концепцию, позволяющую объяснить процесс создания устойчивого конкурентного преимущества. По сути, динамические способности являются фундаментом долгосрочного роста и процветания организации. Впервые представленная в работах Тиса, Писано и Шуена и опубликованная в 1994 году концепция динамических способностей строится на результатах исследований Шумпетера, Уильямсона, Сайерат и Марча, Румельта, Нельсона и Уинтера. Концепция, так же, во многом согласуется с работами Пенрос, так как, если найдено объяснение долгосрочной основы прибыльности организации, то теория роста становится, по сути, органичным продолжением этого направления.

Одним из первых в российской экономической науке попытку сравнительного исследования возможностей различных подходов к формированию теории стратегического управления предпринял В. Катькало и В. Тамбовцева, признавшие наиболее перспективным и продуктивным для анализа стратегического потенциала организации ресурсный подход, особенно в его наиболее продвинутой версии — концепции динамических способностей. При этом, по признанию, как создателей, так и последователей теории, попрежнему остаются актуальными важнейшие вопросы о том, «откуда берутся динамические способности» [1] или «где они сосредоточены: в лидерах компании или в самой организации?» [2, с. 510].

В современных публикациях как российских, так и зарубежных авторов, неоднократно подчеркивается, что для нахождения ответов на эти и подобные вопросы необходим междисциплинарный подход, реализуемый «путем синтеза возможностей разных наук для изучения одних и тех же проблем» на разных уровнях анализа организации как системы [2, с. 477]. Так же актуальным вопросом остается практическое применение концепции в современных условиях. Данная статья представляет динамическую модель конкурентного преимущества, соответствующую современной, быстро изменяющейся конкурентной среде.

Динамическая модель конкурентного преимущества позволяет организации развить, улучшить, и защитить свое преимущество в условиях постоянно изменяющейся внешней среды. Организации действуют, а конкуренты реагируют, и именно в контексте действия и реакции конкурентные преимущества создаются и разрушаются в течение определенного промежутка времени (см. рис.).



Модель развития конкурентного преимущества в контексте теории действия

Представленная модель основана на теории действия Талкота Парсонса. Парсонс разработал теорию действия, объясняющую развитие любой системы от стадии становления до ее нынешнего состояния в течение долгого времени. Например, теория Парсонса может использоваться, чтобы объяснить рост Microsoft от небольшой фирмы до лидера отрасли.

Согласно Парсонсу, мельчайшей и поэтому самой важной единицей анализа в пределах системы является действие. Например, действием может быть представление MS DOS или Windows 95, или даже изменение цены. В теории Парсонса основой является выбор одного действия из ряда альтернативных с целью достижения определенного будущего состояния. Парсонс выдвинул на первый план проблему выбора действия, отмечая принцип, согласно которому, любое действие вызывает ответную реакцию. Таким образом, реакции могут препятствовать прогрессу действия на пути к достижению определенного будущего состояния [3].

Работа Джеймса Томпсона «Организации в действии» [4] существенно продвинула теорию действия Парсонса, описывая организации как эконо-

мические единицы, решающие разнообразные проблемы и способные к обучению и приспособлению. Совершая действия, организация узнает об успехе своих действий и реакций ее конкурентов, и вносит изменения в будущие действия на основе этой информации.

Поскольку действия часто вызывают реакции, именно в контексте действия и реакции, происходит организационное обучение и протекает процесс создании конкурентных преимуществ. У представленной модели действия есть три ключевых компонента: действия/реакции, ресурсы и конкурентное преимущество.

Основой представленной модели являются действия и реакции на эти действия. Конкурентное действие представляет собой определенное и поддающееся наблюдению движение, такое как введение нового продукта, рекламная кампания, или снижение цен, предпринятое организацией для улучшения или защиты ее относительной конкурентоспособности. Многочисленные действия, которые могут предпринять организации, можно условно разделить на четыре основных типа: предпринимательские, наступательные, устрашающие/отпугивающие и кооперирующие [5].

Данная группировка действий была выбрана вследствие ее тесной связи с изменениями в рыночной и ресурсной позиции организации. Другими словами, уместность каждого типа действия для улучшения конкурентного преимущества зависит от определенной рыночной и ресурсной позиции организации.

Используя терминологию Шумпетера, мы определяем предпринимательские действия как, те которые используют новые комбинации существующих ресурсов [6]. Поскольку предпринимательские действия вовлекают «новые комбинации», они часто основываются на преимуществах первопроходца (first mover advantage) и новшества. Шарон Остер определяет предпринимательское действие как реализацию новых возможностей раньше остальных. Она отмечает, что организации, способные реализовать новые возможности, раньше других будут пожинать предпринимательскую прибыль [7]. Поскольку большинство предпринимательских действий не требует уникальных ресурсов, конкуренты часто могут легко на них реагировать. Однако эффективные предпринимательские действия сдерживают конкурентную реакцию, используя неопределенность внешней среды. Такие действия могут включать введение нового продукта (MS-DOS Microsoft), выбор нового местоположения рынка (Wal-Mart на Юге) и новые способы продвинуть (использование знаменитостей в рекламах Pepsi) или поставить продукты (доставка на дом FreshDirect свежих продуктов питания).

В отличие от предпринимательских действий, которые используют неопределённость внешней среды и различные формы недостатков рынка, наступательные действия основываются на использовании уникальных и редких ресурсов, принадлежащих организации. Основная доктрина стратегического управления заключается в том, что организации должны, прежде всего, «эксплуатировать» свои собственные уникальные ресурсы.

Много лет назад Дэвид Рикардо утверждал, что стоимость, созданная в любой системе, всегда регулируется организациями, которым принадлежат ресурсы в отличие от тех, у кого нет таких средств. Таким образом, Рикардо выдвинул на первый план обладание дефицитными и уникальными ресурсами. Позже ученые, поддерживающие ресурсный подход к организации, развили идею Рикардо, утверждая, что конкурентные преимущества организации являются производной от функции ее уникальных ресурсов [8]. Следовательно, мы определяем наступательные действия как конкурентные действия, которые основываются на уникальных и стратегически значимых ресурсах.

Сдерживающие действия основываются на внешней рыночной власти и лидерстве. Экономическая литература долгое время сосредоточивалась на действиях доминирующих фирм, чтобы защитить свое положение на рынке. Некоторые из ранних работ исследовали метод установления цены ниже рентабельной, чтобы запретить или замедлить темп входа конкурентов. Изучались и другие сдерживающие действия, такие как обширная реклама и другие формы продвижения товаров и услуг, инвестиции в избыточные мощности для увеличения капиталоемкости производства, быстрое распространение новых продуктов и превентивное патентование. Следовательно, мы определяем сдерживающие действия как действия, основанные на «эксплуатации» рыночной власти с целью защиты достигнутых конкурентных позиций.

Предшествующие три типа действий направлены на борьбу, в той или иной форме, с конкурентами. Однако когда ни одна организация не обладает явным ресурсным преимуществом, более рациональным курсом может стать объединение с другими организациями с целью создания оптимальной рыночной структуры, не провоцирующей интенсивной конкуренции. Кооперируясь, чаще всего, имплицитно, организации, не только, застраховывают себя от потери всей прибыли вследствие конкурентной борьбы, но и могут рассчитывать на, «сверхприбыль», если основные игроки отрасли поддержат «сговор». Следовательно, мы используем термин «кооперационные» действия, чтобы описать действия, которые предпринимаются для ограничения и сдерживания конкуренции путем объединения усилий каждой организации.

Таким образом, предпринимательские, наступательные, и сдерживающие действия предпринимаются, чтобы вовлечь конкурентов в открытое соревнование. Кооперирующие действия, напротив, предпринимаются, чтобы избежать прямой конкуренции. Все типы действий могут быть использованы для создания и защиты конкурентных преимуществ организации. Ниже представлена сравнительная характеристика основных типов действий.

Конкурентный ответ – обратная сторона действия, более определенно это – движение организации, совершаемое для противодействия первоначальному действию конкурента. Например, снижение цены организацией и ответное снижение цен конкурентами представляют одно конкурентное движение, с точки зрения рынка. Комбинация действия и реакции определяет конкурентное соревнование. Ниже представлены основные характеристики

реакции и их отношение к динамическим конкурентным преимуществам организации.

Таблица 1

Сравнительная характеристика основных типов действий

	Предпринимательские	Наступательные	Сдерживающие	Кооперационные (совместные)
Цель	Избежать конкуренции	Вовлечь конкурентов	Сдержать конкурентов	Уменьшить конкуренцию
Источник	Возможности внешней среды	Организационные ресурсы	Рыночные возможности	Как результат недостаточности конкурентной силы, силы - паритет ресурсов и рыночных возможностей
Намерения	Спонтанные, основанные на возможностях использования неравновесной ситуации	Продуманный план использования ресурсного преимущества	Продуманный план защиты ресурсного преимущества	Продуманный план совместной деятельности
Критерии оценки	Не используются вследствие новизны	Критерии экономической эффективности и максимизации полезности	Критерии максимизации долгосрочной прибыли, но не экономической эффективности	Максимизация общей (совместной) прибыли, но не экономической эффективности
«Выгодоприобретатель»	«Первопроходец» (предприниматель)	Владелец ресурсов	Зависит от ситуации	Зависит от ситуации
Результат	Непредсказуемый	Предсказуемый	Предсказуемый	Нестабильный

Таблица 2

Основные характеристики реакции и их отношение к динамическим конкурентным преимуществам организации

Характеристика	Определение	Отношение к динамическому преимуществу
Временной лаг реакции (ответа)	Среднее время в днях, необходимое организации для ответного действия	Чем дольше временной лаг реакции, тем более весомо преимущество для инициатора; чем быстрее скорость ответа, тем выше преимущество «респондента»
Порядок реакции (ответа)	Среднее положение отвечающей организации среди всех «респондентов»	Чем раньше организация действует или реагирует, тем более весомо потенциальное преимущество

Имитация реакции (ответа)	Степень имитации действия ответной реакцией (измеряется сопоставлением типа и характеристик действия и ответа)	Чем менее вероятна имитация, тем более устойчиво преимущество инициатора
Вероятность реакции (ответа)	Количество раз, когда организация предприняла ответные действия, деленное на общее число возможностей ответа	Чем менее вероятен ответ, тем более устойчиво преимущество инициатора
Величина (магнитуда) реакции (ответа)	Количество необходимых для ответа ресурсов	Чем больше количество ресурсов, необходимых для ответа, тем медленнее ответ
Масштаб (охват) реакции (ответа)	Количество конкурентов, «задетых» действием	Чем больше охват действия, тем быстрее скорость конкурентного ответа
Угроза реакции (ответа)	Количество потребителей, которые могут быть переманены конкурентным действием	Чем выше угроза действия, тем быстрее ответ

Ресурсы являются основой любого действия, но и они, также, являются результатом действия. Например, организация с перспективной идеей может реализовать ее (предпринять действие), чтобы ввести новый продукт, и таким образом улучшить свое положение на рынке и прибыль. Таким образом, ресурсы - фундаментальный аспект динамической модели конкурентного преимущества. Ресурсы в данном контексте определяются как вся информация, знания, способности, организационные процессы, и материально-вещественное имущество, находящиеся во владении организации, которые позволяют ей предпринимать конкурентные действия. Мы отметили, что действия основываются на ресурсах. Из этого следует, что относительное ресурсное положение организации определяет тип действия, который она может предпринять. В частности, организация с ограниченной долей на рынке и слабым относительным ресурсным преимуществом ограничена в стратегических вариантах, тогда как организация с сильным положением на рынке и сильными относительными ресурсным преимуществом перед конкурентами может преследовать множество целей, предпринимая различные действия. Как сказано выше, организации ограничены пределами конкурентной среды. Другими словами, они подвержены влиянию действий друг друга и, следовательно, вынуждены на них реагировать. Согласно Шумпетеру, некоторые организации преднамеренно принимают роль лидеров, тогда как другие следу-

ют и подражают. Из этого следует, что эффективность любого действия зависит от скорости реакции тех, кого оно непосредственно или опосредованно затрагивает. В исследовании действий по представлению нового продукта и соответствующих реакций конкурентов в пивоварении, телекоммуникациях и персональных компьютерах было установлено, что инициаторы движений достигли существенного увеличения прибыли, в то время как ранние «респонденты» добились большего успеха, чем поздние. Кроме того, было обнаружено, что, даже те организации, которые отреагировали раньше всех, теряли определенную долю прибыли в пользу «инициаторов» [9].

Не менее важно учитывать стадию развития организации. Это помогает объяснить, как организации растут и развиваются. Ученые утверждают, что организации развиваются систематически и что их развитие может быть описано стадиями или этапами [10].

Первый этап соответствует небольшой организации, новому предприятию, или нуждающейся в обновлении компании, обладающей ограниченными ресурсами и слабой конкурентной позицией. Такая организация полагается на предпринимательские действия, а так же способность менеджеров реализовывать возможности раньше конкурентов.

По мере развития организации ее внимание смещается с предпринимательских открытий и действий к эксплуатации определенных ресурсов посредством наступательных действий. Такой переход требует других ресурсов и способностей, в частности акцент смещается с предпринимательских открытий к управлению достигнутыми ключевыми компетенциями как основы конкурентного преимущества.

Эксплуатируя редкие и специфичные ресурсы наступательными действиями, организация может препятствовать ответу конкурентов и улучшить свою относительную конкурентоспособность и прибыль вплоть до рыночного лидерства. Лидерская позиция может снова привести к изменению в ориентации организации от эксплуатации определенных ресурсных преимуществ к защите положения на рынке сдерживающими действиями. Задача для организации на этой стадии состоит в том, чтобы защитить свое лидерство от конкурентов. Таким образом, трехэтапная модель организационного развития предполагает, что организации с ограниченными относительными ресурсами и плохим положением на рынке могут улучшить свою ресурсную базу и положение, идентифицируя и реализовывая возможности раньше конкурентов посредством предпринимательских действий. Организации с определенными преимуществами в ресурсной базе могут продолжить наращивание своих позиций с перспективой рыночного лидера, и необходимостью мер сдерживания конкурентов. Представленная динамическая версия модели построения конкурентного преимущества, рассматривающая ресурсное положение организации как основу конкурентных действий в долгосрочной перспективе является мощным инструментом анализа конкуренции с позиций стратегического менеджмента. Данная модель является более актуальной, чем большинство схожих концепций, поскольку, не только конкуренция, но и

темпы изменений в мировой экономике постоянно усиливаются, и статические подходы становятся менее эффективными. Модель, так же представляет новый взгляд для будущего исследования стратегических процессов, вообще, и конкурентной стратегии, в частности.

Литература

1. Золло М., Уинтер С. Дж. Углубленное изучение и эволюция динамических способностей // Организационная Наука. 2002. № 13 (3). С. 339-351.

2. Катькало В. С. Эволюция теории стратегического управления. СПб.: Издат. Дом СПб. гос. ун-та, 2006. 548 с.

3. Parsons T., 1937, The social structure of action (New York: McGraw Hill).

4. Thompson J., 1967, Organizations in action (New York: McGraw Hill).

5. Mahoney J. and Pandian R., 1992, The resource-based view within the conservation of strategic management, Strategic Management Journal 13: 363–380.

6. Schumpeter J., 1938, Capitalism, socialism, and democracy (New York: Harper), 68.

7. Oster S., 1999, Modern competitive analysis (New York: Oxford University Press).

8. Barney J., 1991, Firm resources and sustained competitive advantage, Journal of Management 17: 99–120.

9. Lee H., Smith K. G., Grimm C. M., and Schomberg A., 2000, Timing, order, and durability of new product advantages with imitation, Strategic Management Journal 21: 23–30. 10. Griener L., 1972, Evolution and revolution as organizations grow, Harvard Business Review 50: 37–46.

УДК 351:338.431:339.9.012

Майстро С. В., д.гос.упр., доц.

Механизм государственного регулирования конкурентного развития агропромышленного комплекса Украины

В статье исследуются проблемы конкурентоспособности агропромышленного комплекса Украины, показаны составляющие механизма государственного регулирования конкурентного развития АПК и направления его совершенствования.

Ключевые слова: механизм государственного регулирования, агропромышленный комплекс, конкурентоспособность, интеграция.

Интенсивное развитие мировой экономики, открытость территориального пространства государств, развивающиеся экономические связи выдвигают в число одних из самых актуальных проблем современности такую