**Поведение фирм в конкурентной экономической среде**

**BEHAVIOR OF FIRMS IN A COMPETITIVE ECONOMIC ENVIRONMENT**

***А. И. Аджиева - к.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учета, Северо-Кавказская государственная академия, Черкесск, Россия***

***А.Б. Гочияев – обучающийся института Экономики и управления, Северо-Кавказская государственная академия, Черкесск, Россия***

**A. I. Adzhieva - Candidate of Economics, Associate Professor of Accounting Department, North Caucasus State Academy, Cherkessk, Russia**

**A.B. Gochiyaev – student of the Institute of Economics and Management, North Caucasus State Academy, Cherkessk, Russia**

**Аннотация.** Основной целью данной работы является установление сущности понятия «конкурентное экономическое поведение» и изучение типологии конкурентного поведения предприятий. Проанализированы существующие в современной экономической литературе подходы к конкурентному поведению предприятий и разработана типология. Предложено определение понятия «конкурентное экономическое поведение предприятий», обобщены и систематизированы мнения ученых о типах конкурентного поведения, проведена их классификация. Полученные результаты позволят осуществить стратегическое планирование деятельности предприятия в условиях кризиса с целью выживания и развития в динамичной внешней среде.

**Ключевые слова:** предприятие, экономическое поведение, конкурентное экономическое поведение фирм, бизнес-среда.

**Annotation.** The main purpose of this work is to establish the essence of the concept of "competitive economic behavior" and to study the typology of competitive behavior of enterprises. The existing approaches to the competitive behavior of enterprises in the modern economic literature are analyzed and a typology is developed. The definition of the concept of "competitive economic behavior of enterprises" is proposed, the opinions of scientists on the types of competitive behavior are generalized and systematized, their classification is carried out. The results obtained will make it possible to carry out strategic planning of the company's activities in a crisis in order to survive and develop in a dynamic external environment.

**Keywords:** enterprise, economic behavior, competitive economic behavior of firms, business environment.

08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством

Бизнес-среда современных предприятий характеризуется высокой степенью неопределенности и динамизма конкурентной среды, обострением конкурентной борьбы во всех сферах деятельности, процессами инноваций и консолидации. В этих условиях сохранение и укрепление рыночной позиции, развитие предприятия в долгосрочной перспективе требует использования современного управленческого подхода, обусловленного характером конкурентного экономического поведения и гибко реагирующего на изменяющиеся тенденции конкурентной среды и возможные действия отдельных конкурентов.

Несмотря на широкий спектр теоретических и практических аспектов формирования и использования экономистами конкурентного экономического поведения фирм, его значимость все возрастает, для эффективного функционирования предприятий. В литературе придерживаются различных подходов к пониманию природы этой категории [1].

Состояние конкурентной среды предприятия обусловлено, с одной стороны, ограниченностью ресурсов, а с другой - несовместимостью интересов и целей конкурирующих фирм, что приводит к конкуренции и вытеснению одного субъекта с рынка другим. В такой конкурентной борьбе лидирует тот субъект, чье конкурентное экономическое поведение наиболее адаптировано к внешней среде и в то же время соответствует его стратегическим и тактическим целям. В зависимости от текущей ситуации на рынке поведение конкурентов может быть направлено как на нейтрализацию соперников, так и на использование конкурентов для сохранения имеющихся и формирования новых конкурентных преимуществ.

Выбор адекватного конкурентного поведения является необходимым условием обеспечения конкурентных преимуществ, необходимых для укрепления позиций компании на рынке. Под конкурентным поведением понимаются целенаправленные и добровольные действия, включающие наблюдение за рынком и деятельностью конкурентов, выработку мер воздействия, процедур их реализации и оценку результатов [9].

По мнению Р.А. Фатхутдинова, конкурентное поведение характеризуется способностью компании производить конкурентоспособную продукцию и удовлетворять конкретные потребности в большей степени с помощью этой продукции по сравнению с аналогичными товарами, существующими на рынке [5]. По мнению Т.М. Ахтямова, конкурентное поведение - это принятие решений в отношении конкурентов [2]. Е. Д. Щетинина утверждает, что это обеспечение определенного уровня конкурентного преимущества путем адаптации к изменениям во внешней среде [8]. Ж. Минцберг трактует эту концепцию так: целевой уровень производства и прибыли для предприятий и основывается на постепенном развитии [3].

Несмотря на разногласия по поводу сущности понятия «конкурентное экономическое поведение», все авторы акцентируют внимание на наличии целей (конкурентоспособная продукция, прибыль, конкурентная позиция), взаимодействии с внешней средой и наличии преимуществ перед конкурентами. Рассмотренные подходы не учитывают сущностных характеристик поведения, а именно того, что поведение отражает, во-первых, поведение, а во-вторых, уровень принятия управленческих решений.

В итоге, по мнению авторов, под конкурентным экономическим поведением компании следует понимать совокупность оперативных действий, отражающих адаптацию внутренней среды компании к воздействию внешних изменений, с целью создания конкурентных преимуществ, позволяющих занять желаемую позицию на рынке в тактический и стратегический периоды. Цель - создание конкурентных преимуществ, позволяющих компании занимать желаемую позицию на рынке в тактический и стратегический периоды.

В зависимости от готовности компании предпринимать те или иные действия по отношению к конкурентам в экономической литературе рассматриваются различные типы конкурентного поведения, классификация которых представлена на схеме.

В зависимости от степени активности выделяют следующие типы конкурентного поведения опережающее конкурентное поведение - проактивное поведение, предпринимаемое компаниями для продвижения своей продукции и формирования лидирующей конкурентной позиции - компании, выбирающие поведение последователя, приспосабливаются к правилам и нормам, уже действующим на сложившемся рынке. Нейтральное поведение характерно для предприятий, осуществляющих свою деятельность в отрыве от конкурентов.

Сила влияния фирмы на конкурентов, как правило, зависит от ее целей. Стремясь к завоеванию доли рынка, фирмы-лидеры и новые участники выбирают агрессивное конкурентное поведение, направленное на ограничение конкурентных преимуществ других субъектов рынка, для которых характерно покорное поведение, а агрессивные формы поведения направлены на дискредитацию, преследование или устранение конкурентов. На растущих рынках фирмы могут выбирать мирное конкурентное поведение, концентрируясь на увеличении собственной доли рынка, а не на завоевании чужой доли рынка. Внешние экономические проблемы, формирование спроса, ограниченность ресурсов и другие факторы могут заставить конкурентов выбрать компромиссный тип поведения, который может быть мирным, покорным или агрессивным, в зависимости от изменений во внешней среде [8].

Любое конкурентное соперничество сопряжено с определенным уровнем риска, который зависит от решения вопроса о том, насколько и на какие риски готова пойти компания ради укрепления своих конкурентных позиций и увеличения доли рынка. Таким образом, конкурентное экономическое поведение фирм варьируется от безрискового до рискового.

При формировании конкурентного поведения по характеру реакции на изменения во внешней среде фирмы ориентируются на рефлексивный тип. Этот тип отличается тем, что реагирует на все внешние изменения на основе определения степени необходимости ответных действий компании и предполагаемой реакции конкурентов. Этот тип поведения характеризует рациональность принятия решений. В отличие от рационального, импульсивный тип поведения формирует спонтанные, принципиально стереотипные реакции, снижая широту и вариативность принятия решений. Преимуществом импульсивного поведения является быстрота реакции.

Устойчивость конкурентного экономического поведения выражается в способности предприятий быстро реагировать на изменения в поведении рынков и конкурентов, обновление потребительского спроса, научно-технический прогресс и информационно-технологические инновации. Предприятия, которые не стремятся конкурировать, находятся в стадии спада и не пытаются предпринимать конкретные действия по отношению к своим конкурентам, реализуют индифферентное конкурентное поведение.

Современная экономическая ситуация благоприятствует развитию отношений с конкурентами на уровне стратегического партнерства, которое позволяет рационально использовать ограниченные ресурсы и смягчать конкурентные недостатки. В отличие от поведения, основанного на конфронтации, конкурентное поведение предприятий позволяет им реализовать цели, которые были бы недостижимы для изолированных или конфронтационных предприятий.

Характер экономического поведения предприятий, ориентированного на достижение стратегических целей, позволяет рассматривать классификационные признаки управленческого уровня, где выделяются стратегический, тактический и оперативный уровни конкурентного экономического поведения.

В дополнение к рассмотренным классификационным признакам, определяющим конкурентное экономическое поведение, выделяется теоретический подход Дж. О Шонесси, согласно которому классифицируются не типы поведения, а группы предприятий с различными типами выбранного поведения.

Согласно классификации Дж. О. Шонесси все предприятия можно разделить на три группы:

* создатели новых продуктов, компетентные представители рынка, на котором они работают; предприятия, основой поведения которых является имитация поведения лидеров рынка;
* предприятия, реализующие поведение ведомого типа, которое меняется в зависимости от существующих внешних или внутренних условий;
* предприятия, использующие поведение интервенционного типа для выхода на новые рынки [10].

Таким образом, предложенные для характеристики конкурентного экономического поведения предприятий, классификационные признаки их не только позволяют всесторонне изучить взаимодействие функционирующих на рынке предприятий с их прямыми и косвенными конкурентами, но и дают возможность обосновать оперативные и тактические мероприятия, способствующие формированию и поддержанию конкурентных преимуществ.

Литература

1. Дударев, Р. М. Оценка конкурентной среды предприятия / Р. М. Дударев. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2018. — № 22 (208). — С. 398-399. — URL: https://moluch.ru/archive/208/50860/.
2. Ахтямов Т. М. Методика исследования конкуренции на рынке // Маркетинг в России и за рубежом. 2000. № 4. С. 44–54. ISSN 1993–5552 Альманах современной науки и образования, № 2 (81)
3. Минцберг, Г. Школы стратегий. Стратегическое сафари: экскурсия по дебрям стратегий менеджмента / Г. Минцберг, Б. Альстрэнд, Дж. Лэмпел ; под общ. ред. Ю. Каптуревского. — СПб.: Питер, 2002. — 336 с.
4. Плосконосова, В.П. Конкурентное поведение бизнеса в инновационной экономике / В.П. Плосконосова, В.В. Бирюков // Вестник СибАДИ. – 2015. – Вып. 5(45). – С. 191-194.
5. Рубин, Ю.Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции: учебник / Ю.Б. Рубин. – Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права. – М., 2003. – 584 с.
6. Фатхутдинов, Р.А. Стратегический маркетинг / Р.А. Фатхутдинов. – М. : Интел-Синтез, 2000. – 640 с.
7. Фляйшер К., Бенсуссан Б. Стратегический и конкурентный анализ. Методы и средства конкурентного анализа в бизнесе. М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2005. 541 с Чернышева Т. Ю., Попова О. А. Экспертные методы принятия решений // Альманах современной науки и образования. Тамбов: Грамота, 2007. № 4 (4). С. 192–194. Шкардун В. Д.,
8. Плисов С. К. Сущность конкурентной среды организации // зкономические науки. Научно-информационного журнал. - 2017. - № 1 (50). -С. 67-70.
9. Щетинина, Е.Д. Механизм управления конкурентным поведением промышленного предприятия / Е.Д. Щетинина, А.А. Архипенко // Белгородский экономический вестник. – 2012. – № 1 (65). – С. 3-6.
10. О`Шонесси, Дж. Конкурентный маркетинг: стратегический подход / Дж. О`Шонесси ; перевод с англ. под ред. Д. О. Ямпольской. – СПб. : Питер, 2001. – 864 с.