

УДК 339.137.2

Пугачова І. М.

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ТЕОРЕТИЧНИХ КОНЦЕПЦІЙ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

В статті приведено порівняльний аналіз теоретичних підходів до визначення поняття «конкурентні переваги», визначено їх сутність та відмінності. Аналізуються основні підходи до визначення конкурентних переваг: ресурсний, компаративний та ціннісно-компетентнісний. Розглядаються властивості конкурентних переваг та класифікаційні ознаки, за якими їх розрізняють. Робиться наголос на конкурентних перевагах як основі забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання і національної економіки.

Ключові слова: конкурентні переваги, конкурентоспроможність, інновації.

Постановка проблеми. Сучасний розвиток суспільства посилює роль знань і науки в економіці, прискорює інноваційні процеси, що в результаті призводить до зміни механізму конкурентного суперництва. За таких умов актуальною стає проблема забезпечення конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність стала необхідною вимогою, що пред'являється сучасною світовою економікою до будь-якого економічного суб'єкта. Проблема забезпечення конкурентоспроможності підприємств є головною передумовою підтримання їх стійких позицій на внутрішньому та міжнародному ринках. Оскільки в основі забезпечення конкурентоспроможності країни, регіону, суб'єкта господарювання лежать конкурентні переваги, то їх виявлення та посилення є ефективним вирішенням зазначеної проблеми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема пошуку та оцінювання конкурентних переваг займалося багато провідних зарубіжних та вітчизняних вчених. Найбільш відомими теоретичними дослідженнями конкурентних переваг у зарубіжній науковій думці є праці Г.Л. Азоева, О.С. Віханського, Я. Гордона, Ж.-Ж. Ламбена, Дж. Мура, М. Портера, К.К. Прхалада, Г. Хемела, Й. Шумпетера, Р.А. Фатхутдінова, А.Ю. Юданова та багатьох інших. Серед українських учених, котрі активно досліджують різноманітні аспекти даної проблематики, варто відзначити З.М. Борисенко, Б.Є. Кваснюка, Н.В. Куденко, О.Є. Кузьміна, Л.І. Піддубну, Є.О. Полтавську, Н.П. Тарнавську, О.Б. Чернегу. Науко-

вий доробок згаданих вчених охоплює практично всі актуальні питання побудови і реалізації конкурентних переваг: теорію питання, методологію й методику оцінювання конкурентного статусу підприємств та забезпечення їх конкурентоспроможності, методи дослідження конкурентів та побудови конкурентних переваг. Віддаючи належне високому рівню існуючих наукових напрацювань, варто, на наш погляд, звернути увагу що єдиного загальноприйнятого визначення цього поняття не розроблено.

Метою статті є проведення порівняльного аналізу існуючих теоретичних підходів до дослідження конкурентних переваг, які є основою конкурентоспроможності на мікро- та макрорівні.

Виклад основного матеріалу. Формування і використання конкурентних переваг є важливим кроком забезпечення конкурентоспроможності, яку потрібно вважати властивістю об'єкта, що характеризується ступенем реальної чи потенційної переваги ним в конкурентній боротьбі порівняно з аналогічними об'єктами на певному ринку. Тому, можна стверджувати, що конкурентні переваги визначають конкурентоспроможність на будь-якому рівні та є основою її забезпечення.

У загальному розумінні конкурентна перевага – це ті характеристики або властивості, які створюють для суб'єктів господарювання певну перевагу над своїми прямими конкурентами. Тобто, конкурентна перевага є відносним поняттям, що визначається у порівнянні з конкурентом. Проте категорія «конкурентна

Таблиця 1

Підходи до визначення поняття «конкурентні переваги»

Автор	Визначення поняття «конкурентні переваги»	Аналіз визначення
Компаративний підхід		
Азоєв Г.Л. [3]	Концентрований прояв переваги над конкурентами в економічній, технічній, організаційній сферах діяльності підприємства, який можна виміряти економічними показниками (додатковий прибуток, вища рентабельність, частка ринку, обсяг продажів).	Не усі конкурентні переваги можна виміряти економічними показниками.
Вовчак А.В., Камишніков Р.В. [4]	Характеристики чи властивості, які забезпечують перевагу над прямими конкурентами	Занадто загальне визначення.
Куденко Н. В. [5]	Показник, що забезпечує перевагу над конкурентами на цільовому ринку.	Термін «показник»: 1) не дозволяє побачити усю багатогранність конкурентних переваг; 2) нівелює якісний вимір конкурентних переваг.
Попов С. [6]	Характеристики, котрі створюють для організації, що виробляє й/або реалізує окремий продукт, певні переваги над конкурентами; будь-які інновації, що дають реальне збільшення бізнес-успіху.	Акцент робиться тільки на інноваціях, що звужує поняття «конкурентні переваги».
Шевченко Л.С. [7]	Характеристики товарів (споживчі властивості), специфічні умови виробництва й продажу, додаткові послуги, які відрізняють діяльність фірми й створюють її переваги над прямими конкурентами.	Підхід з позиції товару доповнений і розширений.
Ресурсний підхід		
Градов А.П. [8]	Продуктивність використання ресурсів. Проявляється в зіставленні з іншими суб'єктами господарювання, є глобальною метою економічної стратегії.	Занадто глобальний масштаб охоплення.
Карлоф Б. [9]	Те, на що спрямовано всі стратегії в сфері бізнесу; вони формуються численними факторами: ефективним виробництвом, володінням патентами, рекламою, грамотним менеджментом, відношенням до споживачів.	Занадто глобальний масштаб охоплення.
Маркова В.Д. [10]	Унікальні відчутні й неловимі ресурси, якими володіє суб'єкт господарювання, а також стратегічно важливі для нього сфери бізнесу, які дають змогу перемагати в конкурентній боротьбі.	Ресурсний підхід скоригований з урахуванням фактору стратегічно важливих сфер бізнесу.
Портер М. [11]	Сукупність факторів, що визначають успіх або невдачу суб'єкта господарювання в конкуренції; продуктивність використання ресурсів.	Характеризує конкурентну перевагу як позитивну відмінність у продуктивності використання ресурсів.
Вернерфельт Б. [2]	Конкурентна перевага створюється на основі її здатності зібрати і використовувати потрібну комбінацію ресурсів. Стійка конкурентна перевага досягається шляхом постійного розвитку існуючих ресурсів та здатностей і створення нових у відповідь на швидкі зміни ситуації на ринках.	Не йдеться про перемогу в конкурентній боротьбі, не враховано перемогу над конкурентами.
Ціннісно-компетентнісний підхід		
Ламбен Ж.-Ж. [12]	Характеристики або властивості (атрибути) товару або торговельної марки, що забезпечують перевагу над прямими конкурентами.	Конкурентна перевага розглядається, перш за все, з позицій товару.
Полтавська Є.О. [13]	Результат більш ефективного за конкурентів управління процесами формування таких якісних і кількісних властивостей товару, які становлять цінність для покупця.	Акцент зроблено саме на управління процесами формування цінних для покупця атрибутів товару.
Фатхутдинов Р.А. [14]	Певна ексклюзивна цінність, властива системі, яка надає їй перевагу над конкурентами.	Акцент робиться на ексклюзивності, що звужує поняття.
Шегда А.В. [15]	Висока компетентність виробника у будь-якій сфері, що надає йому найкращі можливості залучати й зберігати клієнтів.	Висока компетентність в широкому плані поєднується з результатами створення цінностей для покупців.

перевага» є більш багатогранною, а дане визначення не розкриває його усі сутнісні аспекти.

Як вже зазначалось, наявні теоретичні підходи до визначення конкурентних переваг не є вичерпними, вони доповнюють один одного, проте цього недостатньо. Дослідник Ю.Б. Іванов у своїй монографії «Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток» пропонує виділити три основних підходи до визначення конкурентних переваг: компаративний, ресурсний та ціннісно-компетентнісний [1]. Тому для дослідження сутності конкурентних переваг проведемо порівняльний аналіз даних підходів, представивши їх у вигляді таблиці.

Аналізуючи визначення конкурентних переваг, представлені в таблиці 1, можна дійти висновку, що головною з точки зору компаративного підходу є перевага над конкурентами, тобто прояв властивості відносності. В даному підході чітко прослідковується порівняльний характер конкурентної переваги, оскільки вона оцінюється шляхом порівняння окремих характеристик. Основним недоліком компаративного підходу, на наш погляд, є занадто загальне трактування, адже основна увага, як вже зазначалось, робиться на властивості відносності. Таке уявлення спрощує сутність конкурентних переваг, оскільки неможливо в одному визначенні охопити усі сфери, в яких може бути досягнута перевага над конкурентами.

У відповідності до ресурсного підходу, зміст конкурентних переваг розкривається через набір ресурсів чи факторів, які дають змогу одержати перемогу в конкурентній боротьбі. В основі даного підходу лежить здатність підприємства якнайефективніше використовувати ресурси. Головний акцент зосереджено на тому, що стійкий успіх організації залежить від наявності у неї унікальних ресурсів і організаційних здібностей (компетенцій), які визначають конкурентні переваги даної організації. Зауважимо, що основоположником ресурсної концепції прийнято вважати Б. Вернерфельта, що опублікував у 1984 р. статтю «Ресурсне трактування фірми», в якій він обґрунтував, що реальними факторами конкуренто-

спроможності є саме ресурси організації. У зв'язку з цим даний підхід набуває все більшої популярності з початку 1990-х років. [2].

Ресурсний підхід базується в основному на перевагах продуктивності використання ресурсів підприємства, тобто наголошується на внутрішніх перевагах, однак недостатня увага приділяється перевагам зовнішнього характеру, не враховується фактор мінливості зовнішнього оточення.

Ціннісно-компетентнісний підхід до визначення конкурентних переваг є менш розповсюдженим, ніж попередні підходи. На наш погляд, його можна співставити з компаративним підходом, адже тут в основі також лежить властивість відносності конкурентних переваг. Проте в даному випадку дана властивість виражається або через цінність, або через компетентність. Тому недоліком ціннісно-компетентнісного підходу можна назвати неврахування якісної сторони конкурентних переваг, а саме соціально-економічної ефективності діяльності, відношення споживачів тощо.

Можна зробити висновок, що визначення конкурентних переваг, запропоновані різними авторами, не повною мірою відповідають вимогам системності й комплексності, тобто вони не характеризують конкурентну перевагу як системну категорію. У зв'язку з цим запропонуємо власне бачення сутності конкурентних переваг. На наш погляд, під конкурентними перевагами слід розуміти концентрований прояв перемоги (в коротко- та довгостроковому періодах) над конкурентами у боротьбі за обмежений обсяг платоспроможного попиту споживачів шляхом кращого управління процесами формування таких якісних і кількісних властивостей процесу або продукту, які становлять цінність для споживачів. Таке розуміння, на наш погляд, є більш обґрунтованим, оскільки основна увага зосереджена саме на результаті перемоги в боротьбі, а не на методах досягнення цієї перемоги. Адже існує велика кількість методів досягнення перемоги в конкурентній боротьбі. Крім цього, запропоноване нами визначення конкурентних переваг розповсюджуються як в короткотерміновому,

так і в довготерміновому періодах, що свідчить про їх стійкий характер.

Незважаючи на різноманітність поглядів щодо визначення конкурентних переваг, більшість вчених погоджується з певним набором властивостей, якими має володіти конкурентна перевага. Основні властивості конкурентних переваг представлено в табл. 2.

Конкурентні переваги повинні бути стійкими та гнучкими, щоб піддаватися адаптації до змін у ринковому середовищі, формуватися на стратегічному рівні з урахуванням взаємодії і погодженості усіх функціональних сфер діяльності підприємства, що дозволить підприємству раціонально управляти ресурсами та бути конкурентоспроможним на ринку в довгостроковій перспективі в цілому. Деякі властивості вже згадувались в ході аналітичного огляду існуючих визначень конкурентних переваг.

Таблиця 2

Властивості конкурентних переваг

Властивість конкурентної переваги	Характеристика властивості
Відносність	Конкурентна перевага проявляється тільки внаслідок порівняння окремих аспектів діяльності або товарів різних виробників, тобто вона має порівняльний характер. Відносність конкурентних переваг окреслюється конкретним товаром і умовами конкуренції.
Динамічність	Можливість змінюватися в залежності від стадії життєвого циклу товару, конкурентного оточення, зміни попиту на продукцію та інших факторів зовнішнього середовища.
Адаптивність	Можливість адаптації конкретної конкурентної переваги до умов, що змінюються (мінливих умов ринку, в яких функціонує фірма).
Стійкість	Здатність зберігати цінність протягом тривалого періоду часу (детермінується тривалістю її життєвого циклу).
Ефективність	Її сутність полягає в досягненні певного результату від використання конкурентної переваги на одиницю витрат, пов'язаних з її реалізацією

Джерело: [3; 16]

Відштовхуючись від основних властивостей конкурентної переваги, можна на-

дати їй таке визначення: це – відносна категорія, що проявляється в конкурентному середовищі, характеризується здатністю адаптації до умов, що змінюються, певним рівнем стійкості та ефективності, що визначає можливості успішного функціонування виробничо-господарської системи в конкурентному оточенні.

Для формування чіткого уявлення про конкурентні переваги необхідно зупинитись на питанні їх класифікації. Огляд економічної літератури свідчить про існування значної кількості різновидів конкурентних переваг, які класифікують за такими ознаками: за джерелом походження, за методами конкуренції, щодо терміну дії, за характером виникнення, відносно рівня ієрархії, за сферою прояву, за змістом фактору переваг, за взаємодією з п'ятьма силами конкуренції М. Портера, за ступенем стійкості та відтворюваності тощо.

Детальніше розглянемо конкурентні переваги за джерелами їх виникнення. Згідно даної класифікаційної ознаки виділяють внутрішні та зовнішні конкурентні переваги. Внутрішні – це характеристики внутрішніх аспектів діяльності підприємства (рівень затрат, продуктивність праці, організація процесів, система менеджменту), які перевищують аналогічні характеристики конкурентів. Зовнішні конкурентні переваги базуються на можливості підприємства створити важливіші цінності для його клієнтів, що створює більш повне задоволення їх потреб, зменшення витрат та підвищення ефективності їх діяльності. Тобто внутрішні конкурентні переваги засновані на функціональних сферах діяльності підприємства і характеризують цінності для виробника, зовнішні – характеризують ринкову перевагу підприємства у задоволенні потреб споживача.

Зрозуміло, що базисом загальної конкурентної переваги підприємства є внутрішні конкурентні переваги. Але, на наш погляд, це – лише потенціал досягнення підприємством своїх конкурентних позицій. Саме зовнішні конкурентні переваги, з одного боку, орієнтують підприємство на розвиток та використання внутрішніх переваг, а з іншого, – забезпечують йому стійкі конкурентні позиції,

оскільки цілеспрямовують його на чітку діяльність по задоволенню потреб конкретної групи споживачів.

До внутрішніх конкурентних переваг відносять: виробничі, технологічні, кваліфікаційні, організаційні, управлінські, інноваційні, наслідкові, економічні, географічні. До зовнішніх конкурентних переваг підприємства можна віднести: інформаційні, конструктивні, якісні, поведінкові, кон'юнктурні, сервісні, іміджеві, цінові, збутові, комунікаційні (табл. 3).

Конкурентоспроможність підприємства формується на базі конкурентних переваг. Для того, щоб перевага приносила перемогу у боротьбі із конкурентами, вона має відповідати таким вимогам:

– забезпечувати підприємству стійке ринкове становище, на тривалий час відносно відрізнити його від конкурентів;

– бути націленою на специфічні запити клієнта, що дозволить принести користь цільовій групі споживачів;

– спиратися на специфічні, оригінальні здатності й ресурси підприємства, які не піддаються імітації з боку конкурентів;

– мати інноваційний характер для визначення напрямів і встановлення пріоритетності заходів щодо управління підприємством.

Висновки. Узагальнюючи наведені визначення конкурентних переваг, слід зазначити, що їхня сутність здебільшого виявляється через такі характеристики як: здатність ефективно розподіляти ресурси, досягаючи більш стійкого і тривалого знаходження на ринку, ніж конкуренти; сукупність характеристик, властивостей, ресурсів, цінностей, якими володіє підприємство і які забезпечують йому пере-

Таблиця 3

Складові внутрішніх та зовнішніх конкурентних переваг

Складова	Зміст
Внутрішні конкурентні переваги	
виробничі	продуктивність праці, рівень витрат, раціональність експлуатації основних фондів, забезпеченість матеріально-технічними ресурсами
технологічні	сучасність, досконалість, гнучкість технологічних процесів, використання досягнень НТП
кваліфікаційні	професійність, майстерність, активність, творчість персоналу, схильність до нововведень
організаційні	сучасність, прогресивність, гнучкість, структурованість діючої організаційної структури
управлінські	ефективність і результативність діючої системи менеджменту, ефективність управління оборотними засобами, якістю, виробничими, та збутовими процесами, дієвість системи мотивування персоналу
інноваційні	системи та методи розробки та впровадження нових технологій, продуктів, послуг, наявність та впровадження "ноу-хау"
наслідкові	ринкова культура підприємства, традиції, історія
економічні	наявність джерел фінансування, платоспроможність, ліквідність, прибутковість, рентабельність
географічні	розміщення, близькість до джерел матеріальних, людських ресурсів, ринків збуту, транспортних шляхів та каналів розподілу
Зовнішні конкурентні переваги	
інформаційні	міра поінформованості про стан та тенденції розвитку ринку, дію сил та умов навколишнього маркетингового середовища, поведінку споживачів, конкурентів
конструктивні	технічні характеристики продукції, її дизайн, упаковка
якісні	рівень якості продукції за оцінками споживачів
кон'юнктурні	ринкові умови діяльності, конкурентне середовище, (кількість і поведінка конкурентів, гострота конкуренції)
сервісні	рівень та якість послуг, що надаються підприємством;
іміджеві	загальні уявлення споживачів про підприємство та його товари, популярність;
цінові	рівень та можлива динаміка цін, їх соціальна спрямованість, ринкова влада підприємства
збутові	прийоми та методи розподілу продукції, замовлення
комунікаційні	канали і способи розповсюдження інформації про підприємство, наявність і використання зв'язку.

Складено автором

вагу над конкурентами; результат більш ефективного за конкурентів управління процесами формування і розвитку якісних і кількісних властивостей продукту, що мають цінність для покупця. На основі цього нами запропоновано власне визначення конкурентних переваг: концентрований прояв перемоги (в коротко- та довгостроковому періодах) над конкурентами у боротьбі за обмежений обсяг платоспроможного попиту споживачів шляхом кращого управління процесами формування таких якісних і кількісних властивостей процесу або продукту, які становлять цінність для споживачів.

Конкурентна перевага має відповідати певним властивостям: відносність, динамічність, адаптивність, стійкість та ефективність. Їх комплекс дає можливість формувати та посилювати конкурентні переваги, і як наслідок, забезпечувати конкурентоспроможність на різних рівнях економіки.

Конкурентні переваги не лише впливають на рівень конкурентоспромож-

ності підприємства, але й є джерелом розширення можливостей зі зниження витрат, покращення якості продукції, підвищення гнучкості реагування на попит, раціонального використання ресурсів, впровадження інновацій, вироблення оптимальних шляхів виходу з фінансових та економічних проблем, адаптивності системи управління підприємством до змін внутрішнього і зовнішнього середовищ, що є передумовами формування і розвитку дієвої системи управління конкурентними перевагами підприємства.

З огляду на вищесказане, наголосимо на тому, що найціннішими є конкурентні переваги, які не можуть бути імітовані, являють собою певні вхідні бар'єри у галузь і є довгостроковими, чим гарантують наявність стабільного прибутку та виживання компанії в умовах конкурентної боротьби. Ці суттєві моменти повинно враховувати в своїй діяльності кожне підприємство для забезпечення і підвищення своєї конкурентоспроможності.

Список літератури:

1. Іванов Ю.Б. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток: монографія / Ю.Б. Іванов, П.А. Орлов, О.Ю. Іванова. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2008. – 352 с.
2. Wernerfelt B.A. Resource – Based View of the Firm // Strategic Management Journal. – 1984. – Vol. 5 № 2. – P. 171–180.
3. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.
4. Вовчак А.В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація. / А.В. Вовчак, Р.В. Камишніков. // Маркетинг в Україні. – 2005. – № 2. – С. 50-53.
5. Куденко Н.В. Маркетингові стратегії фірми: Монографія. – К.: КНЕУ, 2002. – 245 с.
6. Інтегровані структури бізнесу: проблеми теорії та практики оцінювання конкурентоспроможності / М.О. Кизим, В.С. Пономаренко, В.М. Горбатов, О.М. Ястремська: Монографія. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2010. – 368 с.
7. Шевченко Л.С. Конкурентное управление: учебн. пособ. – Харьков: Изд-во «Эспада», 2004. – 520 с.
8. Экономическая стратегия фирмы / Под ред. Градова А.П. – СПб.: Специальная литература, 1999. – 589 с.
9. Карлоф Б. Деловая стратегия: концепция, содержание, символы / Б. Карлоф; [пер. с англ.]. – М.: Экономика, 1991. – 239 с.
10. Маркова В.Д., Кузнецова С.А. Стратегічний менеджмент: Курс лекцій. – М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сибірське угоду, 1999. – 288 с.
11. Портер М. Международная конкуренция. – М.: Международные отношения, 1993. – 798 с.
12. Ламбен Жан Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок: пер. с англ. / под ред. В.Б. Колчанова. – СПб.: Изд-во «Питер», 2004. – 800 с.
13. Полтавская Е.А. Конкуренция и конкурентные преимущества / Е.А.Полтавская // Экономика: проблемы теории та практики: зб. наук. пр. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2002. – Вип. 141. – С. 41-44.
14. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 312 с.
15. Шегда А.В. Основы менеджмента: учебное пособие / А.В. Шегда. – К.: Знання, КОО, 2004. – 512 с.
16. Позняк С.В. Конкурентні переваги підприємства: особливості та етапи формування в контексті сучасних умов ведення бізнесу. / С.В. Позняк. // Стратегія економічного розвитку України. – 2010. – Вип. 26-27. – С. 124-130.

Пугачёва И. Н.

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ КОНЦЕПЦИЙ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ

Резюме

В статье приведен сравнительный анализ теоретических подходов к определению понятия «конкурентные преимущества», определена их сущность и отличия. Анализируются основные подходы к определению конкурентных преимуществ: ресурсный, компаративный, ценностно-компетентносный. Рассматриваются свойства конкурентных преимуществ и классификационные признаки, по которым их различают. Делается акцент на конкурентных преимуществах как основе обеспечения конкурентоспособности субъектов хозяйствования и национальной экономики.

Ключевые слова: конкурентные преимущества, конкурентоспособность, инновации.

Pugacheva I. M.

Odessa I. I. Mechnikov National University

COMPARATIVE ANALYSIS OF THEORETICAL CONCEPTS COMPETITIVE ADVANTAGE

Summary

The article presents a comparative analysis of the theoretical approaches to the definition of "competitive advantage", defined their essence and differences. It consider the properties of competitive advantages and classification features, which distinguish them. Emphasis on competitive advantages as the basis for competitiveness of business entities and the national economy.

Keywords: competitive advantage, competitiveness, innovation.