

РОЗДІЛ 2

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 005.332

Вараксіна О. В.

Полтавська державна аграрна академія

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО КЛАСИФІКАЦІЇ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто базові підходи до трактування сутності конкурентних переваг як економічної категорії. Узагальнено наукові підходи до класифікації конкурентних переваг підприємства. Визначено базові властивості та джерела конкурентних переваг, через які визначається сутність категорії.

Ключові слова: конкурентна перевага, класифікація конкурентних переваг, джерела формування, ефективність, конкурентоспроможність.

Постановка проблеми. Нині у підприємств виникає нагальна необхідність пошуку шляхів підвищення та управління конкурентоспроможністю, що має забезпечуватись ефективним та раціональним використанням наявних ресурсів та резервів підприємства. Підприємство матиме можливість безперервно розвиватися завдяки конкурентним перевагам, оскільки конкурентні переваги визначають нішу на ринку, яку зможе зайняти підприємство. Забезпечення конкурентних переваг в реаліях сучасної економіки для українських підприємств є надзвичайно важливим та актуальним питанням.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання конкурентних переваг розглядаються в працях багатьох зарубіжних та вітчизняних науковців, зокрема в роботах М. Портера [15], Ж.-Ж. Ламбена [12], Г. Азоева [1], І. Должанського [10], А. Войчака [8], Ю. Гончарова [9], Г. П'ятницької [13], Р. Фатхутдінова [17], Д. Барабаса [2].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на значну увагу, яка приділяється проблемі конкурентних переваг, у наукових роботах не існує єдності поглядів щодо сутності поняття «конкурентні переваги підприємства». Недостатньо вивченим також є питання класифікації конкурентних переваг.

Мета статті полягає в узагальненні підходів до класифікації конкурентних переваг підприємства, дослідженні їхніх основних властивостей.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основна мета діяльності кожного господарюючого суб'єкта полягає в результативності його діяльності. У сучасних економічних реаліях конкурентоспроможність виступає дієвим інструментом досягнення мети та стабільної діяльності підприємства в перспективі.

Конкурентоспроможність як економічна категорія зумовлена економічними, соціальними, політичними чинниками позиції суб'єкта діяльності (країни, галузі, товаровиробника) на внутрішньому та зовнішньому ринках; розглядається як здатність останніх займати продуктивну ринкову нішу та ефективно утримувати свої позиції; визначається як існування власного мотиву до діяльності, яка спрямована на очікування позитивних результатів та наявності конкурентних переваг з можливістю і здатністю протистояти викликам ринку [11].

У спеціальній маркетинговій літературі, як правило, наводять такі три вимоги, яким повинні відповідати конкурентні переваги, щоби вважатись стратегічними факторами успіху [3]:

- базуватись на можливостях та ресурсах підприємства, які повинні бути оригінальнішими порівняно з конкурентами та які важко чи неможливо імітувати;

- забезпечувати протягом тривалого часу унікальність торгової марки порівняно з конкурентами;

- задовольняти специфічні потреби клієнтів, тобто давати релевантну вигоду для цієї цільової групи споживачів.

Конкурентні переваги, рівень їх залучення до господарської діяльності, механізми їх реалізації та нарощування в сукупності є конкурентним потенціалом, який обумовлює довгострокові перспективи розвитку та конкурентоспроможність підприємства [4, с. 40–44].

Конкурентна перевага – це особливості чи властивості (атрибути) товару чи торгової марки, які забезпечують підприємству перевагу над прямими конкурентами. Така перевага визначається порівнянням з найкращими (найбільш небезпечними, пріоритетними) конкурентами, як відзначає Жан-Жак Ламбен [12].

На думку З. Должанського та Т. Загорної, конкурентні переваги – це рівень ефективного використання наявних у розпорядженні фірми (здобувають також для майбутнього споживання) всіх видів ресурсів [10].

Р. Фатхутдінов під конкурентною перевагою розуміє певну ексклюзивну цінність, властиву системі, яка надає їй перевагу над конкурентами. Конкурентна перевага означає перевагу, високу компетентність фірми в будь-якій сфері діяльності [17].

А. Шегді зазначає, що конкурентна перевага – висока компетентність виробника у будь-якій сфері, що дає йому можливість залучати та зберігати клієнтів [18].

Конкурентні переваги – це сукупність ключових, відмінних від суперників чинників успіху, які сприяють забезпеченню підприємством стійкої конкурентної позиції лідера на ринку на певний період [5, с. 41–42].

Г. Азоев та А. Челенков відзначають, що конкурентні переваги є проявом переваги над конкурентами в економічній, технічній та організацій-

ній сферах діяльності підприємства, які можна виміряти економічними показниками (додатковий прибуток, вища рентабельність, ринкова частка, обсяг продажу) [1].

В наукових роботах, присвячених проблемі формування стійкої конкурентоспроможності підприємства, не існує єдиного підходу до класифікації конкурентних переваг (табл. 1). Запропонована класифікація охоплює більшість конкурентних переваг, які можуть бути сформовані на конкретному підприємстві, та сприятиме кращому розумінню їх сутності.

Конкурентні переваги визначають рівень конкурентоспроможності підприємства. Конкурентні переваги підприємства повинні не лише підтримувати високий рівень прибутковості, але й забезпечувати його постійність, оскільки ці переваги можуть бути оцінені лише шляхом порівняння основних показників діяльності підприємства з іншими підприємствами.

В наукових роботах українських та зарубіжних вчених проблема конкурентних переваг розглянута досить ґрунтовно, але питання, які пов'язані з конкурентними перевагами персоналу, не можна вважати до кінця вирішеними. В сучасних економічних умовах якість персоналу є однією з головних умов конкурентоспроможності підприємства. Тому ми пропонуємо доповнити наявні класифікації конкурентних переваг важливою ознакою – розподілом за суб'єктом/об'єктом на ринку праці:

- умови працевлаштування;
- продукт праці;
- якість робочої сили.

В процесі суперництва окремі учасники конкурентних відносин на ринку праці можуть отримати

(і певний час утримувати) конкурентні переваги, завдяки яким з'являється конкурентоспроможність, а з нею – певні економічні або соціальні зиски [16, с. 94–103].

Сутність конкурентних переваг здебільшого проявляється через такі характеристики, як здатність підприємства ефективно використовувати та розподіляти ресурси; сукупність властивостей, характеристик, ресурсів, якими володіє підприємство і які забезпечують йому перевагу над конкурентами; ефективність управління процесами формування й розвитку якісних та кількісних властивостей товарів або (та) послуг, що більш привабливі для покупця, ніж у конкурентів [9, с. 178–181].

При цьому конкурентоспроможність підприємства забезпечується наявністю двох видів конкурентних переваг:

1) перевага в умінні (досвіді), що обумовлюється ефективністю роботи всіх функціональних підрозділів, ініціативою працівників, наявністю інноваційних процесів на підприємстві;

2) перевага в ресурсах, що визначається доступом до сировини, комплектуючих, матеріалів, кадровим складом працівників та рівнем їх кваліфікації, структурою власних та залучених коштів, забезпеченням наявними активами, новітньою технологією, комерційною та виробничою співпрацею; в практиці бізнесу конкурентні переваги є головною метою та результатом господарської діяльності підприємства [15].

Послідовність прогнозування конкурентних переваг підприємства є такою (рис. 1).

В науковій літературі виділяються різні позиції щодо джерел створення конкурентних пере-

Таблиця 1

Класифікація конкурентних переваг підприємства

Ознака	Види конкурентних переваг	Ознака	Види конкурентних переваг	
За джерелами виникнення	Внутрішні	За концепцією маркетингових систем	Сприяння управлінню попитом	
	Зовнішні		Управління запитами споживачів	
За тривалістю дії	Тривалі		Створення сучасних маркетингових систем	За факторами, що впливають на них
	Тимчасові	Засновані на економічних факторах		
За стратегічною спрямованістю	Можуть мати місце в результаті створення унікального набору дій, властивостей, характеристик	Структурного плану	Спричинені адміністративними заходами	
	З'являються в результаті свідомого вибору підприємством відмінних від пріоритетних конкурентів видів та сфер діяльності	Технічні (технологічні)	Ґрунтуються на географічних факторах	
За походженням	Створені підприємством з огляду на стабільність наявних бізнес-ситуацій	Ґрунтуються на демографічних факторах	За сферою виникнення	
	Виникають в результаті змін в навколишньому маркетинговому середовищі	Природно-кліматичні		
За ймовірністю успіху	Ймовірні	Технологічні		Політичні
	Очевидні	Формують потенціал підприємства		Культурні
За впливом на потенціал підприємства	Зміцнюють потенціал підприємства	Формуються з огляду на наявний потенціал	Економічні	
	Формують споживачів (американська модель маркетингу)	За змістом факторів впливу	Наявність товару	
	Формуються споживачами (європейська модель маркетингу)		Ціна товару	
За впливом на споживачів	Формують споживачів	Витрати споживача	Якість сервісу	
	Формуються споживачами	У спадщину	Метод отримання переваги	
За рівнем реалізації	Галузеві	Навчання		Впровадження нововведень
	Міжгалузеві	За джерелами створення та стійкістю до копіювання	Низького рівня	
	Регіональні		Високого рівня	
Глобальні	Найвищого рівня			

Джерело: сформовано автором на основі джерел [3; 8; 10; 14]

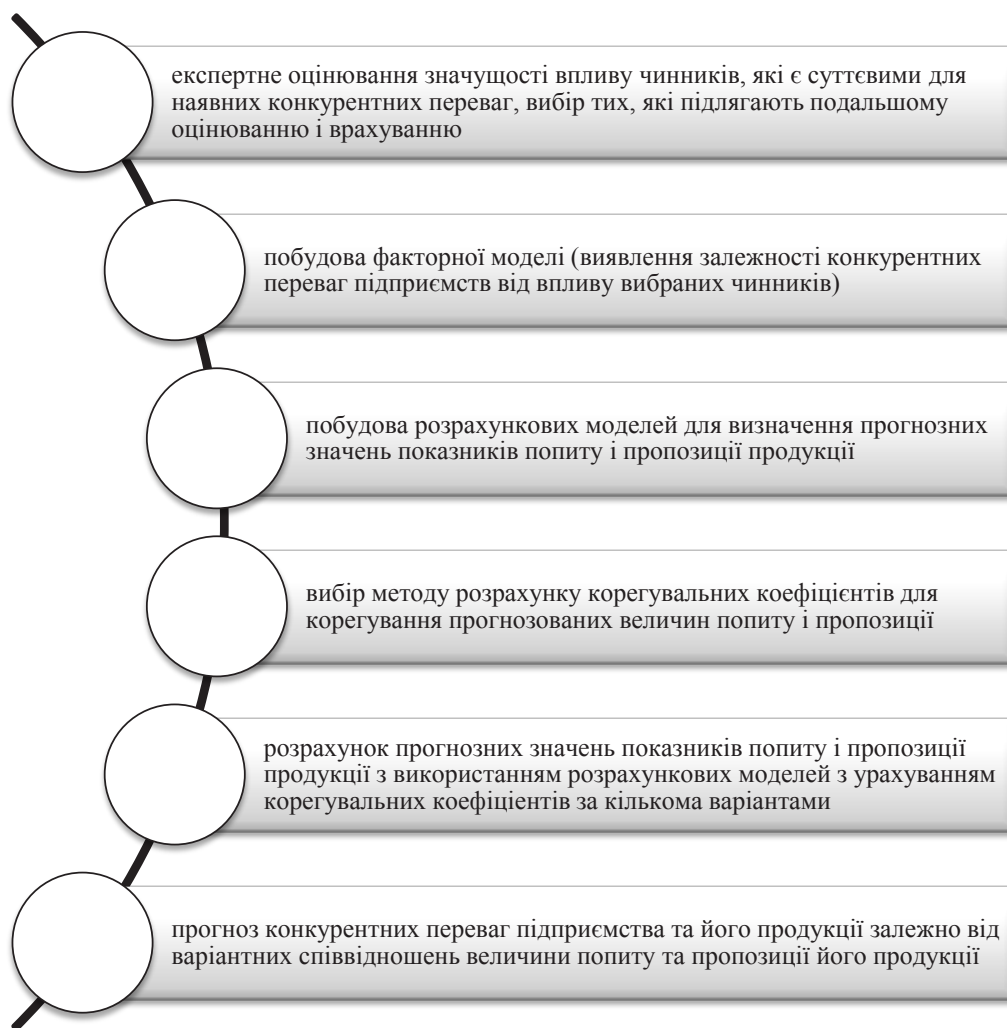


Рис. 1. Послідовність прогнозування конкурентних переваг підприємства

Джерело: сформовано авторами на основі джерела [19]

ваг підприємства. Сутність конкурентних переваг більш повно виявляється через їх властивості (рис. 2).

Так, Ж. Ламбен визначає три групи факторів (джерел) формування конкурентних переваг підприємства [12, с. 369–371]:

- якість продукції, тобто відмінні якості товару, котрі становлять підвищену цінність для споживача;

- витрати виробництва, які забезпечують переваги фірми щодо контролю над рівнем цін і витрат, адміністрування та управління товаром;

- ключові компетенції, тобто особливі навички або технології, які створюють унікальну цінність для споживача; спеціальними навичками можуть бути колективне знання співробітників та процедури, що визначають характер їх взаємодії.

В. Василенко та Т. Ткаченко відзначають, що до найбільш типових джерел створення конкурентних переваг можна віднести нові технології, зміни структури та вартості окремих елементів у технологічному ланцюжку виробництва й реалізації товару, нові запити споживачів, поява нового сегменту ринку, зміни правил гри на ринку [7].

Є. Бройдо вважає, що конкурентна перевага формується завдяки будь-якій суттєвій відмінності, наприклад власності активів, доступу до розподілу та постачання або кваліфікації персо-

налу, його знань, компетентності та майстерності, які дають змогу одному підприємству краще забезпечувати потреби клієнта, ніж інші [6].

Таким чином, щоб конкурентні переваги приносили перемогу над іншими учасниками ринку, вони мають відповідати таким вимогам: вигідно відрізнити підприємство від конкурентів; забезпечувати довгострокове та високе становище на ринку; задовольняти потреби споживачів; ґрунтуватися на здатностях та специфічності підприємства, які відрізняють його від інших подібних; бути гнучкими та адаптованими до змін у ринковому середовищі; формуватися на стратегічному рівні з урахуванням взаємодії та погодженості в усіх функціональних сферах діяльності підприємства [9].

Висновки. Стійкої конкурентоспроможності підприємства можна досягти шляхом постійного поліпшення наявних та створення нових конкурентних переваг. Деталізована класифікація конкурентних переваг слугуватиме підґрунтям для розуміння сутності категорії.

Доцільно зауважити, що забезпечення стійких конкурентних переваг підприємства залишається актуальним та першочерговим завданням суб'єктів господарювання. Перспективою розвитку цієї тематики, на нашу думку, є безпосередньо формування стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

1 властивість - адаптивність	потрібно враховувати прив'язку до реальних ринкових умов (не може мати універсального характеру)
2 властивість - відносність	конкурентні переваги підприємств слід визначати шляхом порівняння найбільш суттєвих характеристик їх діяльності
3 властивість - злучкість	підвладність неоднозначному (у часі) впливу множини різнорідних факторів, частина яких не підконтрольна підприємству
4 властивість - стійкість	визначає тривалість життєвого циклу конкурентної переваги та є властивістю останньої зберігати свою цінність тривалий період часу
5 властивість - ефективність	полягає в досягненні позитивного результату від використання конкурентної переваги на одиницю витрат, пов'язаних з її реалізацією
6 властивість - динамічність	залежить від етапу життєвого циклу конкурентної переваги
7 властивість - реальність	формується з огляду на внутрішній потенціал підприємства, вибрану ним стратегію конкуренції, зовнішнє середовище

Рис. 2. Основні властивості конкурентних переваг підприємства

Джерело: сформовано авторами на основі джерел [2; 13]

Список використаних джерел:

1. Азоев Г., Челенков А. Конкурентные преимущества фирмы. Москва: Тип. Новости, 2000. 256 с.
2. Барабась Д. Властивості та життєвий цикл конкурентної переваги підприємства. Економіка підприємства: теорія та практика: зб. матеріалів II Міжнар. наук.-практ. конф. (13–14 березня 2008 р.) / редкол.: Г. Швиданенко (відп. за вип.) та ін. Київ: КНЕУ, 2008. С. 393–395.
3. Безсмертний С. Сутність та класифікація конкурентних переваг підприємства. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2011. № 714. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. С. 174–179.
4. Безтелесна Л., Чигир Н. Механізм забезпечення сталої конкурентоспроможності великого промислового підприємства. Економіст. 2004. № 12. С. 40–44.
5. Близнюк С., Остапенко А. Конкурентний потенціал підприємництва як категорія сучасних економічних досліджень. Інвестиції: практика та досвід. 2011. № 7. С. 41–42.
6. Бройдо Е. Формирование конкурентных преимуществ компании путем развития инновационных возможностей: автореф. дисс. ... канд. экон. наук: спец. 08.00.05. URL: <http://www.dissertcat.com/content/formirovanie-konkurentnykh-preimushchestv-kompanii-putem-razvitiya-innovatsionnykh-vozmozhno>.
7. Василенко В., Ткаченко Т. Стратегічне управління підприємством: навч. посіб. 2-ге вид., випр. і доп. Київ: Центр навчальної літератури, 2004. 400 с.
8. Войчак А., Камишніков Р. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація. Маркетинг в Україні. 2005. № 2. С. 50–53.
9. Гончаров, Ю., Куппер О. Управління конкурентними перевагами підприємства. Економічний аналіз: зб. наук. праць / редкол.: О. Ярошук (голов. ред.) та ін. Т. 27. № 1. Тернопіль: видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2017. С. 178–181.
10. Должанський І., Загорна Т. Конкурентоспроможність підприємства. Київ: Центр навчальної літератури, 2006. 384 с.
11. Збарський В. Інноваційна спрямованість підприємства – забезпечення його конкурентних переваг. Науковий вісник Мукачівського державного університету. Сер.: Економіка. 2015. Вип. 1. С. 90–96.
12. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / пер. с англ. под ред. В. Колчанова. Санкт-Петербург: Питер, 2007. 800 с.
13. П'ятницька Г., Предєін А., Рябова О. Конкурентні переваги підприємств: визначення та джерела формування. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. пр. / відп. ред. О. Черевко. Вип. 1(19). Харків: ХДУХТ, 2014. С. 235–248.
14. Портер М. Конкуренция: учеб. пособие / пер. с англ. Я. Заблоцкого. Москва: Вильямс, 2000. 495 с.
15. Портер М. Стратегія конкуренції і методика аналізу галузей і діяльності конкурентів. Київ: Основи, 1997. 451 с.
16. Семикіна М. Конкуренція і конкурентоспроможність на ринку праці: методологія визначення. Демографія та соціальна економіка. 2008. № 2. С. 94–103.
17. Фатхутдинов Р. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. Москва: ИНФРА-М, 2000. 312 с.
18. Шегда А. Менеджмент: підручник. Київ: Знання, 2004. 687 с.
19. Buckley P.J. Measures of International Competitiveness a Critical Survey. Journal of Marketing Management. 1988. Vol. 4(2). P. 175–200.

Вараксина Е. В.

Полтавская государственная аграрная академия

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К КЛАССИФИКАЦИИ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Резюме

В статье рассмотрены базовые подходы к трактовке сущности конкурентных преимуществ как экономической категории. Обобщены научные подходы к классификации конкурентных преимуществ предприятия. Определены базовые свойства и источники конкурентных преимуществ, через которые определяется сущность категории.

Ключевые слова: конкурентное преимущество, классификация конкурентных преимуществ, источники формирования, эффективность, конкурентоспособность.

Varaksina E. V.

Poltava State Agrarian Academy

THEORETICAL APPROACHES TO CLASSIFICATION OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE BUSINESS

Summary

The article deals with the basic approaches to the interpretation of the essence of competitive advantages as an economic category. Generalized scientific approaches to the classification of competitive advantages of the business. The basic properties and sources of competitive advantages are defined, through which the essence of the category is determined.

Key words: competitive advantage, classification of competitive advantages, source of competitive advantage formation, efficiency, competitiveness.