

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА ТА ПРОСТОРОВО – КЛАСТЕРНИЙ БІЗНЕС

УДК 658.012.32 (477)

ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСНОЇ КОНЦЕПЦІЇ ПРИ ФОРМУВАННІ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВ

Вяткіна Т.Г., к.е.н.

Луганський національний аграрний університет

Проаналізовані сучасні підходи та тенденції формування конкурентних переваг підприємств. Розглянуті типи конкурентних переваг, дано визначення конкурентної переваги. Розглянуті джерела формування конкурентних переваг у відповідності до ресурсної концепції. Наведено порівняльну характеристику ресурсу, на підставі якого формується стійка конкурентна перевага. Охарактеризовані особливості стійкості конкурентних переваг. Згідно ресурсного підходу здійснено порівняння моделей формування конкурентних переваг.

Ключові слова: ресурсний підхід, конкурентна перевага, стійкість конкурентної переваги, класифікація конкурентних переваг, цінність ресурсу.

In this article modern approaches to the formation of competitive advantages are analyzed. It was determined types of competitive advantages and it was proposed the definition of the competitive advantage. Sources of the formation of competitive advantages according to the resource concept are discovered. It was presented the comparative characteristic of resource under which appears formation of sustainable competitive advantage. It was determined distinctive specialties of sustainable competitive advantages. The comparison of competitive advantages models formation was made under resource approach.

Keywords: resource approach, competitive advantages, sustainability of competitive advantages, classification of competitive advantages, resource value.

Актуальність проблеми. Економіка сучасного підприємства може ефективно функціонувати лише за умови стратегічного управління його розвитком. Головною метою стратегії є досягнення стійких конкурентних переваг та рентабельності підприємства.

Методологічну основу формування стійких конкурентних переваг складають теорії та концепції як західних, так і вітчизняних

учених. Традиційні концепції розглядають стратегію як сукупність взаємоув'язаних дій, спрямованих на досягнення стійких конкурентних переваг. Такий підхід доцільно використовувати за низьких умов невизначеності зовнішніх чинників. Новий рівень розвитку економіки реформує старі та адаптує нові підходи до формування конкурентних переваг, що змушує більшість керівників вітчизняних підприємств здійснювати пошук нових стратегічних інструментів. Аналіз основних положень теорії конкуренції дає підстави констатувати, що в сучасних умовах динамічних змін середовища, одне і те ж підприємство може мати набір конкурентних переваг, які працюють сьогодні і забезпечують успіх в завтрашньому дні. Відповідно актуальним, з точки зору сучасних тенденцій, є завдання аналізу формування, визначення параметрів та характеристик конкурентних переваг підприємства.

Аналіз останніх наукових досліджень. Питання формування конкурентних переваг у своїх працях розглядали такі відомі зарубіжні та вітчизняні вчені, як М. Портер, Ж.Ж. Ламбен, А. Томпсон-мол., А. Стрікленд, Р. Грант, Р. Фатхутдінов, Г. Азоєв, О. Градов, В. Катькало та ін. Проте методологічним аспектам систематизації, класифікації, визначення місця та ролі конкурентних переваг згідно сучасним напрямкам стратегічного управління, на нашу думку, приділено недостатньо уваги.

Мета роботи: провести аналіз конкурентних переваг відповідно до сучасних тенденцій розвитку стратегічного менеджменту; розглянути умови, джерела формування, характер прояву та можливість використання вітчизняними підприємствами.

Викладення основного матеріалу дослідження. Згідно визначення Ж.Ж. Ламбена „конкурентна перевага - це ті характеристики, властивості товару або марки, які створюють для фірми певну перевагу над її прямими конкурентами. Ці характеристики (атрибути) можуть бути найрізноманітнішими і відноситися як до самого товару (базової послуги), так і до додаткових послуг, що супроводжують базову. Ж.Ж.Ламбен зазначає, що перевага може бути „зовнішньою”, якщо вона заснована на характерних якостях товару, що формують цінність для покупця за рахунок скорочення витрат або підвищення ефективності [1, с. 277].

Кожне підприємство володіє певним набором ресурсів, проте не всі ресурси наділені однаковою важливістю чи потенціалом для того, аби

дати підприємству стійкі конкурентні переваги. Конкурентні переваги – це переваги над конкурентами в економічній, технічній, організаційній та ін. сферах діяльності підприємства, які дозволяють йому успішно долати сили конкуренції та приваблювати споживачів.

Сучасні теорії конкурентної боротьби дозволяють виділити п'ять основних типів конкурентних переваг [2, с. 81-85]:

ресурсні – конкурентні переваги, пов'язані з ціновими характеристиками, які набуваються у зв'язку з господарською діяльністю;

технологічні – конкурентні переваги, обумовлені експлуатацією технології, що дозволяють використовувати ефект масштабу виробництва та збільшують попит за рахунок цінових та якісних характеристик;

інноваційні – конкурентні переваги, пов'язані з якісними параметрами продукції, сформованими за рахунок використання результатів НДДКР;

глобальні - конкурентні переваги виробників в результаті спільних дій підприємства та держави на підставі виконання стандартів загальногуманітарної господарської діяльності;

культурні - конкурентні переваги виробників, обумовлені історичними та культурними зв'язками країн, що дає можливість підприємствам підтримувати ринки збуту.

Для підприємств використання таких напрямів є особливо важливим, оскільки кожен із цих напрямів або концепцій пояснює причину стратегічного успіху підприємства в довгостроковій перспективі. Виробництво та реалізація конкурентноздатних товарів з однієї сторони є необхідною умовою конкурентоспроможності підприємства, а з іншої – конкурентоспроможність є результатом конкурентних переваг з усіх напрямів діяльності підприємства.

Протягом тривалого періоду досить популярною була ринкова концепція М.Портера, який першим звернувся до поняття конкурентних переваг. За допомогою національного „ромбу” він пояснив, що для того щоб отримати і втримати перевагу в провідних галузях економіки, необхідно мати перевагу у всіх складових частинах „ромбу”. А успішність підприємства в конкурентній боротьбі залежить від специфіки галузі, виду та масштабу конкуренції та від поведінки самого підприємства на ринку [3].

Всі види конкурентних переваг, згідно теорії М. Портера, прийнято

ділити на дві групи: переваги низького порядку; переваги високого порядку. Переваги низького порядку пов'язані з можливістю використання: дешевих трудових ресурсів; дешевих матеріалів (сировини); дешевої енергії. Низький порядок цих конкурентних переваг обумовлений тим, що вони нестійкі і легко можуть бути втрачені або внаслідок зростання цін і заробітної плати, або через те, що дешеві виробничі ресурси так само можуть бути використані або перекуплені конкурентами компанії на ринку. Тому переваги низького порядку вважаються нестійкими перевагами, які не можуть надовго забезпечити компанії перевагу над конкурентами. До переваг високого порядку прийнято відносити: унікальну продукцію; унікальну технологію; наявність унікальних і висококласних фахівців; хорошу репутацію компанії. В результаті пошуку оптимального співвідношення ресурсів, найбільш прийнятних для використання підприємством, учені та практики розглядають компетенції з різних позицій.

З початку 1990-х років активного розвитку набуває ресурсний підхід в поясненні джерел виникнення конкурентних переваг. У запропонованому Б.Вернерфельтом новому напрямі стратегічного управління зроблено наголос на „корисність аналізу фірми перш за все з точки зору її ресурсів, аніж продуктів” [4, с. 171-180]. В рамках цієї концепції робиться наголос на визначенні умов, при яких фірми володіють конкурентною перевагою в стані економічної рівноваги.

Як зазначає В.Катькало [11], головна ідея ресурсної концепції полягає в тому, що притаманна фірмам неоднорідність може бути стійкою завдяки наявності у них унікальних ресурсів та організаційних здібностей, які водночас є джерелом економічних рент та визначають, у зв'язку з цим, конкурентні переваги конкретних фірм.

Використання ресурсної концепції для підприємств ґрунтується на таких емпіричних узагальненнях:

- існують стабільні системні відмінності в здійсненні контролю за ресурсами, необхідними для реалізації стратегії підприємства;
- відмінності між наборами ресурсів підприємств є наслідком відмінностей в їх господарських результатах;
- підприємства намагаються підвищити або максимізувати ці результати.

Встановлення унікальних ресурсів в якості конкурентних переваг є досить складним питанням, ґрунтовне осмислення якого дає можливість зайняти стійкі конкурентні позиції на ринку, адже ряд підприємств, володіючи майже однаковими ресурсами, займають різні позиції на ринку. Відповідь на ці обставини можливо отримати, використовуючи моделі ресурсного підходу.

Згідно концепції Г.Хемела та К.К.Прахалада [5, с. 79-92], яка отримала назву „ресурсний підхід”, найважливішою компетенцією є знання, що постійно збагачуються в процесі їх застосування і саме в цьому проявляється їх синергетичний ефект. Вони відмічали, що перемагають в конкурентній боротьбі лише ті компанії, які будують свої стратегії не на сьогоднішніх, а на майбутніх ринках. Вони не вивчають, а формують потреби покупців на ще не існуючих продуктах, які лише проектуються або плануються до виробництва. З цієї точки зору джерелами конкурентних переваг є не стільки вдалі інвестиції в привабливі види бізнесу, скільки вміння менеджерів трансформувати розпорошені по окремим бізнес-одинацям технології та виробничі навички в ключові компетенції, які дадуть можливість швидко адаптуватися до мінливого зовнішнього середовища.

Г.Хемел та К.К.Прахалад назвали це інтелектуальним лідерством і запропонували розглядати фірму не як портфель бізнес-одинаць, а як портфель компетенцій. Вміле використання „базових функціональностей продукту” та „ключових компетенцій” вони назвали в якості найголовнішої умови інтелектуального лідерства. У відповідності до термінології, запропонованої цими авторами, для того, щоб компетенції стали ключовими (кореневими), вони повинні задовольняти трьома критеріям: пропонувати покупцям реальні вигоди; неможливість імітування; забезпечувати доступ до багатьох ринків.

Дж.Барні у 1991 році запропонував модель VRIN [6] (Valuable – цінний, Rare - рідкісний, Imperfectly imitable - неідеально відтворений, Non-sustainable незамінний), яка структурована за чотирма основними питаннями, необхідними для аналізу сильних та слабких сторін підприємства в рамках ресурсного підходу. Ця модель відображає взаємозв'язок між тією позицією, яку займає ресурс в матриці і його економічними показниками та категоріями SWOT-аналізу. Згідно моделі

VRIN стійка конкурентна перевага формується шляхом придбання та ефективного використання сукупності унікальних ресурсів, які конкуренти не в змозі скопіювати. В основі конкурентних переваг лежать ключові компетенції, які поєднують внутрішні сильні сторони підприємства зі споживчими вподобаннями. Ключові компетенції забезпечуються знаннями, вміннями та здібностями, що формують нові організаційні можливості підприємства, унікальність продукції і повинні: створювати додаткову цінність для споживачів та зацікавлених сторін; забезпечувати переваги перед спорідненими продуктами; не підлягати копіюванню або імітації в силу своєї унікальності; відкривати нові можливості для підприємства в результаті комбінації нових компетенцій; постійно оновлюватися в динамічних умовах.

Ресурсний підхід використовує такі поняття, як „ресурси”, „здатність”, „ренти”, „рутини”. Поєднання матеріальних та нематеріальних ресурсів компанії – це результат перетворень класичної ресурсної тріади „земля – праця – капітал”. Вперше в сучасній літературі послідовно та чітко категоріальний апарат трактування цієї концепції був сформульований Р.М. Грантом [7]. На його думку ресурси виступають фактором виробничого процесу. Однак ресурси самі по собі не є продуктивними. Для здійснення виробничої діяльності необхідне об’єднання та координація груп ресурсів [8, с.147]. Потенціал групи ресурсів при виконанні певного завдання або діяльності називають „здатність”. Іншими словами ресурси виступають в якості джерела здатності фірми, а здатність є основним джерелом її конкурентної переваги. На думку ученого, здатність сама по собі – це організаційна рутина або набір взаємопов’язаних рутин. Як зазначає учений, організаційні рутини, - це регулярні, передбачувані моделі діяльності, що складаються з послідовних дій індивідів. Ресурси та здатності створюють ренти, тобто доходи компанії від їх використання.

В межах ресурсного трактування теорії конкурентної переваги Р.М. Грант [7], виділяє чотири основні характеристики ресурсів та здатностей, які є особливо важливими детермінантами стійкості конкурентної переваги: довговічність, прозорість, мобільність та здатність до відтворення (рис. 1

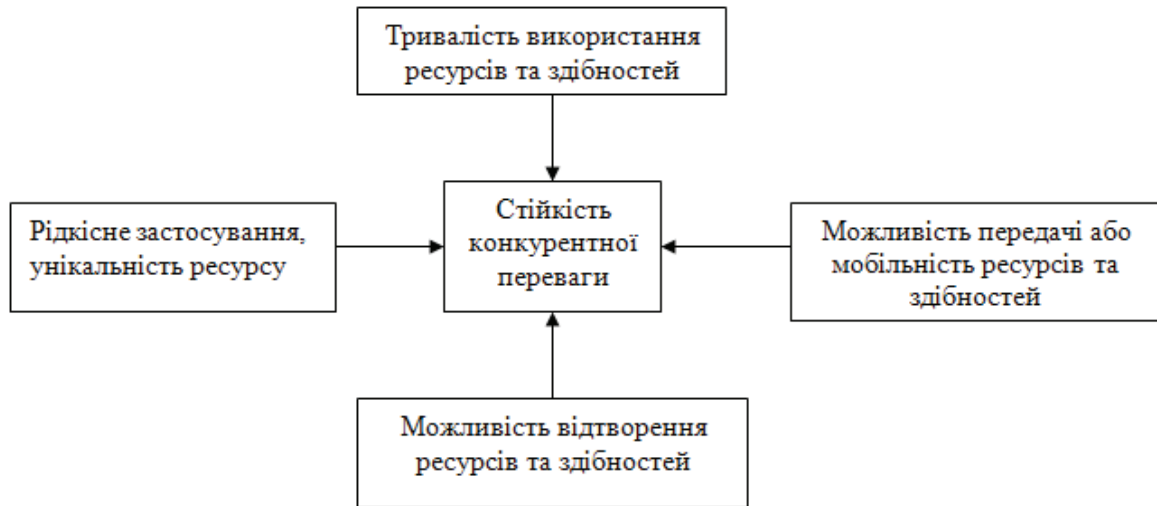


Рис. 1. Стойкість конкурентних переваг.

(Складено за [8, с. 160-164])

Щоб отримати конкурентну перевагу на основі ресурсу чи здатності, необхідно дотримуватися двох умов: унікальності, доцільності. Як зазначає Р.М.Грант, якщо ресурс чи здатність мають широкий доступ всередині галузі, вони можуть стати причиною для конкуренції, але не забезпечать міцної основи для отримання конкурентної переваги. Ресурси і здатності матимуть цінність лише у тому випадку, коли матимуть відношення до конкурентних переваг, іншими словами вони допомагають фірмі створювати цінності для споживачів та виживати в конкурентній боротьбі. Довговічність ресурсів залежить від швидкості знецінення або старіння тих ресурсів та здібностей. Неможливість передачі ресурсів або недосконала мобільність в силу їх унікальності, специфічності забезпечує стійкість конкурентної переваги. А складність відтворення самих ресурсів та здібностей дозволяє підприємству утримувати свою конкурентну перевагу протягом тривалого часу [8, с.160-163].

Таблиця 1. Характеристики ресурсу, які використовуються в якості конкурентної переваги (згідно ресурсного підходу).

Характеристика ресурсу	Дж.Барні, модель VRIN	Р.М.Грант	Д.Дж.Колліз, С.А.Монтгомері
Рідкість			
Цінність			
Складність копіювання			
Можливість компанії скористатися ресурсом, отримати прибуток від його використання			
Швидкість знецінення			
Замінність			
Низька мобільність, складність переміщення між компаніями			

Д.Дж. Колліз та С.А. Монтгомері [9] пропонують перевірити цінність ресурсу за допомогою ринкових тестів стосовно тривалості використання, можливості копіювання, можливості заміни іншим.

Порівняльну характеристику ресурсу, на підставі якого формується стійка конкурентна перевага у відповідності до праць Дж. Барні, Р. М. Гранта, Д. Дж. Колліз, С. А. Монтгомері у рамках ресурсного підходу наведено в таблиці 1.

Д. Дж. Тис, Г. Лизано та Е.Шуен вводять поняття „динамічних здібностей” (dynamic capabilities), які вони визначають як „потенціал фірми в інтегруванні, створенні та реконфігурації внутрішніх та зовнішніх компетенцій для відповідності швидко мінливому середовищі. Динамічні здібності відображають потенціал організації в досягненні нових та інноваційних переваг”. Автори виділяють наступні види динамічних здібностей або „компетенцій”: (1) активи (унікальні технологічні, фінансові, репутаційні ресурси); (2) координаційні / управлінські структури (забезпечують організаційно-специфічні координацію, навчання, реконфігурацію здібностей); (3) траєкторії розвитку (еволюційний шлях, який пройшла організація, як обмежувач можливостей подальшого розвитку) [10, с.162-165].

Порівнявши перераховані моделі, можна зробити висновок про те, що для стійкості конкурентної переваги важливі ресурси, які наділені такими рисами: унікальністю та рідкісністю, низькою мобільністю, довговічністю, неможливістю імітації/заміщення, захищеністю (рис.2).

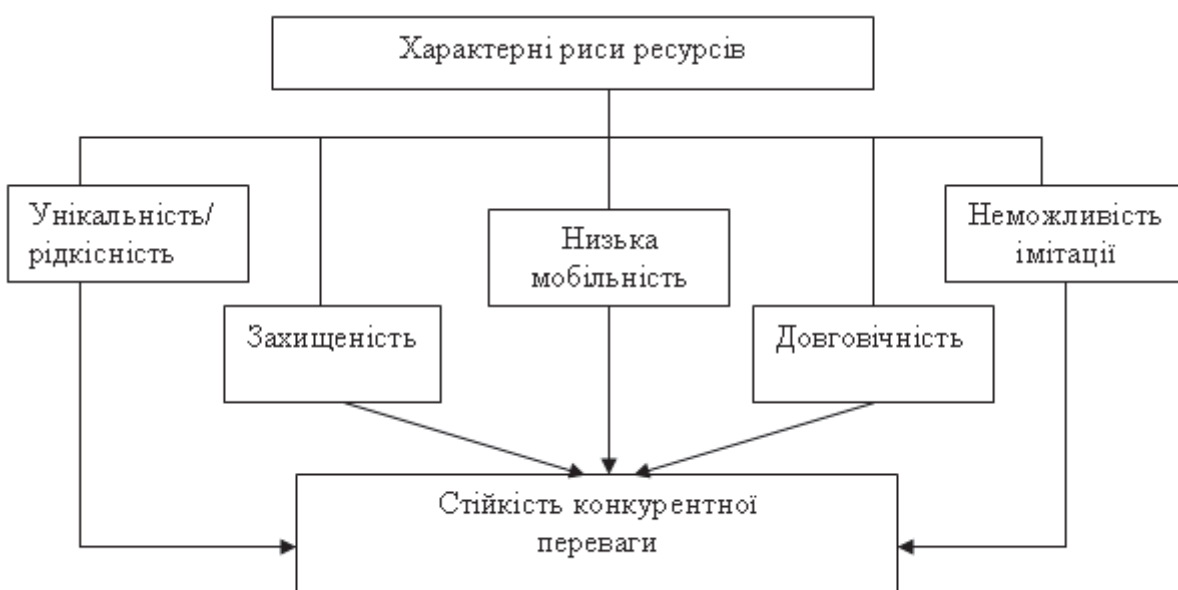


Рис.2. Характерні риси ресурсів, які забезпечують стійкість конкурентної переваги

Висновки. Таким чином, стійкість конкурентної переваги підприємства з точки зору ресурсної концепції залежить від наявності „цінного ресурсу”, якому притаманні недосконала мобільність, довговічність, неможливість імітації/заміщення, непрозорістю та рідкісністю. На наш погляд, не дивлячись на те, що ресурси та здібності є важливим джерелом формування стійких конкурентних переваг для ефективної діяльності, перед більшістю вітчизняних підприємств постає проблема визначення та оцінки унікальних ресурсів з тим, щоб ефективно використати ці результати в розробці стратегії, притаманної лише даному підприємству. Робота в цьому напрямі складає коло подальших досліджень автора.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Ламбен Жан-Жак. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. / Жан-Жак Ламбен. – СПб, 1996. - С. 277.
2. Йеннер Т. Отраслевая структура, рыночная стратегия и успех предприятия // Проблемы теории и практики управления. - 2000. - №3. - С. 81-85
3. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М. Портер – Изд-во: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 654 с.
4. Wernerfelt B. A. Resource –Based View of the Firm // Strategic Management Journal. - 1984. - Vol 5 N 2. - P 171-180.
5. Prahalad C. K. The core competence of the corporation / C. K. Prahalad, G. Hamel // Harvard Business Review. - 1990. - №3(68). - P.79-92
6. Barney J. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage // Journal of Management. - 1991.- Vol. 17. - №1. - P. 99-120.
7. Грант Р. М. Ресурсная концепция конкурентных преимуществ: практические выводы для формулирования стратегии // Вестник СПбГУ. 2003. - Сер.8. - Вып.3. - С. 47-76.
8. Грант Р. М. Современный стратегический анализ / Р.М. Грант.- СПб.: Питер, 2008. – 560 с.
9. Монтгомери С. А. Конкуренция на основе ресурсов: стратегия в 1990-е гг. / С. А. Монтгомери, Д.Дж. Коллиз // Вестник СПбГУ. - 2003.- Сер.8. - Вып.4. - №32. - С.186-208.
10. Тис Д.Дж. Динамические способности фирмы и стратегическое управление / Д. Дж. Тис, Г. Пизано, Е.Шуен // Вестник СПбГУ.- 2003.- Сер.8. - Вып.4. - №32. - С.162-165.
11. Катькало В.С. Место и роль ресурсной концепции в развитии теории стратегического управления // Вестник СПбГУ. – 2003. - Сер.8. Вып.3 - №24. - С.9-10.