

Полякова Я. О., доцент кафедри міжнародної економіки та менеджменту ЗЕД
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

Логіко-семантична структура формування конкурентних переваг підприємства

Конкурентні переваги підприємства є одним із ключових елементів формування конкурентоспроможності в умовах сучасного бізнесу. Поступовий розвиток конкурентоспроможності як економічного явища, що бере свій початок у період відокремлення ремесла від землеробства, а потім торгівлі від виробництва, у сучасному бізнесі характеризується міжгалузевим та інтернаціональними рівнем локалізації [2]. Дедалі більша кількість економічних явищ та процесів залучається до конкурентної боротьби, збільшується ступінь та комплексність впливу конкурентних переваг на розвиток економічних суб'єктів ринку, що потребує детального розгляду семантичної основи та логічно - структурної складової даного поняття .

Питанню формування конкурентних переваг на теоретичному рівні дослідження приділено багато досліджень закордонних вчених. Ф. Селзник сформував поняття „відмітна компетенція”, А Чандлер досліджував взаємозв'язок компетенцій із бізнес-стратегіями підприємства, М. Портер визначив конкурентні стратегії та розглянув вплив зовнішньої складової на розвиток конкурентних переваг та ключових факторів успіху підприємства [1-5]. Подальші дослідження закордонних та вітчизняних вчених були спрямовані на дослідження конкурентних стратегій та конкурентоспроможності підприємства [6-8]

Однак, на наш погляд недостатньо дослідженими є базові сутнісні складові поняття конкурентна перевага підприємства, тому метою даного дослідження є визначення логіко-семантичної структури формування конкурентних переваг підприємства.

Теоретичне обґрунтування поняття конкурентна перевага підприємства вперше проведено представником стратегічної школи дизайну Ф. Селзником, який ввів поняття „відмітна компетенція” як необхідний елемент стратегічного управління підприємством [1, с. 26]. Формуванню відмітної компетенції у відповідності до моделі стратегічного управління дизайн школи є визначені К. Ендрюсом „сильні сторони” підприємства, що ґрунтуються на таких характеристиках як: маркетинг, дослідження та розробки, управлінська інформаційна система, управлінська команда, операції, фінанси, людські ресурси [1, с. 31]. Таким чином, базові елементи сутнісної складової „сильних сторін” К. Ендрюса сконцентровані переважно на внутрішніх процесах підприємства та фінансах і людських ресурсах. Подальший науковий пошук семантичної сутності внутрішніх характеристик підприємства зведено М. Портером до конкретних кількісних та якісних показників з метою проведення СВОТ-аналізу та визначення сутнісної складової запропонованих ним конкурентних стратегій: лідерства по витратам, диференціації та фокусування [1]. На наш погляд недостатнє теоретичне обґрунтування та систематизація базових елементів сильних сторін викликає неточності у розумінні сутності конкурентних переваг та вимагає проведення детального дослідження логіко-семантичної структури формування конкурентних переваг підприємства. На рис. 1 представлено поетапний розвиток характеристик підприємства у конкурентні переваги та надано опис умов трансформації визначених вище елементів.

Наведена структурно-логічна схема дозволяє дійти висновку, що формування конкурентних переваг є стратегічним процесом, оскільки характеризується довгостроковим періодом реалізації. На перших трьох стадіях розвитку конкурентні переваги підприємства локалізуються у внутрішній діяльності підприємства, характеристики вимірюються внутрішніми показниками, проводиться оцінка результуючих показників та їх порівняльний аналіз. При цьому, трансформація сильних сторін підприємства у відмітні компетенції спостерігається у середньостроковій - довгостроковій перспективі

на основі отриманого досвіду. Комплексний вплив умов ведення бізнесу, пошук актуальних методик проведення внутрішнього аналізу, визначення впливових результуючих показників діяльності підприємства та доцільних моделей прийняття управлінських рішень призводить до формування відмітних компетенцій.

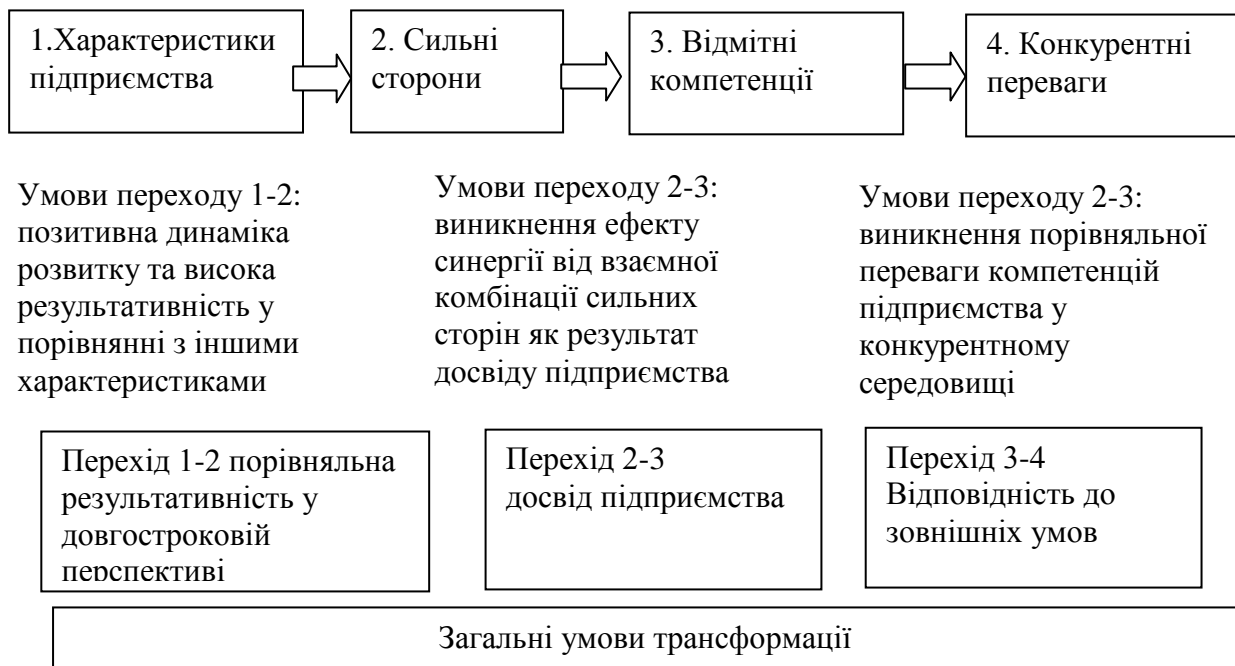


Рис. 1 Логічна структура формування конкурентних переваг підприємства

На заключній стадії формування конкурентних переваг спостерігається переважний вплив зовнішньої складової – ринку, акценти в аналізі внутрішніх характеристик підприємства зміщуються у довгострокову площину з урахуванням відповідності потребам ринку. Конкурентні переваги підприємства розглядаються як складова ринкової стратегії. Подальші дослідження даної сфери питань, проведені Р. Капланом та Д. Нортоном, дозволили визначити чотири перспективи оцінки діяльності підприємства на основі процесного підходу: знання та навчання, фінанси, споживачі та внутрішні процеси []. Згідно розробленої Р. Капланом та Д. Нортоном системи збалансованих показників всі внутрішні процеси підприємства повинні бути спрямовані на удосконалення, розвиток та навчання. Дана концепція визвала

ряд подальших досліджень даної сфери [], однак слід відзначити, що дана концепція використовує як і К. Ендрюс внутрішні процеси, фінанси як ресурс, знання як інформаційний фактор виробництва та зовнішню складову у вигляді споживачів, яка не може характеризувати конкурентні переваги підприємства. Таким чином, проведені дослідження подальші дослідження семантичної структури конкурентних переваг підприємства потрібно проводити у площині факторів виробництва та внутрішніх процесів підприємства, які за умов поєднання із досвідом та порівняльною перевагою у конкурентному середовищі дозволять підприємству ефективно конкурувати на ринку.

Визначена логіка процесу формування конкурентних переваг підприємства потребує подальшого детального дослідження семантичних характеристик визначених стадійних елементів.

Згідно із загальним визначенням, характеристика є сукупністю отличительних свойств, які у свою чергу є сутнісною невід'ємною ознакою що складає сутність субстанції (підприємства), її фундаментальне свойство, як необхідне для існування [слов]. При цьому доцільним є подальший розподіл семантичної структури характеристик підприємства на ті, що мають субстанційну та акциденційну основу у зв'язку із різним ступенем впливу на процес формування сильних сторін та конкурентних переваг підприємства. Субстанційні характеристики підприємства – це ті, що існують в економічній діяльності підприємства самостійно, самі по собі, не знаходячи вираження через інше, без них неможливе існування підприємства. Акциденційні характеристики підприємства є свойствами сутності, які можуть бути відсутніми або змінюватись, що в цілому не вплине на існування підприємства, воно не перестане бути тим, що воно є. Наглядна демонстрація вказаної тези представлена на рис. 2.

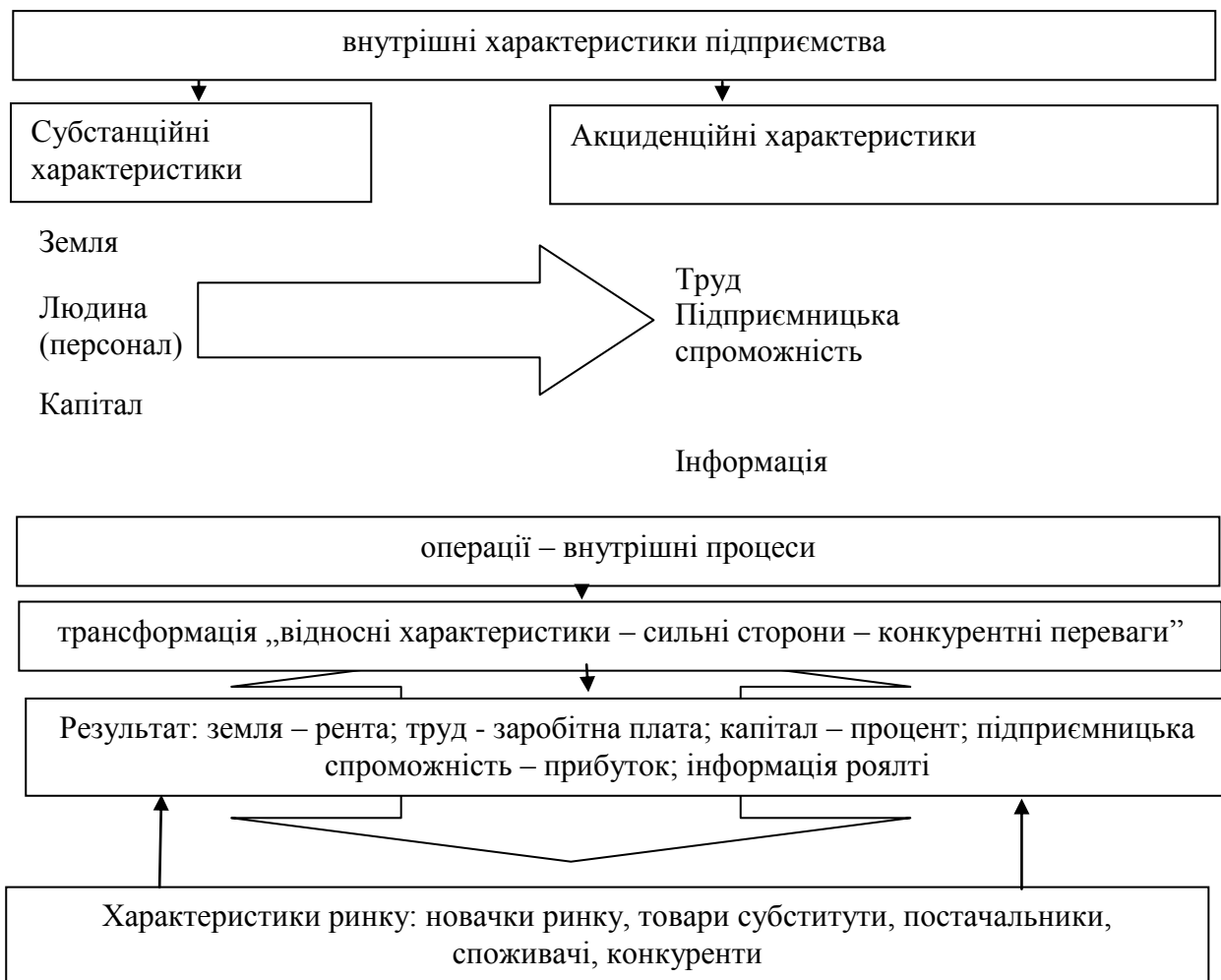


Рис. 2. Семантична структурно-логічна схема формування конкурентних переваг підприємства

Існування підприємства та здійснення його економічної діяльності тісно пов'язане із концепцією факторів виробництва, на базі якої пропонується провести розподіл характеристик підприємства на субстанційні та акциденційні. Виникнення підприємства на самому елементарному рівні існування неможливе без такого фактору виробництва як земля, що розглядається як місце знаходження суб'єкту економічної діяльності, капіталу у якості уставного фонду або матеріальних засобів, для сплати державних платежів, пов'язаних із реєстрацією підприємства та людини, через особистісні спроможності та дії якої проявляють себе такі фактори виробництва як: труд та підприємницька спроможність, які вже необхідно віднести до акциденційних характеристик підприємства, оскільки вони не можуть існувати самі по собі без

їх носія (людини). Інформація як фактор виробництва проявляє себе опосередковано через взаємодію всіх вище перерахованих характеристик підприємства і є складаючим елементом всіх внутрішніх операцій і процесів, тому теж є акциденційною характеристикою підприємства. Таким чином, на базі перерахованих факторів виробництва формуються отличительні характеристики, що за критеріями синергії та ступенем впливу на результуючі показники діяльності підприємства переходять до сильних сторін. Подальша трансформація сильних сторін у конкурентні переваги підприємства відбувається під впливом зовнішніх характеристик ринку, коли ступень вираження сильної сторони та її потенціал створення синергетичного ефекту позитивно проявляє себе у конкурентному середовищі та дозволяє підприємству придбати відносні або абсолютні переваги у порівнянні з іншими учасниками економічних відносин. Визначений розподіл характеристик підприємства за семантичною складовою підтверджує, що основну увагу у питаннях формування конкурентних переваг, а в подальшому конкурентоспроможності підприємства, слід зосередити на таких факторах виробництва як: земля та капітал. Окремої уваги заслуговує розвиток, підвищення досвіду та компетентності персоналу підприємства як носія таких факторів виробництва як труд і підприємницька спроможність. Тому формування конкурентних переваг підприємства у сфері інформації, труда та підприємницької спроможності є опосередкованим та проявляється як результат взаємодії та трансформації субстанційних характеристик підприємства

Таким чином, на основі проведеного дослідження удосконалена сутність логіко-семантичної структури формування конкурентних переваг підприємства на основі концепції факторів виробництва за ступенем їх субстанційної або акциденційної сутності прояву, що дозволяє акцентувати управлінські дії та підвищити результативність управлінських рішень з пошуку базисних основ формування конкурентоспроможності.

1. Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Д. Школы стратегий. СПб: Питер, 2000. – 330с.
2. Большой эк. словарь
3. М. Портер. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран: пер с англ.. / М. Портер – М. Международные отношения, - 1993. – 896с.
4. Юданов, А.Ю. Конкуренция: теория и практика: учеб.-практ. пособие / А.Ю. Юданов. — М.: Гном и Д, 2007. — 142 с
5. Портер, М.Е. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / М.Е. Портер; пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. — 454 с.
6. Піддубний

Лукьяненко, А.А. Разработка комплексной методики обоснования эффективной стратегии предприятия при выходе на внешний рынок / А.А. Лукьяненко, М.Л. Мацко // Актуальные проблемы науки XXI века [Электрон. ресурс]. – 2013. – №1. – Режим доступа : <http://elibrary.miu.by/journals!/item.science-xxi/issue.2/article.13.html>.

7. Нортон КАплан
8. Результативность