

ДЖЕРЕЛА ТА ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних економічних умовах нагальною проблемою залишається низька конкурентоспроможність української продукції і підприємств в цілому, також слід враховувати, що проблеми функціонування та розвитку вітчизняних підприємств загострилися з уповільненням зростання компаній внаслідок насичення ринків і посилення інтенсивності конкуренції на них. Все це зумовлює необхідність пошуку шляхів створення стійких конкурентних переваг.

Проблемами формування конкурентних переваг і конкурентоспроможності на різних рівнях економічної системи присвячені праці зарубіжних та вітчизняних вчених. Однак дану проблему не можна вважати до кінця вирішеною, оскільки недостатньо дослідженими залишаються питання, пов'язані з визначенням сутності як безпосередньо конкурентних переваг підприємства, так і джерел та чинників, які використовуються для їх створення.

Мета роботи полягає у дослідженні підходів до визначення сутності чинників та джерел формування конкурентних переваг підприємства та уточненні їх співвідношення на основі узагальнення наукової літератури.

У науковій літературі є різні підходи щодо співвідношення понять «конкурентна перевага» та «чинник конкурентної переваги». Так, деякі автори [1, 2, 3] ототожнюють дані поняття, розглядаючи чинник як результат діяльності підприємства зі створення конкурентної переваги.

Прихильники іншого підходу вважають, що чинники конкурентних переваг підприємства являють собою умови, як матеріальні, так і нематеріальні, що необхідні для формування і розвитку конкурентних переваг у виробничому

процесі підприємства, а також у країні його базування [4, 5]. У залежності від конкретних параметрів цих факторів підприємство може мати або сприятливі або несприятливі умови виробництва для створення і підтримки конкурентної переваги [6, с. 89]. Саме системний аналіз детермінуючих факторів внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства є передумовами формування і розвитку конкурентних переваг підприємства [4].

По-друге, серед вчених немає єдиного розуміння понять «джерело» та «чинник» конкурентної переваги. Деякі науковці уподібнюють ці поняття. Г. Л. Азоєв та О. П. Челенков пропонують класифікацію конкурентних переваг виділяючи в якості одного з основних критеріїв – характер джерела, розуміючи при цьому, що конкурентні переваги можуть бути засновані на економічних, технічних, структурних і т.д. чинниках, тобто по суті ототожнюють джерела та чинники конкурентних переваг [7, с. 49]. М. В. Селюков, Н. П. Шалигіна, І. В. Савенкова відзначають, що в пошуку джерел конкурентних переваг пріоритет віддається зовнішнім або внутрішнім чинникам залежно від підходу, який використовується для формування конкурентних переваг (ринкового чи ресурсного) [8]. На думку Ж.-Ж. Ламбена відносна перевага конкурента може бути результатом різних чинників, при цьому науковець розглядає їх як основу формування конкурентної переваги. У загальному випадку ці чинники можна поділити на три категорії відповідно до природи конкурентної переваги, яку вони забезпечують, тобто основою (джерелом) створення конкурентної переваги може бути якість, витрати, ключові компетенції [9, с. 369]. Є. А. Бройдо вважає, що будь-який фактор, який вносить свій внесок в існування, і / або розширення цих відмінностей може служити джерелом конкурентної переваги [10].

Такий підхід, коли і чинник і джерело сприймають як основу створення конкурентної переваги є достатньо розповсюдженим серед науковців. Але на думку автора дослідження, ці поняття не можна сприймати як синоніми. Кожен чинник конкурентної переваги має вагоме значення в досягненні конкурентоспроможності підприємства. Але конкурентоспроможність є

результатом не однієї конкурентної переваги, а їх комплексу. Отже, на думку автора дослідження, слід чітко розмежовувати поняття «джерело конкурентної переваги», «чинник конкурентної переваги» та «конкурентна перевага».

З точки зору загального розуміння, джерело – це початкове походження будь-чого, тоді як чинник – це причина, рушійна сила будь-якого процесу, що визначає його характер або окремі риси. Тобто результатом впливу чинників (зовнішніх та внутрішніх) є безпосередньо конкурентна перевага, а її джерело, на думку автора, це вихідна ідея, задум, реалізація якої за умови використання певних внутрішніх та зовнішніх чинників впливу забезпечує підприємству перевагу над конкурентами та стійкі конкурентні позиції.

Взаємозв'язок джерел та чинників конкурентної переваги підприємства по суті відображає процес формування конкурентної переваги, який має починатися з вибору основної ідеї її створення, тобто з визначення джерела. Дослідження показали, що перелік джерел створення конкурентної переваги достатньо великий та різноманітний, але, перш ніж розгортати роботу щодо формування конкурентних переваг на їх основі, підприємства мають визначити, наскільки реальним є використання того чи іншого джерела.

Таким чином, у роботі було досліджено підходи до визначення сутності чинників та джерел формування конкурентних переваг, а також взаємозв'язку даних понять між собою. За результатами дослідження можна виділити два підходи до визначення сутності поняття «чинники конкурентних переваг», прихильники яких розглядають це поняття, по-перше, як чинник впливу, що може сприяти створенню конкурентної переваги, по-друге, як безпосередньо конкурентну перевагу, тобто характеристику, за якою підприємство випереджає своїх конкурентів. Автором запропоновано визначення поняття «джерело конкурентної переваги» та власне бачення взаємозв'язку джерел, чинників та безпосередньо конкурентних переваг, як результату цілеспрямованого процесу їх формування.

Перелік використаних джерел

1. Управління конкурентоспроможністю підприємства: Навч. посіб. / С. М. Клименко, Т. В. Омеляненко, Д. О. Барабань, О. С. Дуброва, А. В. Вакуленко. – К.: КНЕУ, 2008. – 520 с.
2. Портер М. Конкуренция / Майкл Е. Портер; Пер. с англ. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2005. – 608 с.
3. Стратегія підприємства : підручник / Ю. Б. Іванов, О. М. Тищенко, Т. М. Чечетова-Терашвілі, О. В. Євенко. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2009. – 560 с.
4. Чорна М. В. Трансформація підходів до визначення джерел формування конкурентних переваг підприємства / М. В. Чорна // Вісник економічної науки України. – 2009. – № 1(15). – С. 184-186.
5. Стратегія підприємства: адаптація організацій до впливу світових суспільно-економічних процесів : монографія / [А. П. Наливайко, Т. І. Решетняк, Н. М. Євдокимова та ін. ; за ред. д-ра екон. наук, проф. А. П. Наливайка]. – К. : КНЕУ, 2013. – 454 с.
6. Экономическая стратегия фирмы: учеб. пособ. / Под ред. А. П. Градова. – СПб. : Спец.-Лит., 2000. – 589 с.
7. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы : учеб. пособ. / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. – М. : ОАО «Типография «НОВОСТИ», 2000. – 255 с.
8. Селюков М. В. Инструментарий поиска источников конкурентных преимуществ торговых организаций / М. В. Селюков, Н. П. Шалыгина, И. В. Савенкова // Современные проблемы науки и образования. – 2011. – № 5. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.science-education.ru/99-4908>
9. Ламбен Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок / Перев. с англ. под ред. В. Б. Колчанова. – СПб. : Питер, 2007. – 800 с.
10. Бройдо Е. А. Формирование конкурентных преимуществ компании путем развития инновационных возможностей / Е. А. Бройдо. Автореферат дис. канд. наук: 08.00.05. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dissercat.com/content/formirovanie-konkurentnykh-preimushchestv-kompanii-putem-razvitiya-innovatsionnykh-vozmozhno>