

МІНІСТЕРСТВО ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ГВАРДІЇ УКРАЇНИ

ФАКУЛЬТЕТ ЛОГІСТИКИ

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ
ОРГАНІЗАЦІЇ ТА УПРАВЛІННЯ
ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ
У СУЧАСНИХ УМОВАХ
ГОСПОДАРЮВАННЯ**

**електронне видання
Збірник тез доповідей**

**ДЕСЯТА МІЖВУЗІВСЬКА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА
КОНФЕРЕНЦІЯ**



*26 листопада 2020 року
м. Харків*

УДК 656.2

Оргкомітет конференції

Голова оргкомітету:

Перший заступник начальника Національної академії Національної гвардії України з навчально-методичної роботи, генерал-майор, доктор технічних наук, професор, заслужений працівник освіти України **Морозов О.О.**

Заступники голови оргкомітету:

Начальник факультету логістики Національної академії Національної гвардії України, полковник, кандидат військових наук, старший науковий співробітник, полковник **Єманов В.В.**

Завідувач кафедри менеджменту та військового господарства Національної академії Національної гвардії України, кандидат економічних наук, доцент **Черкашина М.В.**

Члени оргкомітету:

Професор кафедри менеджменту та військового господарства Національної академії Національної гвардії України, доктор філософії економічного напрямку, доцент, Заслужений працівник освіти України **Науменко М.О.**

Професор кафедри менеджменту та військового господарства Національної академії Національної гвардії України, доктор економічних наук, доцент **Фісун К.А.**

Старший викладач кафедри менеджменту та військового господарства Національної академії Національної гвардії України **Герасименко В.М.**

Відповідальний секретар оргкомітет

Завідувач лабораторії кафедри менеджменту та військового господарства Національної академії Національної гвардії України **Бабіч Л.В.**

Адреси оргкомітету: 61001, м. Харків, майдан захисників України, 3, Національна академія Національної гвардії України, факультет логістики.

Телефон: 057- 739-26-32, електронна адреса: kafedra_10@ukr.net.

Доповіді відтворені безпосередньо з авторських оригіналів. За достовірність представлених результатів відповідальність несуть автори.

Друкується за рішенням Вченої ради Національної академії Національної гвардії України. Протокол № 29 від 25.11.2020 р.
(<http://nangu.edu.ua>).

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

УДК 339.13

Пасько М.І.,

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту, логістики та економіки

Серікова О.М.

здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня
Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця

Джерела формування конкурентних переваг підприємства

Актуальність. Успішне функціонування вітчизняних промислових підприємств у складному, динамічному і невизначеному середовищі вимагає від них мобілізації зусиль з адаптації, гнучкості системи управління і виробничої системи, повного й комплексного використання власних конкурентних переваг. Це обумовлює необхідність визначення повного кола наявних та можливих джерел формування конкурентних переваг задля забезпечення синергетичного ефекту у процесі їх практичної реалізації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження теоретичних проблем конкурентоспроможності та конкурентних переваг підприємств здійснили такі вчені, як М. Портер, Г. Азоев, Ю. Іванов, А. Градов, П. Забелін, М. Книш, Р. Фатхутдинов, А. Юданов та ін. В той же час, питання змістовної характеристики конкурентних переваг підприємства розроблено недостатньо повно, і за сучасних умов підвищення інтенсивності конкурентної боротьби вони вимагають уточнення та розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Особливе значення, з точки зору забезпечення високих фінансових результатів і стійкої конкурентної позиції, набуває створення та ефективна реалізація нових і підтримка існуючих конкурентних переваг підприємства, які власне й забезпечують його конкурентоспроможність.

Під конкурентною перевагою слід розуміти відмінності підприємства в деяких або в усіх видах діяльності, які забезпечують підвищення соціально-економічної ефективності в короткостроковому періоді й виживання в довгостроковому за рахунок пошуку нових можливостей і швидкої адаптації до навколишнього середовища та умов боротьби з іншими конкурентами.

На сьогоднішній день виділяють три концепції, що визначають головні джерела формування конкурентної переваги підприємства в сучасних умовах господарювання: інституційна, ринкова та ресурсна.

Інституційна концепція ґрунтується на тому, що здатність підприємства адаптуватися до бізнес-середовища, інтегруватися в інформаційне поле і систему ринкових зв'язків є джерелом конкурентної переваги є.

У контексті ринкової концепції ефективність підприємства в конкурентній боротьбі залежить від специфіки галузі, виду і масштабу конкуренції, а також від поведінки самого підприємства на ринку.

Ресурсна концепція базується на точці зору, що джерелом конкурентної

переваги підприємства є виняткове поєднання її ресурсів, як матеріальних, так і нематеріальних, а також управління ними. Отже джерелом конкурентних переваг є унікальне поєднання оригінальних і особливих видів ресурсів, що складно копіювати [1].

У науковій літературі виділяються різні думки щодо джерел створення конкурентних переваг підприємства.

Так, Ж. Ламбен визначає три групи джерел формування конкурентних переваг підприємства: якість продукції, витрати виробництва, ключові компетенції [2].

У роботі [3] джерелами виникнення відмінних можливостей підприємства можуть бути наступні фактори: структура як унікальна мережа внутрішніх і зовнішніх зв'язків організації, що забезпечує їй високоєфективну діяльність; репутація, в основі якої лежить кілька джерел, включаючи якість продукту, його характеристики, дизайн, обслуговування тощо; інновації, тобто здатність компанії випереджати суперників і утримувати лідерство залежить від її досягнень в сфері наукових досліджень, проектування, нових розробок і маркетингової політики; стратегічні активи – такі резерви, як природна монополія, патенти і авторські права, що обмежують конкуренцію, також сприяють придбанню конкурентної переваги.

До найбільш типових джерел створення конкурентних переваг можна віднести: нові технології; зміни структури і вартості окремих елементів у технологічному ланцюжку виробництва і реалізації товару; нові запити споживачів; поява нового сегмента ринку; зміни правил гри на ринку [4]. В якості особливого джерела вчені виділяють інформацію про власний бізнес, а також професійні навички, що дають можливість отримати і обробити таку інформацію таким чином, що результатом стає конкретна конкурентна перевага.

Висновок. Кожна конкурентна перевага має свій ресурс, тому ринкові позиції компанії визначаються кількістю конкурентних переваг, їх значимістю і тривалістю життєвого циклу конкурентної переваги. Чим більша кількість унікальних, важкодоступних для відтворення конкурентних переваг і чим довша тривалість їх життєвого циклу, тим міцніші стратегічні позиції компанії.

Література

1. Селезнєва Г.О. Конкурентні переваги підприємства: джерела та чинники формування. Глобальні та національні проблеми економіки, 2017. Вип. 15. С. 311-316. URL: <http://global-national.in.ua/issue-15-2017/23-vipusk-15-lyutij-2017-r/2782-seleznova-g-o-konkurentni-perevagi-pidpriemstva-dzherela-ta-chinniki-formuvannya> (дата звернення 05.11.2020)
2. Ламбен Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок / пер. с англ. В.Б. Колчанова. Санкт-Петербург, Питер, 2007. 800 с.
3. Кэмпбел Д., Стоунхаус Дж., Хьюстон Б. Стратегический менеджмент / пер. с англ. Н.И. Алмазовой. Москва : ООО «Издательство «Проспект», 2003. 336 с.
4. Василенко В.О., Ткаченко Т.І. Стратегічне управління підприємством: навч. посіб. 2-ге вид., виправл. і доп. Київ : Центр навчальної літератури, 2004. 400 с..