

Теоретичні підходи до розкриття сутності та змісту поняття конкурентних переваг підприємства

Причепа І. В., к.е.н.

Стелюк К. О.

Вінницький національний технічний університет

Вступ. В умовах загострення конкуренції на глобальному та вітчизняному ринках основною рушійною силою розвитку підприємства є його конкурентні переваги. Вони формуються тоді і там, де існує і розвивається конкурентна боротьба, яка спонукає учасників ринку поряд із задоволенням власних інтересів сприяти науково-технічному та суспільному прогресу, що, в свою чергу, забезпечує розвиток економіки.

Проблемам визначення сутності та змісту поняття конкурентних переваг присвячено роботи численних вітчизняних та зарубіжних дослідників. Варто відзначити наукові праці таких вчених-економістів, як Г. Л. Азоева, А. В. Войчака, І. Ф. Коломійця, Ф. Котлера, Ю. Б. Іванова, М. Портера, К. Макконелла, Л. П. Стеціва, Т. Б. Харченко, А. Челенкова, Е. Чемберліна, Г. Р. Чупик, Й. Шумпетера та ін. Незважаючи на суттєві наукові результати, отримані дослідниками в цій сфері, поняття конкурентних переваг і надалі потребує уточнення.

Постановка завдання. Аналізуючи накопичені в економічній науці знання, важливо дослідити змістовну сутність поняття конкурентних переваг та з'ясувати їх значення для розвитку підприємств за сучасних умов.

Метою статті є дослідження існуючих підходів до трактування поняття «конкурентні переваги» та уточнення даної дефініції в системі економічних понять.

Результати. Конкурентні переваги часто ототожнюються з можливостями підприємства більш ефективно розпоряджатися наявними ресурсами, тобто його конкурентоспроможністю, яка, в свою чергу,

виявляється лише в умовах конкуренції [1-3]. Конкуренція проявляється в економічній боротьбі, в суперництві між відокремленими виробниками продукції (робіт, послуг) щодо задоволення своїх інтересів, пов'язаних із продажем цієї продукції (виконанням робіт, наданням послуг) одним і тим же споживачам [2].

Конкурентні переваги є основою забезпечення конкурентоспроможності підприємства, сутність якої в економічній літературі найчастіше пояснюється здатністю випереджати конкурентів у досягненні стратегічних цілей. Конкурентоспроможність підприємства забезпечується за рахунок формування та утримання сукупності переваг на певному ринку по відношенню до конкурентів. Це свідчить про існування причинно-наслідкового зв'язку між поняттями «конкурентоспроможність» та «конкурентні переваги», а саме: перше поняття є результатом формування останнього. Однак лише наявність конкурентних переваг ще не забезпечує підприємству стійкої переваги на ринку. Формування та розвиток конкурентоспроможності підприємства передбачає складну взаємодію її базових елементів та певної комбінації соціально-економічних і правових факторів внутрішнього та зовнішнього середовища.

Важливим завданням в процесі розробки теоретичних засад конкурентоспроможності є дослідження та уточнення змістовного наповнення поняття конкурентних переваг. В науковій літературі існують різні підходи до трактування поняття «конкурентні переваги». Систематизувавши проаналізовану інформацію, їх можна узагальнити за такими напрямками [4-5]:

1. Ресурсний підхід (А. Градов, Б. Карлоф, Б. Маркова, М. Портер та ін.), який орієнтований на ефективне використання окремих видів ресурсів (земельних, матеріальних, трудових та ін.). Підприємство може формувати та утримувати конкурентні переваги лише за рахунок того, що буде ефективно використовувати наявні і формувати потенційні джерела ресурсів на стратегічній основі розвитку. Відомо, що кожне підприємство вирізняється власним специфічним ресурсним набором, який і дає можливість визначати

його прибутковість, стійкість функціонування, конкурентну позицію на ринку та передумови розвитку.

2. Ціннісно-компетентісний підхід (Ж.-Ж. Ламбен, В. Оберемчук, Н. Тарнавська, Р. Фатхудінов, А. Шегда та ін.), який полягає у дослідженні сутності конкурентних переваг з точки зору можливостей використання актуальних і перспективних компетенцій або ексклюзивних цінностей підприємства, які дають змогу йому формувати та розвивати конкурентні переваги, а також стратегічні напрямки забезпечення відповідного конкурентного статусу на ринку.

3. Компаративний підхід (Г. Азоев, А. Вовчак, М. Книш, Н. Куденко, Ю. Рубін, А. Шевченко та ін.), що передбачає пошук можливостей випередження своїх конкурентів, оскільки сама конкурентна перевага має порівняльний характер і піддається оцінюванню лише шляхом зіставлення певних характеристик різних підприємств. Це надає загальне уявлення про здатність підприємства успішно конкурувати на визначеному ринку.

Проведений аналіз показав, що підходи до трактування поняття конкурентних переваг є досить різноманітними та не існує однозначного бачення його змістовного наповнення. Однак у своїй сукупності погляди науковців на сутність конкурентних переваг є взаємодоповнюючими. Варто зауважити, що на практиці при формуванні конкурентних переваг підприємства важливо враховувати всі можливості для їх розвитку, які впливають саме із розуміння сутнісних характеристик поняття. Акцентування уваги лише на одному напрямку формування та розвитку конкурентних переваг обмежує можливості підприємства у першочерговому лідерстві на конкурентному ринку.

Підсумовуючи результати проведеного дослідження, під конкурентними перевагами слід розуміти особливі характеристики підприємства як соціально-економічної системи, що дозволяють перевершити можливості конкурентів у досягненні поставлених цілей за рахунок оптимального розподілу та використання ресурсів і компетенцій. Конкурентні переваги забезпечують

підприємству ефективного функціонування в поточному та розвитку в довгостроковому періодах. При формуванні конкурентних переваг важливо визначити, які можливості підприємству слід розвивати, а які оптимізувати, щоб забезпечити високий рівень конкурентоспроможності на ринку.

Висновки. Результати дослідження показали, що в економічній літературі немає єдиного підходу до визначення змісту поняття «конкурентні переваги». Але однозначно можна вказати на важливу роль конкурентних переваг у стимулюванні чесної конкуренції, зміцненні конкурентних позицій вітчизняних підприємств на внутрішніх і зовнішніх ринках. Конкурентна перевага є результатом ініціативної діяльності суб'єкта господарювання, що визначає рівень його конкурентоспроможності завдяки особливостям та унікальності продукції, техніки та технологій, методів організації виробництва та збуту.

Література

1. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. – М. : ОАО «Типография «НОВОСТИ», 2000. – 256 с.
2. Портер М. Международная конкуренция / Майкл Портер; пер. с англ.; под. ред. и с предисловием В. Д. Щетинина. – М. : Международные отношения, 1993. – 896 с.
3. Стовбан Ю. Т. Конкурентні переваги підприємства як необхідна умова виходу економіки України з тіні / Ю. Т. Стовбан // Актуальні проблеми розвитку регіону. – 2009. – В-5, Т.1. – С. 100-107.
4. Стеців Л. П. Конкурентні переваги : підходи до трактування та їх відмінності / Л. П. Стеців // Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.-техн. праць. – Львів : РВВ НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19.12. – С. 263-270.
5. Нагірна Л. В. Теоретико-методологічні підходи формування конкурентних переваг підприємства / Л. В. Нагірна // Економіка : проблеми теорії та практики : зб. наук. праць. – Вип. 251 : В V т. – Т. IV. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2009. – С. 881 – 888.