

Юрій Вікторович ГОНЧАРОВ

доктор економічних наук, професор,
Київський національний університет технологій та дизайну
E-mail: goncharov_yv@ukr.net

Олена Петрівна КУППЕР

Київський національний університет технологій та дизайну
E-mail: ekupper@ukr.net

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМИ ПЕРЕВАГАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Гончаров, Ю. В. Управління конкурентними перевагами підприємства [Текст] / Юрій Вікторович Гончаров, Олена Петрівна Куппер // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: О. В. Ярошук (голов. ред.) та ін. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2017. – Том 27. – № 1. – С. 178-181. – ISSN 1993-0259.

Анотація

В умовах сучасної конкуренції досягти, а тим більше зберегти здобуті ринкові позиції надзвичайно складно. Конкурентні переваги є однією з найважливіших категорій ринкової економіки, які характеризують здатність підприємства вчасно та ефективно адаптуватися до умов зовнішнього ринкового середовища, що швидко змінюється, протистояти кризовим явищам в економіці, виживати та розвиватися.

У статті аналізується сутність понять «конкурентоспроможність» і «конкурентна перевага». Аналізуються основні підходи до управління конкурентоспроможністю підприємства в сучасних умовах. Розглянуто «Концептуальну модель формування стійких конкурентних переваг» І. О. Кузнецова, яка демонструє, що стійкі конкурентні переваги формуються на перетині використання зовнішніх можливостей та внутрішніх унікальних властивостей підприємства, виражених відповідно через галузеві фактори успіху та ключові здібності організації. У статті розглянуто види конкурентних переваг за формами виникнення та вияву (зовнішні та внутрішні). Зроблено висновок, що головною потребою сучасного управління конкурентоспроможністю підприємства є наукове обґрунтування стратегічних конкурентних переваг, а також утримання досягнутих позицій протягом тривалого часу.

Ключові слова: конкурентоспроможність; конкуренція; конкурентна перевага; стратегія; дослідження.

Yuriy Victorovich GONCHAROV

Doctor of Sciences (Economics),
Professor,
Kyiv National University of Technologies and Design
E-mail: goncharov_yv@ukr.net

Olena Petrivna KUPPER

Kyiv National University of Technologies and Design
E-mail: ekupper@ukr.net

MANAGEMENT OF ENTERPRISE COMPETITIVE ADVANTAGES

Abstract

In conditions of current competition it is extremely difficult to retain market positions which were acquired. Achievement of competitive advantage by the enterprise is one of the most important categories of market economy. It can characterize the company's ability to timely and efficiently adapt to the conditions of external market environment that can rapidly change, to resist the economic crisis phenomena, to survive and develop. The essence of the concepts "competitiveness" and "competitive advantage" are considered in the article. The definition of "competitive enterprise" is proposed. The main approaches to the management of enterprise competitiveness in the modern world are analysed. In the article the "Conceptual model of sustainable competitive advantage" by IA

© Юрій Вікторович Гончаров, Олена Петрівна Куппер, 2017

Kuznetsov is shown. This model demonstrates that sustainable competitive advantages are formed at the intersection of using external and internal opportunities of unique properties of enterprise. These properties are expressed through industry success factors and key capabilities of the organization. The article examines the types of competitive advantages according to the forms of origin and manifestation (internal and external). It is concluded that the main demand of modern enterprise management competitiveness is the scientific study of strategic competitive advantages and maintaining the achieved position for a long time.

Keywords: competitiveness; competition; competitive advantage; strategy; research.

JEL classification: L53

Вступ

В умовах сучасної конкуренції досягти, а тим більше зберегти здобуті ринкові позиції надзвичайно складно. Визначення власного місця у конкурентному середовищі і успішне функціонування в ньому є одним із найважливіших кроків в управлінні конкурентними перевагами.

Досягнення підприємством переконливих конкурентних переваг є одними з найважливіших категорій ринкової економіки, які характеризують здатність підприємства вчасно та ефективно адаптуватися до умов зовнішнього ринкового середовища, що швидко змінюються, протистояти кризовим явищам в економіці, виживати та розвиватися.

Мета статті

Метою статті є дослідження теоретичних та методологічних підходів до сутності забезпечення конкурентних переваг підприємств в умовах ринкового господарювання.

Виклад основного матеріалу дослідження

Конкурентоспроможність підприємства є складним та неоднозначним поняттям. У сучасній науково-методичній літературі наводиться багато визначень конкурентоспроможності підприємства, однак єдиного трактування цього поняття досі не існує. Теоретичні та практичні аспекти визначення конкурентоспроможності підприємства відображені у роботах таких учених, як А. Е. Воронкова, І. М. Злидень, І. В. Крючкова та ін.

А. Е. Воронкова визначає конкурентоспроможність підприємства як «сукупність виробничо-фінансових, інтелектуальних і трудових можливостей підприємства, які забезпечують йому конкурентні переваги на ринку» [1]; І. В. Крючкова стверджує, що конкурентоспроможність підприємства – це «сукупність таких можливостей підприємства, які забезпечують йому стійкі позиції на ринку» [2]; а І. М. Злидень розуміє її як «систематизований комплекс взаємоузгоджених можливостей і ресурсів внутрішнього середовища підприємства, що забезпечує отримання конкурентних переваг в умовах змінюваного зовнішнього середовища та обмежених ресурсів, сприяє досягненню поставлених конкурентних цілей та при раціональному використанні забезпечує підприємству високий конкурентний статус» [3].

Збільшення конкурентоспроможності потрібно розглядати як довготерміновий послідовний процес пошуку й реалізації управлінських рішень у всіх сферах діяльності підприємства, здійснюваних планомірно, відповідно до обраної стратегії довготермінового розвитку, із урахуванням змін у зовнішньому середовищі та стану самого підприємства і внесенням відповідних корегувань.

Головними завданнями вирішення проблеми збільшення конкурентоспроможності підприємства є:

- визначення критеріїв конкурентоспроможності й формування системи показників її оцінки та вимірювання;
- розроблення методів оцінки рівня конкурентоспроможності;
- розроблення методів формування алгоритмів збільшення конкурентоспроможності.

Конкурентні переваги – це сукупність ключових, відмінних від суперників чинників успіху, які сприяють забезпеченню підприємству стійкої конкурентної позиції лідера на ринку на певний період [4].

Для формування визначення категорій «конкурентна перевага» та «забезпечення конкурентних переваг підприємств» необхідно систематизувати підходи до визначення поняття «конкуренція», адже «...конкурентные преимущества неразрывно связаны с конкуренцией. Они возникают тогда и там, где возникает и развивается конкуренция» [5]. Слід зазначити, що з моменту виникнення поняття конкуренції до сьогодення воно значною мірою зазнало суттєвих змін, навіть у сучасній економічній теорії вчені не мають єдиного визначення цього поняття. Засновником теорії конкуренції вважається відомий економіст Адам Сміт [6], який в роботі «Дослідження про природу та багатство народів» виклав основи теорії «невидимої руки». Саме його вчення про суперництво виробників на ринку, в результаті якого ціни на ринку змінюються залежно від зміни сукупного попиту та пропозиції, пізніше було покладено в основу поведінкової концепції конкуренції.

Сучасна економічна теорія має велику кількість визначень конкуренції, однак всі вони створені на концепціях структурного та функціонального підходів до розуміння конкуренції. Одним з ключових понять теорії конкуренції є поняття конкурентних переваг підприємства. У найбільш загальному розумінні конкурентна перевага – це ті характеристики, властивості товару або марки, які створюють для підприємства певну перевагу над його прямими конкурентами [7]. Конкурентні переваги є відносними характеристиками, які відображають позицію певного підприємства відносно інших підприємств у галузі чи сегменту ринку.

Конкурентні переваги є виявом переваги над конкурентами в економічній, технічній, виробничій, матеріальній, організаційній сферах діяльності підприємства, які вимірюються економічними показниками, тобто такі переваги мають порівняльний, а не абсолютний характер. У загальному вигляді вказані переваги можна визначити як систематичне отримання підприємством вищого показника прибутку та збільшення частки на ринку, порівняно із конкурентами. Конкурентні переваги підприємства повинні не лише підтримувати високий рівень прибутковості, але і забезпечувати його постійність, оскільки ці переваги можуть бути оцінені лише шляхом порівняння основних показників діяльності підприємства з іншими підприємствами. Сутність конкурентних переваг здебільшого проявляється через такі характеристики, як: здатність підприємства ефективно використовувати та розподіляти ресурси; сукупність властивостей, характеристик, ресурсів тощо, якими володіє підприємство і які забезпечують йому перевагу над конкурентами; ефективність управління процесами формування і розвитку якісних і кількісних властивостей товарів або (та) послуг, що більш привабливі для покупця, ніж у конкурентів. Конкурентні переваги за формами виникнення та вияву поділяються на зовнішні (характеризують ринкову перевагу підприємства у задоволенні потреб споживачів) та внутрішні (засновані на функціональних сферах діяльності підприємства). До зовнішніх конкурентних переваг належать: імідж підприємства; співвідношення ціни та якості продукції; великий асортимент товарів або (та) послуг; особливості обслуговування споживачів; наявність бонусів, знижок, акцій; сприймання споживачами інновацій підприємства. Внутрішні конкурентні переваги: організаційно-управлінський потенціал; виробнича, маркетингова, фінансова, інвестиційна та інноваційна діяльності підприємства.

І. О. Кузнецова пропонує таку модель формування стійких конкурентних переваг (рис. 1).

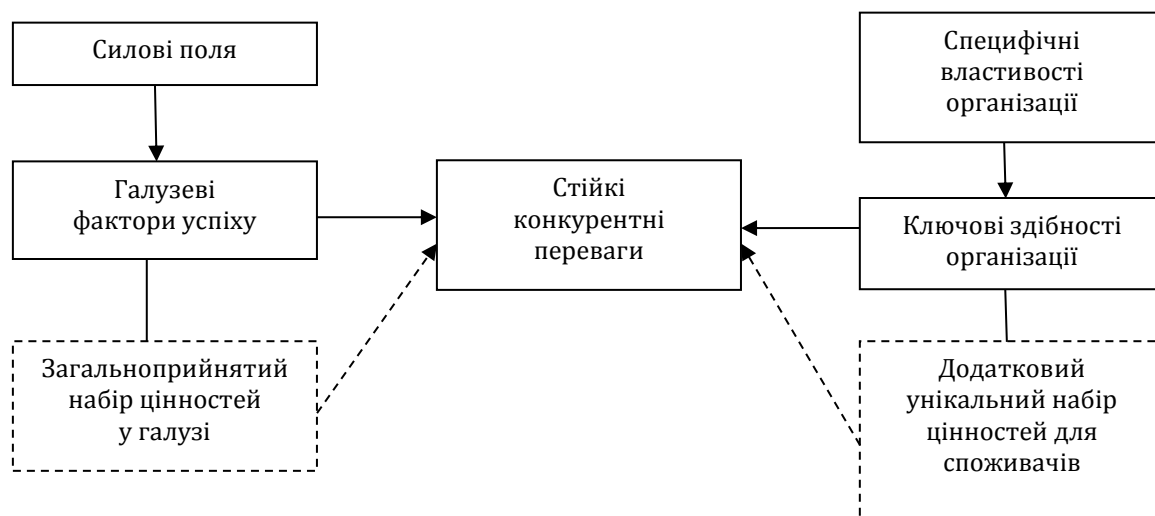


Рис. 1. Концептуальна модель формування стійких конкурентних переваг [8].

Запропонована модель демонструє, що стійкі конкурентні переваги формуються на перетині використання зовнішніх можливостей та внутрішніх унікальних властивостей підприємства, виражених відповідно через галузеві фактори успіху та ключові здібності організації. Опанування галузевими факторами успіху створює необхідні умови (загальноприйнятий набір цінностей для споживачів), а формування ключових здібностей організації через залучення її внутрішніх ресурсів дозволяє запропонувати споживачу унікальну додаткову цінність відносно конкурентів, яка буде відрізняти підприємство на ринку, тобто достатні умови для отримання ним стійких конкурентних переваг [8].

Висновки та перспективи подальших розвідок

Отже, щоб конкурентні переваги приносили перемогу над іншими учасниками ринку, вони мають відповідати таким вимогам: вигідно відрізняти підприємство від конкурентів; забезпечувати довгострокове та високе становище на ринку; задовольняти потреби споживачів; ґрунтуватися на здатностях та специфічності підприємства, які відрізняють його від інших подібних; бути гнучкими та

адаптованими до змін у ринковому середовищі; формуватися на стратегічному рівні з урахуванням взаємодії і погодженості в усіх функціональних сферах діяльності підприємства.

Список літератури

1. Воронкова, А. Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация / А. Э. Воронкова. – Луганск: И-во Восточноукраинского национального университета им. В. Даля, 2000. – 310 с.
2. Крючкова, І. В. Структурні чинники розвитку економіки України / Крючкова І. В. – К.: Наукова думка, 2004. – 316 с.
3. Злидень, І. М. Концептуальні засади системного управління конкурентним потенціалом / І. М. Злидень // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна: Зб. наук. праць. – Економічна серія. – Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2008. – 63 – 67 с.
4. Близнюк, С. В. Конкурентний потенціал підприємництва як категорія сучасних економічних досліджень / С. В. Близнюк, А. В. Остапенко. – Миколаїв: Вид. Інвестиції: практика та досвід Чорноморського державного університету ім. Петра Могили, 2011. – №7. – 41-42 с.
5. Азоев, Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы: [моногр.] / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков– М.: Новости, 2000. – 256 с.
6. Савчук, С. И. Основы теории конкурентоспособности: [моногр.] / С. И. Савчук. – Мариуполь: Рената, 2007. – 520 с.
7. Иванов, Ю. Б. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток: [моногр.] / Ю. Б. Иванов, П. А. Орлов, О. Ю. Иванова – Харків: ІНЖЕК, 2008. – 352 с.
8. Кузнецова, І. О. Формування стійких конкурентних переваг: концептуальна модель / І. О. Кузнецова– Одеса: Вид. Вісник соціально-економічних досліджень Одеського національного економічного університету – 2010. – № 40. – 68–71с.
9. Фатхутдинов, Р. А. Управление конкурентоспособностью организации: учебник / Р. А. Фатхутдинов – М.: Эксмо, 2005. – 544с.

References

1. Voronkova, A. E. (2000). *Strategic management of the competitive potential of the enterprise: diagnosis and organization*. Lugansk: East-Ukrainian National University.
2. Kryuchkova, I. V. (2004). *Structural factors of economic development of Ukraine*. Kyiv: Scientific Thought.
3. Zlyden, I. M. (2008). *Conceptual framework of system management potential competitive*. Kharkov: KNU.
4. Bliznuk, S. V., Ostapenko A. V. (2011). *Competitive potential of entrepreneurship as a category of modern economic research*. Mikolaev: BSNU.
5. Azoev, G. L. (2000). *Competitive advantages of firm*. Moscow: News.
6. Savchuk, S. I. (2007). *Fundamentals of competitiveness theory*. Mariupol: Renata.
7. Ivanov, Y. B. (2008). *Competitive advantages of the enterprise, assessment, formulation and development*. Kharkov: INZEK.
8. Kuznetsova, I. O. (2010). *Create sustainable competitive advantages: a conceptual model*. Odessa: ONUe.
9. Fathutdynov, R. A. (2005). *Management konkurentosposobnostyu organization*. Moscow: Eksmo.

Стаття надійшла до редакції 21.03.2017 р.