

## **СУЧАСНІ КОНЦЕПЦІЇ ТА ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА**

**Селезньова Галина Олександрівна**, канд. екон. наук, доцент кафедри економіки підприємства та менеджменту,  
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

В умовах світових процесів інтернаціоналізації та глобалізації проблема конкурентоспроможності підприємств як національних суб'єктів господарювання набуває все більш вагомого значення. Внаслідок економічної кризи, загострення конкуренції, а також надзвичайної динамічності та високого рівня невизначеності умов функціонування українські підприємства змушені боротися не тільки за першість, але й за виживання на конкурентному ринку. Саме тому питання підвищення конкурентоспроможності викликає необхідність пошуку шляхів формування та підтримки конкурентних переваг, що дозволить забезпечити стійке положення підприємства на ринку. Дослідження сукупності питань такої проблематичної спрямованості відноситься до важливих наукових завдань, адже його рішення сприятиме зростанню результативності практичної діяльності підприємств.

Мета роботи полягає у дослідженні особливостей сучасних концепцій та підходів до формування конкурентних переваг підприємства.

Проблемам формування та підтримки конкурентних переваг підприємства присвячено дослідження багатьох як зарубіжних, так і вітчизняних вчених. Серед сучасних теоретичних підходів щодо формування конкурентних переваг підприємства особливе значення придбали ринкова та ресурсна концепції конкурентних переваг. Ринкова концепція підкреслює важливе значення позиції підприємства по відношенню до свого конкурентного оточення або галузі, при

цьому формування конкурентних переваг підприємства базується на вивченні зовнішніх чинників [1].

Альтернативним варіантом ринкової концепції виступає ресурсна концепція формування конкурентних переваг, яка акцентує увагу на внутрішньо-організаційних джерелах конкурентних переваг [2, 3 та інші].

Окрім широко відомих ринкової та ресурсної концепцій, сучасні автори підкреслюють появу інституційної концепції, відповідно до якої економічна поведінка суб'єктів господарювання визначається не тільки інформаційними, технологічними резервами, а й обмеженнями соціального характеру, людськими традиціями, цінностями та встановленими правилами [4 – 6 та інші]. Інституційна концепція розглядає в якості джерела конкурентних переваг підприємства його здатність ефективно інтегруватися в навколишнє бізнес-середовище, його інфраструктуру й інформаційне поле. Метою такої інтеграції є формування і використання колективних конкурентних переваг [6].

Кожна з сучасних концепцій реалізується шляхом використання певного підходу щодо досягнення конкурентних переваг.

Так, у межах ринкової концепції можна виділити наступні підходи щодо формування конкурентних переваг: конкурентне позиціонування, «ланцюжок вартості» [1], орієнтація на споживачів та орієнтація на конкурентів [7, 8].

Ресурсна концепція може бути застосована шляхом акценту на матеріальних та нематеріальних ресурсах, використання динамічного підходу до розвитку компетенцій [3, 9], управління знаннями [10, 11], формування організації, що самонавчається, реструктуризації, вибору стратегії у межах ціннісних дисциплін [5, 12, 13], використання інноваційного потенціалу.

З точки зору інституційної концепції для формування конкурентних переваг теорію екосистем, теорію соконкуренції а також управління відношеннями з бізнес-партнерами [12, 13].

Отже, більшість підходів співвідносяться з той чи іншою сучасною концепцією формування конкурентних переваг. Виключенням, на думку автора, є підходи, запропоновані такими вченими, як Г. Хемел і К.К. Прахалад та Чан Кім та

Р. Моборн, які спрямовані відповідно на створення нових ринків на основі інтелектуального лідерства та пошук незайнятих ніш («Стратегія блакитного океану») [14].

Таким чином, у роботі було досліджено підходи до формування конкурентних переваг у межах сучасних концепцій та визначено їх особливості. За результатами можна зробити висновок, що в сучасних умовах основою створення конкурентних переваг стають інтелектуальний капітал, креативний потенціал персоналу, унікальні організаційні знання, інновації. Особливу увагу слід приділити можливостям співробітництва з контрагентами ринку, що дозволяє отримати більш широкий спектр взаємодій, ніж звичайні ділові відносини, при збереженні автономності сторін, що стає новим джерелом конкурентних переваг вітчизняних підприємств.

## **Література**

1. Портер М. Конкурентное преимущество : Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / Майкл Е. Портер; Пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с.
2. Орехова С. В. Формирование конкурентных преимуществ фирмы через призму современной ресурсной теории / С. В. Орехова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://orekhovasv.ru/stat\\_8.htm](http://orekhovasv.ru/stat_8.htm)
3. Сомов Д. О. Развитие основных направлений ресурсного подхода / Д. О. Сомов // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – 2011. – № 3. – С. 151-157.
4. Ткачова С. С. Сучасна концепція стійких конкурентних переваг підприємства : інтеграція та збалансування наукових підходів / С. С. Ткачова // Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. Серия «Экономика и управление». Том 25 (64). 2012. – № 2. – С. 160-168.
5. Сысоева Е. А. Конкурентные преимущества предприятия: эволюция и источники формирования / Е. А. Сысоева // Вопросы экономики и права. – 2011. – № 5. – С. 47-51.

6. Чачашвили Э. С. Эволюция стратегического маркетинга / Э. С. Чачашвили // Научные ведомости БелГУ. Сер. История. Политология. Экономика. Информатика. – 2009. – Вып. 11/1, № 9. – С. 76-81.
7. Шпотов Б. О. современных теориях конкурентных преимуществ и отраслевого лидерования / Б. О. Шпотов // Проблемы теории и практики управления. – 2001. – № 3. – С. 50-55.
8. Зозульов О. Про посилення конкурентних переваг підприємства // Економіка України – 2004 – № 8. – С. 33-38.
9. Минцберг Г. Стратегический процесс / Пер. с англ. под ред. Ю. Н. Каптуревского. / Г. Минцберг, Дж. Б. Куин, С. Гошал. – СПб: Питер, 2001. – 688 с.
10. Свиридова Л. В. Знание как конкурентное преимущество современных организаций / Л. В. Свиридова, Д. Е. Орлова. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.hse.ru/pubs/lib/data/access/ram/ticket/74/143265883822107>
11. Суховаров И. В. Управление знаниями как элемент обеспечения конкурентного преимущества вуза / И. В. Суховаров. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://scientific-notes.ru/pdf/030-018.pdf>
12. Корнеев И. М. Анализ конкурентных преимуществ предприятий пищевой промышленности // Российское предпринимательство. – 2007. – № 4 Вып. 2 (89). – С. 26-30.
13. Бойетт Д. Г. Пять взглядов на стратегию достижения лидерства на рынке / Д. Г. Бойетт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://udik.com.ua/books/book-814/>
14. Чан Ким У. Стратегия голубого океана / У. Чан Ким, Рене Моборн. – Пер. с англ. – М.: НИРРО, 2005. – 272 с.