

УДК 339.13

Конкурентні переваги підприємства: ретроспективний аналіз трактування термінів

Шаповалова І.В.

асистент кафедри маркетингу та менеджменту
Донецького національного університету економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Стаття присвячена виявленню, зіставленню та узгодженню поглядів науковців на сутність конкурентних переваг. Проаналізовано еволюційні трансформації змістових складників терміна «конкурентні переваги» та систематизовані теоретичні підходи до визначення джерел формування конкурентних переваг.

Ключові слова: конкуренція, конкурентні переваги, джерела формування конкурентних переваг, підходи до визначення конкурентних переваг.

Шаповалова И.В. КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ПРЕДПРИЯТИЯ: РЕТРОСПЕКТИВНЫЙ АНАЛИЗ ТРАКТОВКИ ТЕРМИНОВ

Статья посвящена выявлению, сопоставлению и согласованию взглядов на сущность конкурентных преимуществ. Проанализированы эволюционные трансформации содержательных составляющих термина «конкурентные преимущества» и систематизированы теоретические подходы к определению источников формирования конкурентных преимуществ.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентные преимущества, источники формирования конкурентных преимуществ, подходы к определению конкурентных преимуществ.

Shapovalova I.V. COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE ENTERPRISE: A RETROSPECTIVE ANALYSIS OF THE TERMS' INTERPRETATION

The article is devoted to identifying, comparing and agreeing views on the competitive advantages essence. The evolutionary transformations of the content components of the competitive advantages term are analyzed and theoretical approaches to determining the sources of formation of competitive advantages are systematized.

Key words: competition, competitive advantages, sources of competitive advantages formation, approaches to the definition of competitive advantages.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Сучасний етап розвитку економіки характеризується динамічними змінами у зовнішньому середовищі, зміною вимог споживачів до характеристик товарів та послуг і посиленням конкурентної боротьби, що зумовлює необхідність пошуку джерел формування конкурентних переваг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема визначення сутності, формування та реалізації конкурентних переваг висвітлюється у працях багатьох зарубіжних і вітчизняних вчених, таких як А. Сміт, Д. Рікардо, М. Портер, Ж.Ж. Ламбен, Г.Л. Азоєв, Д.О. Барабась, М.І. Книш, Р.А. Фатхутдінов, З.Є. Шершньова та інші.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Водночас у літературі з проблеми, що досліджується, відсутній єдиний погляд на сутність та джерела формування і реалізації конкурентних переваг.

Формулювання цілей статті (постановка проблеми). Метою статті є виявлення, зістав-

лення та узгодження поглядів науковців на сутність та джерела формування конкурентних переваг і відображення власного погляду на сутність цієї категорії.

Виклад основного матеріалу дослідження. Еволюційний розвиток змістовних складників терміна «конкурентні переваги» багато в чому відповідає еволюційним етапам поглядів на сутність категорії «конкуренція».

Аналіз літератури із зазначеної проблематики дав змогу виявити значні розбіжності у поглядах науковців до визначення сутності конкурентних переваг, які знайшли відображення як у часових проміжках, так і в сутнісних особливостях трактувань.

Представникам класичної школи А. Сміту [1] та Д. Рікардо [2] належить авторство теорії абсолютних та відносних конкурентних переваг, в основі якої є витрати конкретного виробника.

Згідно з поглядом А. Маршалла «головною конкурентною перевагою підприємства є значний масштаб виробництва та зниження на цій основі витрат» [3].

Е. Хекшер та Б. Олін на початку ХХ сторіччя запропонували теорію відповідності факторів виробництва, згідно з якою як конкурентні переваги варто розглядати надлишки того чи іншого ресурсу.

А. Алчинян, [4]. Т. Егертсон [5] у середині ХХ сторіччя характеризували конкурентні переваги як «виняткові властивості, якими наділений господарюючий суб'єкт порівняно з іншими». Цей погляд був доповнений І. Кірцнером та полягає у виділенні такої особливої властивості, як підприємницькі здібності [6].

Подальший розвиток ідеї І. Кірцнера отримали у наукових працях П. Друкера [7] та Ф. Хайєка, які зауважували, що «основа конкурентної переваги полягає у людському факторі, оскільки більш конкурентоспроможним підприємство може стати лише за наявності у його штаті ефективних керівників» [8].

М. Портер [9] та Ж.Ж. Ламбен [10] в основі конкурентних переваг вбачали більш ефективне використання ресурсів, а П. Хейне доповнив, що ці ресурси повинні бути рідкісними.

Ж. Вальтер [11] пропонує вважати, що конкурентні переваги полягають в інтелектуальному потенціалі підприємства.

Варто відзначити трансформацію поглядів науковців на початку ХХІ сторіччя. Х. Траболт зауважує, що головною конкурентною перевагою варто вважати знання, а Д. Мур доповнює, що знання повинні постійно розвиватися. А. Бранденбургер зазначає, що конкурентна перевага визначається ступенем конкурентності [12].

А. Ойхер під конкурентними перевагами пропонує розуміти спроможність господарюючих суб'єктів, що конкурують між собою, забезпечувати більш вигідні умови придбання ресурсів та їх ефективного використання [12].

Вважаємо за доцільне трансформацію поглядів науковців відобразити у таблиці 1.

Центральне місце в конкурентній теорії поряд із категоріями «конкуренція» та «конкурентоспроможність» займає категорія «конкурентна перевага». Але, незважаючи на це, в літературі відсутній єдиний погляд на сутність цієї категорії. Аналіз наявних поглядів свідчить про значні розбіжності у трактуванні (таблиця 2).

З метою більш глибокого розуміння доцільно розглянути особливості поглядів авторів, що дасть можливість виокремити та згрупувати їх за відповідними теоретичними підходами.

Таблиця 1

Еволюційні трансформації змістових складників терміна «конкурентні переваги»

Змістові складники терміна «конкурентні переваги»	Автори											
	А. Сміт	Д. Рікардо, Д. Мілль	А. Маршалл	Е. Хекшер, Б. Олін	А. Алчинян, Г. Демсец, Т. Егертсон	І.Кірцнер	П. Друкер, Ф. Хайєк	М. Портер, Ж.Ламбен	Ж. Вальтер	К. Траболт	Д. Мур	А. Брандер бургер А. Ойхер
Витрати	+	+	+									
Масштаб виробництва			+									
Фактори виробництва				+								
Вимоги конкурентного середовища					+							
Підприємницькі здібності						+						
Людський фактор							+					
Ефективність використання ресурсів								+				+
Інтелектуальний потенціал									+	+	+	
Ступінь конкурентності												+
Часовий проміжок	18 ст.	19 ст.		20 ст.				21 ст.				
				початок	середина		кінець					

Джерело: [1–12]

Таблиця 2

Визначення авторами сутності категорії «конкурентна перевага»

№ п/п	Визначення	Автор
1	Конкурентні переваги – це сукупність факторів, що визначають успіх або неуспіх підприємства у конкуренції, продуктивність використання ресурсів тощо [9]	М. Портер
2	Конкурентна перевага – це особливості чи властивості (атрибути) товару чи торгової марки, які забезпечують підприємству перевагу над прямими конкурентами. Така перевага визначається порівнянням із найкращими (найбільш небезпечними, пріоритетними) конкурентами [10]	Ж.-Ж. Ламбен
3	Конкурентні переваги є концентрованим проявом переваги над конкурентами в економічній, технічній, організаційній сферах діяльності підприємства, що можна виміряти економічними показниками (додатковий прибуток, більш висока рентабельність, ринкова частка, обсяг продажу). Конкурентну перевагу не можна ототожнювати з потенційними можливостями компанії. На відміну від можливостей, це – факт, який фіксується в результаті реальних та беззаперечних уподобань покупців [13]	Г.Л. Азоєв
4	Конкурентна перевага – певна ексклюзивну цінність, властива системі, яка надає їй перевагу над конкурентами [14, с. 200]	Р.А. Фатхутдінов
5	Конкурентні переваги — це характеристики, властивості товару або торгової марки, які створюють для організації певні переваги над прямими конкурентами. Ці характеристики (атрибути) можуть бути найрізноманітнішими і стосуються як самого товару (базової послуги), так і додаткових послуг, що супроводжують базову, а також форм виробництва, збуту або продажів [15]	В.Д. Немцов
6	Конкурентні переваги – такі характеристики діяльності підприємства, якісні або кількісні індикатори його ринкової позиції, які забезпечують підприємство доходами, що перевищують середньогалузевий рівень, а також відповідні показники конкурентів [16]	Н.П. Теслюк
7	Характеристики чи властивості, які забезпечують підприємству перевагу над прямими конкурентами [17, с. 50]	А.В. Войчак, Р.П. Камишніков
8	Фірма має конкурентну перевагу, коли вона краще за своїх суперників переборює сили конкуренції та виконує роботу із залучення покупців [18]	М. Книш
9	Під конкурентною перевагою варто розуміти позитивні відмінності підприємства від конкурентів у деяких або в усіх видах діяльності, які забезпечують підвищення соціально-економічної ефективності в короткостроковому періоді й виживання у довгостроковому за рахунок постійного пошуку нових можливостей і швидкої адаптації до оточення та умов конкурентної боротьби, що змінюються [19]	Ю.Б. Іванов
10	Конкурентними перевагами є ті активи і сфери діяльності, які стратегічно важливі для підприємства і дають йому змогу перемагати у конкурентній боротьбі [20, с. 77]	С.П. Гаврилюк
11	Сукупність заходів, спрямованих на вдосконалення власної діяльності, безпосереднє послаблення конкурентів і вплив на зміну ринкового середовища [21, с. 33]	О. Зозульов
12	Конкурентні переваги – рівень ефективного використання наявних у розпорядженні фірми видів ресурсів, які поділяють на зовнішні (базуються на відмінних якостях товару, що утворюють цінність для покупця) та внутрішні (засновані на перевагах фірми щодо витрат виробництва, які менші, ніж у конкурентів) [22]	І.З. Должанський та Т.О. Загорна
13	Конкурентні переваги у сфері виробництва – це здатність підприємства зміцнювати конкурентну позицію, пристосовувати види діяльності до обраної стратегії, обирати ефективну політику відносин із конкурентами, швидко реагувати на зміни у конкурентному середовищі діяльності. Іншими словами, конкурентні переваги підприємства полягають у випередженні конкурентів за рахунок реалізації ринкових факторів успіху або ключових компетенцій [23, с. 92]	П.С. Смоленюк

14	Конкурентними перевагами підприємства є сукупність комбінацій наявних у нього ресурсів (сировинних, просторових, трудових, управлінських, технологічних, інформаційних, маркетингових та ін.) та способів їх використання, які забезпечують йому ширші можливості виробництва і реалізації продукції порівняно з його конкурентами [24, с.53].	А.О. Левицька
15	Конкурентна перевага є концентрованим проявом переваги над конкурентами в різних сферах (видах) діяльності підприємства. Іншими словами, конкурентні переваги фірми полягають у випередженні конкурентів за рахунок реалізації ринкових факторів успіху або ключових компетенцій [25]	Д.О. Барабась
16	Конкурентна перевага – це рівень компетенції щодо інших підприємств-конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу певної спроможності, а також його окремих складників – технології, ресурсів, менеджменту (особливо стратегічного та поточного планування), навичок і знань персоналу тощо, що знаходить вираження в таких результатуючих показниках, як якість продукції, прибутковість, продуктивність тощо [26]	З.Е. Шершньова
17	Конкурентна перевага – ступінь відмінності від конкурента як внутрішнього (за рахунок перевершення конкурента в управлінському, організаційному, виробничому, фінансовому, маркетинговому та інформаційному аспектах), так і зовнішнього походження, спрямований на забезпечення стійкої конкурентної позиції на довготривалій період	Авторський підхід

М. Портер пропонує вважати конкурентні переваги джерелом перемоги або поразки у конкурентній боротьбі, акцентуючи увагу на ресурсному аспекті формування конкурентної переваги [9]. Згідно з ресурсним підходом Ж.Ж. Ламбен визначає сутність конкурентної переваги. Погляд цього автора є ґрунтовним, свідчить про відповідні джерела конкурентної переваги, однак виключає те, що конкурентною перевагою можуть бути і ключові компетенції компанії. Погоджуючись із зарубіжними авторами, Г.Л. Азоєв визначає відповідні сфери діяльності підприємства та економічні показники виміру конкурентної переваги, що є досить логічним і послідовним. Крім того, позитивною є пропозиція автора асоціювати конкурентну перевагу з фактом визнання її споживачем.

Спільність поглядів цих авторів та А. Сміта, Д. Рікардо, Е. Хекшера, Б. Оліна, Е. Макдонелла, І. Ансоффа, П.Г. Клівця, а також відповідні акценти, зазначені авторами у визначенні сутності конкурентної переваги, дають змогу виділити ресурсно-витратний підхід, сутність якого полягає в тому, що основним джерелом конкурентної переваги є наявність факторів та ресурсів виробництва.

Відмінним від попереднього підходу варто вважати якісний, прихильники якого вважають джерелом конкурентної переваги постійне підвищення якості товарів та послуг. Цієї ідеї притримуються Л.С. Шевченко, І.П. Отенко, Є.О. Полтавська, В. Сіт-

ниченко, О.Л. Шевченко, В.А. Лапідус, Т.Н. Ахмадалієв. Цей підхід має право на існування, але поряд із позитивними моментами, такими як отримання споживачами товарів із покращеними характеристиками, поза увагою авторів залишаються інші сучасні джерела формування конкурентних переваг підприємства.

Заслуговують на увагу погляди авторів, які доцільно віднести до адаптивно-інноваційного підходу. Акцент цих досліджень зроблений на гнучкості та інноваційних ідеях, що є, на думку авторів, сучасним джерелом стійких конкурентних переваг. Цьому підходу відповідають дослідження М.М. Лепа, С. Попова, А.П. Челенкова, Г.Р. Кремева, В. Бурр, В.А. Василенко.

Визнання джерелом конкурентної переваги ексклюзивної цінності товару, способу виробництва, продажу, ексклюзивної цінності торгової марки дає змогу виокремити ціннісно-компетентісний підхід, що виник як відповідь на вимоги часу до високої компетентності підприємства у різних сферах діяльності. Цієї думки притримуються такі автори, як Р.А. Фатхутдінов, А.В. Шегда, В. Баранчєєв, Д.О. Барабась, В.Д. Немцов, Л.Є. Довгань, З.Є. Шершньова Р.А. Фатхутдінов.

Аналіз сутності категорії «конкурентна перевага» свідчить про значні розбіжності у розумінні, що дає змогу групувати погляди науковців у відповідні наукові напрями, які відображені у таблиці 3.

Таблиця 3

Систематизація теоретичних підходів до визначення джерел формування конкурентних переваг

Назва підходу	Ринкові вимоги	Основні джерела конкурентних переваг	Представники підходу
Ресурсно-витратний	Товари за помірними цінами	Наявність факторів (ресурсів) виробництва та ефективність їх використання	А. Сміт, Д. Рікардо, Ж.-Ж. Ламбен, Е. Хекшер, Б. Олін, М. Портер, Е. Макдонелл, І. Ансофф, Г.Л. Азоєв, П.Г. Клівець
Якісний	Покращені якісні характеристики	Постійне підвищення якості продукції, товарів, послуг	Л.С. Шевченко, І.П. Отенко, Є.О. Полтавська, В. Сітниченко, О.Л. Шевченко, В.А. Лапідус, Т.Н. Ахмадалієв
Адаптивно-інноваційний	Постійні зміни вимог споживачів потребують оригінальності та неповторності товарів	Гнучкість, адаптивність, інновації	М.М. Лепа, С. Попов, А.П. Челенков, Г.Р. Кремев, В. Бурр, В.А. Василенко
Ціннісно-компетентнісний	Висока компетентність підприємства у будь-якій сфері діяльності	Ексклюзивна цінність товару, способу виробництва, продажу, ексклюзивна цінність торгової марки	Р.А. Фатхутдінов, А.В. Шегда, В. Баранчєєв, Д.О. Барабась, В.Д. Немцов, Л.Є. Довгань, З.Є. Шершньова

Джерело: [1,2,9,10,13–15,23,24–27]

Наведені підходи не виключають, а лише доповнюють один одного, відповідають певним вимогам часу та часовим проміжкам, однак вважаємо за доцільне доповнити їх перелік інтеграційним підходом, сутність якого полягає у поєднанні та гармонізації джерел конкурентних переваг, результатом чого повинна стати система конкурентних переваг, що спрямована на забезпечення стійких конкурентних позицій та перемогу у конкурентній боротьбі.

Висновки з цього дослідження. У результаті проведення ретроспективного аналізу трактування терміну «конкурентні переваги» запропонована модель еволюції змістовних складників цього поняття, що базується на узгодженні відповідних часових проміжків,

змістовних компонентів поняття «конкурентна перевага» та переважних акцентів відповідних науковців.

Аналіз сутності конкурентних переваг дав змогу виявити значні розбіжності у трактуванні цієї категорії авторами, що пов'язано з розумінням джерела конкурентної переваги. Виявлено декілька підходів, таких як ресурсно-витратний, якісний, адаптивно-інноваційний та ціннісно-компетентнісний, та доповнено цей перелік інтеграційним підходом, який дає змогу диверсифікувати джерела конкурентних переваг, що сприяє формуванню системи конкурентних переваг сучасного підприємства та забезпечує його стійкі конкурентні позиції.

ЛІТЕРАТУРА:

- Сміт А. Добробут націй. Дослідження про природу та причини добробуту націй / А. Сміт. – К. : Port-Royal, 2001.
- Рікардо Д. Начало политической экономии и налогообложения. Т. 2 / Д. Рікардо // Антология экономической классики. – М. : Эконом, 1993.
- Маршалл А. Принципы экономической науки: в 3-х томах. Т. 1. / Альфред Маршалл; Ред. О.Г. Радынова – М.: Изд. группа «Прогресс», «Универс», 1999. – 496 с.
- Алчиан А. Неопределенность, эволюция и экономическая теория Электронный ресурс. / А. Алчиан // Электронный журнал. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ecsocman.edu.ru/data/985/692/1219/section3_istoki.pdf.
- Эггертссон Т. Экономическое поведение и институты / Т. Эггертссон ; пер. с англ. М.Я. Каждана ; науч. ред. пер. А.Н. Нестеренко. – М.: Дело ЛТД, 2001. – 408 с.
- Кирцнер Израэл М. Конкуренция и предпринимательство / М. Израэл Кирцнер / Перевод с англ. докт. экон. наук А.Н. Романова. – М.: ЮНИТИ, 2001. – 239 с.

7. Друкер П. Як забезпечити успіх у бізнесі: новаторство і підприємництво / пер.с англ.. В.С. Гуля. – К.: Україна, 1994. – 319 с.
8. Хайек Ф. Индивидуализм и экономический порядок / Фридрих Август фон Хайек. – М.: Изограф, 2000. – 256 с
9. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с.
10. Ламбен Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок. Перев. с англ. под ред. В.В. Колганова. – СПб.: Питер. – 2004. – 800 с
11. Вальтер Ж. Конкурентоспособность: Общий поход // Проект Российско-Европейского центра Экономической политики (РКЦЭП). – М., 2005. – 52 с.
12. Данилов И.А., Волкова Е.В. Ретроспективный анализ трактования терминов «конкурентоспособность» и «конкурентное преимущество» отечественными и зарубежными учеными / Вестник Челябинского государственного университета. – 2010. – № 3(184). – С. 132.
13. Азоев Г.Л., Челенков А.П. Конкурентные преимущества фирмы. – 2-е изд. – М.: Типография «Новости», 2010. – 256 с.
14. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2002. – 892 с.
15. Немцов В.Д. Стратегичний менеджмент: [навч. посібн.] / В.Д. Немцов, Л.Є. Довгань. – К.: ТОВ «УВПК «ЕксОб», 2001. – 539 с.
16. Теслюк Н.П. Стратегії підприємства по досягненню конкурентних переваг // Економіка, фінанси, право. – 2005. – № 11. – С. 17–20.
17. Войчак А. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація / А. Войчак, Р. Камишніков // Маркетинг в Україні. – 2005. – № 2. – С. 50–53.
18. Кныш М. Конкурентные стратегии : учеб. пособ. / М. Кныш. – СПб., 2000. – 284 с.
19. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночной экономики: Монография – Х.: ХГЕУ, 1997. – 246 с.
20. Гаврилюк С.П. Конкурентні переваги як основа розробки стратегії туристських підприємств / С.П. Гаврилюк // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. – 2001. – № 4. – С. 76–80.
21. Зозулев А. Об усилении конкурентных преимуществ предприятия / А. Зозулев // Экономика Украины. – 2003. – № 8. – С. 33–38.
22. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства : навчальний посібник / І.З. Должанський, Т. О. Загорна. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
23. Смоленюк П.С. Управління формуванням конкурентних переваг аграрних товаровиробників / П.С. Смоленюк // Інноваційна економіка. – 2012. – № 2. – С. 91–97.
24. Левицька А.О. Конкурентні переваги підприємства: сутність та джерела формування / Левицька А.О. // Вісник Хмельницького національного університету – 2012. – № 4, Т. 1.– С. 51–54.
25. Барабась Д.О. Управління конкурентними перевагами підприємства (на прикладі підприємств швейної галузі). Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.01 – Економіка, організація і управління підприємствами. – Київ, 2003. – 226 арк. – Бібліогр.: арк. 186–201. – На правах рукопису.
26. Шершньова З.Є. Стратегічне управління : [підручник] / Шершньова З.Є. – К. : КНЕУ, 2004. – 699 с
27. Липидус В.А. Всеобщее качество (TQM) в российских компаниях / Гос. университет управления; Национальный фонд подготовки кадров. – М.: ОАО «Типография «Новости», 2000. – 432 с.