

УДК 650.18

ВИДИ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

Губенко П.Я., магістрант

*(Харківський національний технічний університет сільського господарства
імені Петра Василенка)*

У літературі не існує єдиного підходу до класифікації конкурентних переваг. Значна частина дослідників, наслідуючи Майкла Портера, як базові виділяють дві конкурентні переваги: більш низькі витрати, які адають можливість встановлювати нижчі ціни й отримувати вищі прибутки, і диференціацію (унікальність) товару, яка б забезпечувала найвищу споживчу цінність. При цьому І.А. Спірідонов зазначає, що ці конкурентні переваги властиві саме товарам. Такі автори, як Г.Л. Азоєв і Р.А. Фатхутдінов, розробили класифікації конкурентних переваг за кількома критеріями. Ці класифікації мають науковий і практичний інтерес, проте не позбавлені деяких недоліків. Зокрема, Г.Л. Азоєв як окремі критерії класифікації конкурентних переваг виділив: можливість імітації (унікальні/такі, що піддаються імітації) і характер динаміки (стійкі/нестабільні). Однак, якщо певна конкурентна перевага віднесена до категорії тих, що піддаються імітації, вона автоматично буде визнана нестабільною, і навпаки. Тобто виділення двох близьких класифікаційних ознак є зайвим і достатньо залишити одну з них.

Згідно з класифікацією, розробленою Р.А. Фатхутдіновим, конкурентні переваги доцільно групувати за ознаками їх відношенням до досліджуваної системи (організації, країни, тощо), сфери виникнення, змісту фактора переваги, методу або засобу її отримання, місця реалізації, часу (тривалості) реалізації, виду отриманого кінцевого результату. Безсмертний С.Ю. вважає, що така класифікація має певні недоліки: по-перше, вона класифікує конкурентні переваги за досить обмеженою кількістю ознак, що не створює повної картини їх різновидів; по-друге, її універсалізація (стосується різних об'єктів, зокрема країн, організацій, товарів тощо) не дає можливості для створення передумов розробки конкретної і повної системи конкурентних переваг стосовно кожного із названих вище об'єктів (у нашому випадку підприємств) [1].

Проведений аналіз підходів до класифікації конкурентних переваг дає можливість зробити висновок, що найбільш прийнятною як з наукової, так і з практичної точки зору є класифікація конкурентних переваг фірми за шістьма критеріями: відношенням до системи (підприємства); сферою прояву; джерелами створення та можливістю імітації; тривалістю дії; місцем формування; видом ефекту, який отримує підприємство від реалізації переваги.

Список літератури

1. Драган О. І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти : монографія / О. І. Драган. – К. : ДАКККіМ, 2006. – С. 36.