

## **КЛАСИФІКАЦІЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА**

Активізація інтеграційних та глобалізаційних процесів у світовій економічній системі, динамічні зміни зовнішнього та внутрішнього середовищ підприємств, необхідність оновлення економіки після глибокої кризи зумовили появу нових тенденцій розвитку. Це обумовлює необхідність докорінних змін у системі управління конкурентними перевагами підприємств та її адаптації до нових реалій. При усій значимості проведених наукових досліджень окремі питання підвищення конкурентних переваг вивчені недостатньо. Зокрема, дискусійними залишаються підходи щодо трактування сутності конкурентних переваг, а також різноманітність класифікацій, що не повною мірою адаптовані до цілей їх формування та реалізації.

Як свідчать результати проведеного дослідження існуючих класифікаційних ознак конкурентних переваг, у науковій літературі існує значна їх кількість, що обумовлює необхідність їх певної систематизації. Враховуючи те, що метою будь-якого підприємства є забезпечення високого рівня конкурентоспроможності, доцільно систематизувати розглянуті класифікаційні ознаки конкурентних переваг за критеріями формування, тобто ті ознаки, які доцільно використовувати під час формування конкурентних переваг, реалізації, тобто ті ознаки, які можна використовувати під час реалізації наявних конкурентних переваг та ті, які можуть бути однаково використані як для цілей формування, так і реалізації.

Для цілей формування нами віднесено класифікаційні ознаки за методом конкуренції, фактором формування, характером виникнення, факторами і суб'єктами виникнення, ступенем відтворюваності, (стійкості), методом або способом одержання переваги, походженням, силою та характером впливу на споживачів. Для цілей реалізації віднесено ознаки за ступенем значущості, можливістю регулювання, зв'язком з процесом інтеграції, видом одержуваного ефекту від реалізації переваги, готовністю до реалізації, концепціями маркетингових систем, тривалістю дії. Як такі ознаки, що можуть бути віднесені як до цілей формування, так і реалізації обрано за відповідністю цілям, роллю у забезпеченні конкурентної стратегії, охопленням ринку, відношенням до системи, терміном дії, зв'язком з силами конкуренції, рівнем ієрархії, сферою прояву, змістом фактора

переваги, стратегічною спрямованістю, ймовірністю успіху, рівнем реалізації, впливом на потенціал. Представлена систематизація класифікаційних ознак конкурентних переваг подано в таблиці.

Таблиця

**Систематизація класифікаційних ознак конкурентних переваг за цілями формування та реалізації**

Систематизація класифікаційних ознак для цілей формування	Систематизація класифікаційних ознак для цілей формування та реалізації	Систематизація класифікаційних ознак для цілей реалізації
<ul style="list-style-type: none"> <li>– За методом конкуренції</li> <li>– За фактором формування</li> <li>– За характером виникнення</li> <li>– За факторами і суб'єктами виникнення</li> <li>– За ступенем відтворюваності</li> <li>– (стійкості)</li> <li>– За методом або способом одержання переваги</li> <li>– За походженням</li> <li>– За силою та характером впливу на споживачів</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– За відповідністю цілям</li> <li>– За роллю у забезпеченні конкурентної стратегії</li> <li>– За охопленням ринку</li> <li>– За відношенням до системи</li> <li>– За терміном дії</li> <li>– За зв'язком з силами конкуренції</li> <li>– За рівнем ієрархії</li> <li>– За сферою прояву</li> <li>– За змістом фактору переваги</li> <li>– За стратегічною спрямованістю</li> <li>– За ймовірністю успіху</li> <li>– За рівнем реалізації</li> <li>– За впливом на потенціал</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– За ступенем значущості</li> <li>– За можливістю регулювання</li> <li>– За зв'язком з процесом інтеграції</li> <li>– За видом одержуваного ефекту від реалізації переваги</li> <li>– За готовністю до реалізації</li> <li>– За концепціями маркетингових систем</li> <li>– За тривалістю дії</li> </ul>

Запропонована систематизація конкурентних переваг підприємства має сприяти посиленню інформаційного забезпечення управління конкурентним перевагами підприємства.