

Ефективність та конкурентоспроможність аграрного виробництва

УДК 658.821

О.М. Николіук

к.е.н.

Житомирський національний агроекологічний університет

СТІЙКІ КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ, ДЖЕРЕЛА ФОРМУВАННЯ

Проведено аналіз сучасних зарубіжних теорій конкурентних переваг. Визначено основні характеристики поняття «конкурентні переваги підприємства», а також встановлено умови та способи забезпечення їх стійкості. Запропоновано абстрактну модель процесу формування стійких конкурентних переваг суб'єктів господарювання та виявлено їх синергетичну природу.

Постановка проблеми

Незадовільний ступінь розвитку вітчизняної економіки в значній мірі спричинений нинішніми позиціями України відносно інших членів світової спільноти. Згідно даних Всесвітнього економічного форуму нині вітчизняну економіку можна охарактеризувати як таку, що орієнтована на підвищення рівня ефективності, у той час як економічно розвинуті держави в якості пріоритету розглядають інноваційний розвиток, основним параметром оцінки якого є конкурентоспроможність. Оскільки рівень показників, які лежать в основі конкурентоспроможності країни (зокрема ступені розвитку бізнесу), визначається на мікрорівні, підвищення рейтингу України в межах світового простору вимагає формування конкурентного статусу вітчизняних суб'єктів господарювання на світових ринках. У наведеному контексті надзвичайно актуальною є проблема розробки сучасної наукової теорії формування конкурентоспроможності підприємств. При цьому першоосновою останньої мають стати конкурентні переваги вітчизняних господарюючих суб'єктів. З огляду на зазначене, метою дослідження визначено ідентифікацію природи конкурентних переваг, а також виявлення механізму їх формування.

Аналіз останніх досліджень

Серед основоположників теорії встановлення конкурентних переваг підприємства насамперед слід виділити М. Портера, К. Прахалада, Дж. Робінсон, Р. Фатхудинова, Ф. Хайека, Г. Хамела, Дж. Хікса, Е. Чемберліна та ін., чий наукові роботи присвячені виявленню джерел конкурентних переваг фірми, а також розробці методів їх утримання. Вагомий внесок у розвиток зарубіжної теорії конкурентних переваг належить Дж. Барні, Р. Гранту, Р. Ейміту, Д. Тісу,

П. Шоемейкеру та ін. (ресурсна теорія); Ф. Муру (концепція коеволюційного розвитку фірми); М. Брандербургеру, Дж. Нейлбаффу (теорія співконкуренції).

Проте, незважаючи на безумовну значущість проведених досліджень, трансформація сучасної парадигми економічної науки на таку, що характеризується, передусім, синергетичною природою всіх економічних процесів та явищ, а також інформатизацією економіки, вимагає адаптації існуючих теорій конкурентоспроможності до вимог сучасності. Слід також зазначити, що більшість вітчизняних теорій конкурентоспроможності вибудовані на основі теорії конкурентних переваг М. Портера, яка не в повній мірі відповідає реальним умовам ведення бізнесу. Водночас, нинішні зарубіжні теорії вимагають адаптації до особливостей господарювання вітчизняних суб'єктів підприємництва.

Об'єкт та методика досліджень

Об'єктом дослідження є процес формування конкурентних переваг суб'єктів підприємницької діяльності. Методологічною та теоретичною основою дослідження є системний підхід до вивчення фундаментальних положень стосовно забезпечення конкурентних позицій підприємств, який ґрунтується на принципах комплексності, послідовності та невизначеності. У ході наукового дослідження використано абстрактно-логічний метод (зокрема, наукового абстрагування, аналогії та співставлення, індукції та дедукції, аналізу і синтезу), за допомогою якого розглянуто теоретичні основи процесу формування конкурентних переваг підприємств і надано визначення пов'язаних із ним понять. Використання методу моделювання дало змогу сформувати абстрактну модель процесу формування конкурентних переваг суб'єктів економічної діяльності та виявити їх синергетичну природу.

Результати дослідження

Сучасні дефініції конкурентних переваг ґрунтуються на виділенні їх найбільш значущих характеристик, розмаїття яких зумовлює відсутність універсального трактування поняття. П. Шоемейкер доходить висновку, що оволодіння конкурентними перевагами передбачає досягнення вищого порівняно із суперниками рівня результативності діяльності [17]. Згідно з іншою думкою, підприємство володіє конкурентними перевагами у тому випадку, якщо рівень його економічного прибутку вищий за середній рівень серед конкурентів [7, с. 389]. Г. Азоев вважає, що задля отримання конкурентних переваг суб'єкт підприємництва необхідно випередити конкурентів в економічній, технічній та організаційній сферах [1, с. 48]. По суті, всі наведені вище визначення відображають одну характеристику конкурентних переваг – ціль змагання. Проте, неповторність підприємств зумовлює унікальність і неспівставленність їх остаточних можливостей та пріоритетів. Тому, на нашу думку, однозначної

відповіді на питання, у чому саме підприємство має випередити своїх конкурентів, не існує. Ця відповідь є індивідуальною для кожного суб'єкта господарювання.

Класик ресурсної теорії Дж. Барні, розглядаючи переваги над конкурентами у контексті стратегічного розвитку, стверджує, що суб'єкт підприємницької діяльності володіє конкурентними перевагами, якщо він реалізує стратегію зі створення вартості і ця стратегія не може бути впроваджена жодним із існуючих чи потенційних конкурентів [5, с. 102]. Тобто формування та утримання конкурентних переваг, згідно поглядів науковця, здійснюються у два етапи: 1) розробка та реалізація стратегії створення вартості, яка забезпечує існування таких конкурентних переваг; 2) усунення можливості впровадження аналогічної стратегії існуючими та потенційними суперниками одночасно із підприємством. Така інтерпретація, на відміну від раніше наведених, підкреслює важливість не тільки випередження конкурентів та отримання переваг над ними, а й попередження загрози оволодіння суперниками тими самими перевагами шляхом імітації стратегії суб'єкта підприємницької діяльності.

Повертаючись до питання вартості зазначимо, що під створеною підприємством вартістю зазвичай розуміють вартість продукції, придбаної покупцями, за мінусом його витрат та витрат його постачальників [18, с. 217]. Це означає, що вартість створюється спільно із споживачами та постачальниками суб'єкта господарювання. Оскільки метою суб'єкта підприємництва є збільшення вартості, стратегія, орієнтована на таке зростання, має враховувати три правила: 1) приваблення споживачів конкурентної продукції шляхом забезпечення достатньої споживчої вартості; 2) приваблення ключових постачальників конкурентів шляхом забезпечення достатньої вартості постачальників (вартість продукції постачальників придбаної господарюючим суб'єктом за мінусом витрат постачальників); 3) приваблення інвестиційного капіталу конкурентів шляхом забезпечення достатньої вартості підприємства. Можливість утримання конкурентних переваг науковець вбачає у створенні максимальної вартості [18, с. 217–218]. Логіка наведеного не викликає сумнів і свідчить про те, що випередження конкурентів слід розглядати не як ціль встановлення конкурентних переваг, а як засіб їх формування.

Проте, лише одні конкурентні переваги на нинішньому етапі розвитку ринкових відносин не можна розглядати в якості джерела конкурентоспроможності. Як зазначалось вище, конкурентоспроможним можна вважати тільки те підприємство, що здатне не просто формувати конкурентні переваги, але й утримувати їх, тобто створювати стійку конкуренцію. В економічній літературі існують два загальноприйняті критерії стійкості конкурентних переваг. М. Портер, говорячи про результат використання стійких конкурентних переваг, має на увазі довготривалу ефективність, вищу за середній

рівень ефективності конкурентів [16, с. 11]. Концепцію залежності стійкості конкурентних переваг від строку їх використання підтримали і ряд інших науковців [8, с. 11; 10, с. 49; 9, с. 1118].

Водночас, недоліком наведених поглядів є відсутність чітко встановленого часового періоду використання конкурентних переваг, який визначає переваги як стійкі або тимчасові. Це зумовлює необхідність визначення критерію довгостроковості існування конкурентних переваг, яка забезпечила б їх стійкість. До таких критеріїв Р. Біл пропонує віднести тривалість життєвого циклу [6]. Наведена позиція, на нашу думку, є обґрунтованою, оскільки чим більша кількість послідовних стадій життєвого циклу, протягом яких застосовуються конкурентні переваги, тим більш стійкими вони є. Слід зазначити, що конкурентоспроможність підприємства передбачає конкурентоспроможність не тільки виготовленої продукції, а її його діяльності в цілому. Тому, в даному випадку, мова йдеться радше про поняття життєвого циклу окремого виду діяльності, а не продукції.

Загальноприйнятим є поділ життєвого циклу товару на чотири стадії: створення та виведення на ринок, розвиток, зрілість і занепад [2, с. 502–503]. Аналогічний розподіл використовується і по відношенню до життєвого циклу окремих видів діяльності фірми [6]. Дж. Мур підкреслює, що конкурентний статус підприємства залежить від його вміння штучно подовжувати кожен етап життєвого циклу конкретного виду економічної діяльності (бізнесекосистеми) на якомога довший період часу [14]. Це має забезпечити максимально можливий термін збереження конкурентних переваг. Коментуючи наведене, зазначимо, що не на всіх стадіях життєвого циклу своєї основної сфери діяльності (галузі) підприємство може володіти конкурентними перевагами. Наприклад, очевидно, що причиною настання періоду занепаду, який характеризується як негативний, є втрата суб'єктом підприємництва конкурентних позицій у даній сфері господарювання (галузі). В такому контексті постає питання стосовно рівня значущості кожного періоду життєвого циклу з точки зору існування конкретних конкурентних переваг.

Досліджуючи цю проблему, американські вчені Г. Хамел та К. Прахалад встановили, що конкурентні позиції неможливо зберігати, їх можна тільки створювати. Саме тому науковці наполягають на необхідності «заново проектувати» власну галузь шляхом кардинальної зміни вже існуючої сфери діяльності, або через створення зовсім нової [3, с. 21–23]. Особливо важливим у цьому випадку є своєчасність проведення запропонованих заходів. Очевидно, що для уникнення втрати конкурентних переваг, суб'єкт господарювання має вчасно, тобто на одній із перших стадій життєвого циклу поточного виду діяльності, розпочати процес підготовки чи трансформації теперішньої, або формування нової профільної галузі. В такий спосіб підприємство зможе

оминути стадії занепаду та загибелі, а тому і втрати конкурентних переваг. Узагальнюючи наведені висновки, зазначимо, що стійкість конкурентних переваг передбачає їх формування на якомога ранній стадії життєвого циклу окремого виду підприємницької діяльності та їх неперервне оновлення. Тобто пріоритетним є не підтримання окремого виду конкурентних переваг протягом якомога довшого періоду часу, а постійна заміна вже існуючих переваг новими, з метою неперервного забезпечення конкурентного статусу господарюючого суб'єкту.

Наведене зумовлює сталість конкурентних переваг, їх неперервне збереження протягом тривалого періоду часу. Саме цю характеристику визначено як інший критерій стійкості. Дж. Барні зазначає, що лише забезпечення неможливості імітації конкурентами стратегії, як джерела конкурентних переваг, та вигод від її впровадження можуть гарантувати підприємству стійкість конкурентних переваг [5, с. 102]. Тобто формування та утримання стійких переваг передбачає неможливість дублювання конкурентами: 1) джерел конкурентних переваг (стратегії, ресурсів, здатностей тощо); 2) самих конкурентних переваг (вигоди від впровадження стратегії, використання ресурсів, здатностей тощо). Це означає, що конкурентні переваги є стійкими в тому випадку, якщо вони продовжують існувати після спроб конкурентів їх скопіювати.

Отже, підприємство володіє *стійкими конкурентними перевагами*, якщо воно: 1) випереджає конкурентів за необхідними для неї параметрами; 2) забезпечує неперервність існування власних конкурентних переваг шляхом їх постійного оновлення (трансформації старих, або створення нових галузей діяльності), що дає можливість виключити із життєвого циклу галузі стадії занепаду та загибелі; 3) забезпечує сталість власних конкурентних переваг шляхом усунення можливості імітації цих переваг та їх джерел конкурентами.

Осягнення сутності процесу створення конкурентних переваг неможливе без виявлення та дослідження їх джерел. Оскільки підґрунтям діяльності будь-якого суб'єкта підприємницької діяльності є його ресурси, можна припустити, що найнижчим рівнем формування конкурентоспроможності підприємства є саме рівень його ресурсного забезпечення. Згідно найбільш розповсюдженої в західних джерелах дефініції, *ресурси* – це всі засоби, здатності, організаційні процеси, знання, інформація тощо, які контролюються фірмою і надають їй можливість виявити та впровадити оптимальні стратегії, що збільшуватимуть ефективність суб'єкта господарювання [20, с. 155]. Головний недолік цього та ряду інших подібних трактувань полягає у тому, що вони не ідентифікують особливі характеристики, які відрізняють ресурси господарюючих суб'єктів від інших її атрибутів. Тому наведені підходи дають підстави віднести до ресурсів будь-яку характеристику підприємства, включаючи самі конкурентні переваги [20,

с. 358]. У результаті недосконалості сучасних визначень в економічній літературі виникло кілька варіантів поетапності процесу трансформації джерел конкурентних переваг на стійкі конкурентні переваги: 1) ресурси → стійкі конкурентні переваги; 2) ресурси → здатності → стійкі конкурентні переваги; 3) ресурси та здатності → ключові компетенції → стійкі конкурентні переваги. По суті всі наведені точки зору спираються на те, що першоджерелом конкурентних переваг є наявні у підприємства ресурси. Основна ж відмінність між цими поглядами полягає у тому, що кожний додатковий компонент процесу створення переваг, а саме здатності та компетенції, на думку авторів, не можна віднести до ресурсів, але враховувати їх необхідно. Тому, ідентифікація єдино правильного підходу до процесу формування конкурентних переваг вимагає аналізу сутності всіх зазначених джерел, які включають ресурси, здатності та компетенції.

Ресурси є основою здійснення підприємницької діяльності або, іншими словами, вони представляють собою первинні засоби забезпечення процесу господарювання. Первинність, в даному випадку, означає, що ресурси визначають лише вихідні позиції підприємства у конкурентній боротьбі. Рівень же його конкурентоспроможності зумовлюється характером та результативністю перетворення первинних ресурсів на певний результат. Отже, відмінними характеристиками ресурсів суб'єкта підприємництва є їх первинність та виконання функції забезпечення процесу створення нової якості (результату). Враховуючи зазначене, ресурси можна визначити як первинні засоби, які підприємство у процесі господарської діяльності трансформує у певний кінцевий результат.

Однак, очевидним є той факт, що наявність подібних вихідних ресурсів не гарантує підприємствам однакові конкурентні позиції та, відповідно, тотожність рівнів конкурентоспроможності. Це дає підстави стверджувати, що у процесі модифікації ресурсів на конкурентні переваги існує як мінімум одна проміжна ланка. Більшість дослідників в якості останньої виділяють здатності підприємства. Згідно висновків Р. Ейміта та П. Шоемейкера, здатності підприємства відображають спроможність застосовувати ресурси та/або їх комбінації, використовуючи організаційні процеси з метою досягнення поставленої мети [4, с. 35]. Цієї ж позиції притримується Р. Грант, вважаючи, що здатності відображають результат взаємодії ресурсів [11, с. 120]. Зважаючи на непристосованість значної кількості підприємств до невизначеності економічних процесів, нині багато науковців серед властивостей джерел конкурентних переваг почали виділяти і здатність адекватно реагувати на зовнішні зміни. В результаті цього виникло нове поняття «динамічні здатності», яке Д. Тіс та його колеги пов'язали, по-перше, зі здатністю створювати нові комбінації ресурсів і, по-друге, зі спроможністю адаптуватись до змін зовнішнього середовища [19,

с. 516]. Необхідність врахування динамічних здатностей у процесі встановлення конкурентних позицій підприємства, на нашу думку, є незаперечною. Важливим при цьому є виявлення їх ролі у створенні конкурентних переваг.

Часто вчені з-поміж інших видів ресурсів окремо виділяють трудові ресурси, підкреслюючи, в такий спосіб, їх провідну роль у процесі формування конкурентних переваг. М. Пешич, використовуючи термін «структурний капітал», визначає його як такий, що підсилює або стримує віддачу від використання ресурсів шляхом координації та кооперації трудових ресурсів підприємства [15, с. 202]. Іншими словами, автор інтерпретує структурний капітал як результат цілеспрямованого впливу комбінації трудових ресурсів на ефективність застосування всіх інших видів ресурсів. Б. Когут та У. Зандер використовують поняття «комбінаційні здатності» для описання організаційних процесів підприємства, за допомогою яких воно синтезує нові знання (як особливу форму ресурсів) й оволодіває ними з метою розширення сфер застосування первинних засобів діяльності [13, с. 384–385, 391]. Підкреслимо, що нові знання є результатом трансформації вже існуючих. Аналогічно Р. Гендерсон та Я. Кокбурн виділяють термін «архітектурна компетенція», що представляє собою здатність об'єднувати наявні та, за рахунок цього, формувати нові необхідні складові компетенції (ресурси, знання та вміння) [12, с. 66–67].

Зазначене свідчить про те, що у теорії конкурентних переваг інтерпретація сутності поняття «ресурси» істотно відрізняється від її загальноприйнятого тлумачення. Наприклад, кормові культури, які вирощують м'ясо-молочні підприємства для власного споживання традиційно розглядають або як результат їх діяльності у галузі кормовиробництва, або як ресурс для виготовлення м'ясо-молочної продукції. У теорії ж конкурентних переваг виготовлені корми представляють собою комбінацію первинних ресурсів (землі, трудових ресурсів, основних та оборотних фондів тощо). При цьому першочергова роль відводиться не результату такої інтеграції (кормам), а спроможності підприємства її забезпечити (здатності самостійно забезпечувати процес виробництва основної продукції сировиною). Однак, теоретично така трансформація може продовжуватись нескінченно довго: ресурси модифікуються у здатності, ті, у свою чергу, – у нові здатності, останні – у здатності вищого рівня тощо. Відтак, на певному етапі процесу перетворення чергові здатності мають набути таких властивостей, які б забезпечили підприємству формування стійких конкурентних переваг.

Р. Ейміт та П. Шоемейкер вважають, що джерелами конкурентних переваг можуть бути лише ті ресурси та здатності, які мають стратегічну цінність. Умовою існування останньої є обмеженість, висока складність використання та імітації з боку конкурентів, обмежена можливість заміни, стійкість ресурсів та здатностей підприємства та їх сумісність зі стратегічними факторами галузі [4,

с. 37–38]. Дж. Барні стверджує, що конкурентні переваги формуються на рівні ресурсного забезпечення підприємства. Згідно висновків науковця, стійкими конкурентними перевагами володіють тільки ті суб'єкти підприємництва, ресурси яких є цінними, рідкісними і такими, що не можна зімітувати та замінити [5, с. 106–112]. Слід однак зазначити, що в реальності сфери діяльності, ресурси яких задовольняють останні дві вимоги, зустрічаються дуже рідко. Засоби господарської діяльності практично всіх галузей народного господарства можна охарактеризувати як умовно унікальні, неповторювані та незамінні. Ця умовність проявляється в тому, що за необхідності ресурси більшості підприємств можна частково або повністю відтворити. Зазначене зумовлює необхідність розділення понять «стійкі конкурентні переваги» та «рівень стійкості конкурентних переваг». Перше характерне саме для «ідеальних» галузей, ресурси яких неможливо зімітувати. В інших же випадках йдеться про потенціал стійкості конкурентних переваг, що залежить від того, наскільки характеристики галузевих ресурсів відхиляються від «ідеального» рівня.

З наведеного випливає, що згідно результатів дослідження Дж. Барні у процесі створення й утримання конкурентних переваг головним є не ефективна, у контексті максимізації рівня конкурентоспроможності, організація господарської діяльності, а вибір якомога «ідеальнішої» сфери господарювання. Однак слід враховувати той факт, що вже функціонуючі підприємства не в змозі кардинально змінювати свій вид діяльності. Це дає підстави стверджувати, що теорія про забезпечення неповторності конкурентних переваг тільки за рахунок незамінності та неповторності ресурсної бази для більшості підприємств є недієвою, що підтверджує попередні висновки про існування інших, окрім ресурсів, джерел стійких конкурентних переваг.

Оскільки для виробництва та реалізації одного виду продукції або послуг підприємці використовують відносно однотипні ресурси, більшість вихідних засобів забезпечення господарської діяльності можуть бути відтворені конкурентами із незначними відмінностями. Водночас здатності, які утворюються в результаті об'єднання ресурсів, часто досить складно зімітувати. Це пояснюється тим, що навіть незначні відмінності в якісних і кількісних параметрах ресурсів у процесі трансформації перетворюються на більш істотні відмінні риси. У дослідженні рівень імітабельності (від англ. *imitable* – той, що піддається імітації) об'єкту пропонується вимірювати в частках від одиниці. Тоді загальний рівень імітабельності сукупності ресурсів обчислюється як добуток рівня імітабельності кожного окремого засобу господарювання. Повторення ж здатності підприємства вимагає відтворення: 1) всіх його ресурсів, що формують здатність; 2) унікальної комбінації цих ресурсів. Наведене до зазначеного вище добутку додасть ще один елемент – рівень імітабельності самої комбінації. Тобто у процесі модифікації ресурсів на здатності виникає синергетичний ефект: рівень

імітабельності здатності суб'єкта підприємницької діяльності нижчий за рівень імітабельності всіх ресурсів, в результаті інтеграції яких було створено цю здатність:

$$I_z < \prod_{i=1}^n I_{pi};$$

$$I_z = I_k \cdot \prod_{i=1}^n I_{pi},$$

де I_z – рівень імітабельності здатності;

I_{pi} – рівень імітабельності ресурсу-джерела здатності i -го виду;

I_k – рівень імітабельності комбінації ресурсів.

Загальний синергетичний ефект від трансформації всіх ресурсів, залучених до процесу формування конкурентної переваги, можна зобразити таким чином:

$$I_{kn} < \prod_{g=1}^l I_{pg};$$

$$I_{kn} = \prod_{j=1}^m I_{kj} \cdot \prod_{g=1}^l I_{pg},$$

де I_{kn} – рівень імітабельності конкурентної переваги;

I_{kj} – рівень імітабельності комбінації ресурсів j -го виду;

I_{pg} – рівень імітабельності ресурсу g -го виду;

l, m – кількість, відповідно, ресурсів та комбінацій ресурсів, що утворюють конкурентну перевагу.

Наведене свідчить про те, що рівень імітабельності та, відповідно, стійкості конкурентних переваг залежить від: 1) кількості здатностей (унікальних комбінацій ресурсів та здатностей нижчого порядку), які формують конкуренту перевагу; 2) рівня імітабельності кожного окремого джерела конкурентної переваги (ресурсів та їх комбінацій). Отже, джерела конкурентних переваг мають багаторівневу структуру: на першому рівні виділено ресурси, на другому – їх комбінації, на третьому – результати інтеграції ресурсів та їх комбінацій, тобто здатності (рис. 1). Однак, зважаючи на існування ймовірності повторення конкурентних переваг конкурентами, суб'єктам господарювання не можна ігнорувати необхідність поточного моніторингу з метою вчасного виявлення відповідних загроз. Необхідним є також врахування стохастичних характеристик процесів розвитку зовнішнього середовища підприємства. У зв'язку із цим від наведених джерел конкурентних переваг слід відділити вже згадувані динамічні здатності, які передбачають спроможність підприємства адаптуватись до змін

оточуючого середовища. Важливим є формування цього виду здатності на всіх трьох рівнях процесу створення конкурентної переваги.

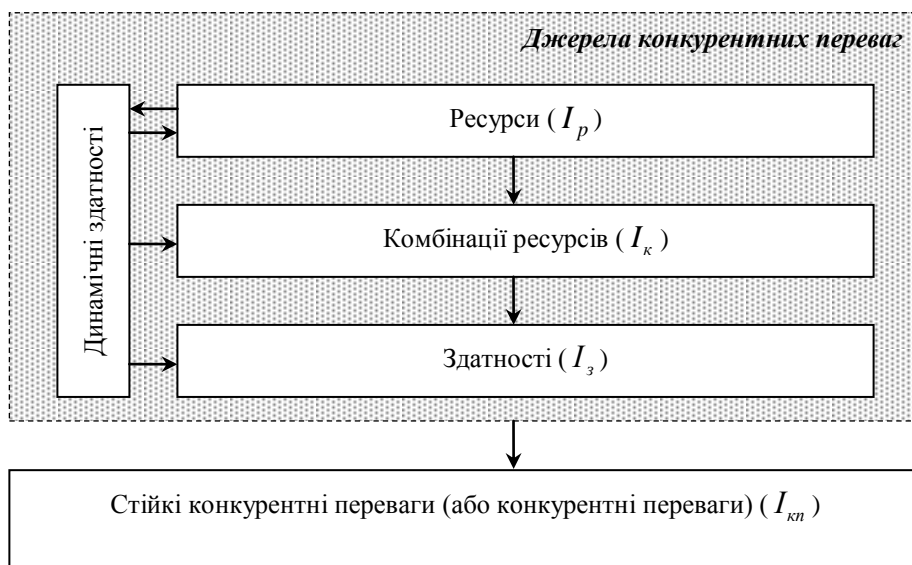


Рис. 1. Схема процесу формування стійких конкурентних переваг підприємства

Таким чином, вимогу усунення можливості імітації конкурентних переваг суперниками доцільно задовольняти шляхом усунення можливості відтворення здатностей вищих рівнів, а не первинних ресурсів. Тоді у спрощеному вигляді процес управління конкурентоспроможністю підприємства має задовольняти умову мінімізації функції імітабельності здатностей підприємства:

$$I_z = f(I_k; I_p) \rightarrow \min.$$

Запропонована модель забезпечення максимального рівня стійкості конкурентних переваг підприємства інтерпретує та пояснює механізм формування стійких конкурентних переваг із врахуванням системних властивостей досліджуваного процесу. Результати дослідження свідчать про те, що конкурентні переваги слід розглядати не просто як індикатор результативності діяльності підприємства, а як системну властивість процесу господарської діяльності, що розглядається як система.

Висновки

Утримання конкурентних позицій підприємства передбачає не тільки створення переваг відносно конкурентів, але й забезпечення їх стійкості. Господарська діяльність підприємства представляє собою систему, компонентами якої є ресурси, їх комбінації та здатності. Конкурентні переваги є

результатом взаємодії наведених складових та, відповідно, системною властивістю підприємницької діяльності. Чим істотнішою є відмінність між вихідними складовими системи та системною властивістю в контексті їх імітабельності, тим вищим є рівень стійкості конкурентних переваг та, відповідно, рівня конкурентоспроможності суб'єкта господарювання. Це означає, що однаково важливим є дослідження і самих компонентів системи (джерел конкурентних переваг), і їх взаємозв'язків.

Перспективи подальших досліджень

В подальших дослідженнях увагу слід зосередити на розробці моделі процесу формування конкурентних переваг, яка окрім вже наведеного внутрішнього (в межах підприємства) механізму формування конкурентних переваг враховувала б зовнішні чинники впливу на цей процес. Для цього необхідно виявити зазначені фактори, а також кількісно обґрунтувати їх значущість.

Література

1. *Азоев Г.Л.* Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков. – М.: ОАО «Тпография «НОВОСТИ», 2000. – 256 с.
2. *Котлер Ф.* Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, 9-е изд. [Пер. с англ.] – М. : Издательский дом «Вильямс», 2003. – 1200 с.
3. *Хамел Г.* Конкурируя за будущее. Создание рынков завтрашнего дня / Г. Хамел, К.К. Прахалад, [Пер. с англ.] – М. : ЗАО «Олимп-Бизнес», 2002. – 288 с.
4. *Amit R.* Strategic Assets and Organizational Rent / R. Amit, P. Schoemaker // *Strategic Management Journal.* – 1993. – Vol. 14. – P. 33–46.
5. *Barney J.* Firm Resources and Sustained Competitive Advantages / Jay Barney // *Journal of Management.* – 1991. – Vol. 17, № 1. – P. 99–120.
6. *Beal R.M.* Competitive Advantage: Sustainable or Temporary in Today's Dynamic Environment? / Reginald M. Beal [Online]. – Available from : <http://www.sba.muohio.edu/abas/2001/brussels/reginaldbeal.pdf>.
7. *Besanko D.* Economics of Strategy / D. Besanko, D. Dranove, M. Shanley. – 2nd Ed. – New York : John Wiley & Sons, 2000. – 436 p.
8. *D'Aveni Richard A.* Hypercompetition: Managing the dynamics of strategic maneuvering / Richard A. D'Aveni. – New York: The Free Press, 1994. – xix, 421 p.
9. *Eisenhardt K.M.* Dynamic Capabilities: What are they? / K.M. Eisenhardt, J.A. Martin // *Strategic Management Journal.* – 2000. – № 21. – P. 1105-1121.
10. *Ghemawat P.* Strategy and The Business Landscape: Text and cases / Pankaj Ghemawat, David J. Collis, Gary P. Pisano, Jan W. Rivkin. – Massachusetts: Prentice Hall, 1999. – 464 p.

11. *Grant R.M.* The Resources-Based Theory of Competitive Advantage: Implications of Strategy Formulation / R.M. Grant. – California Management Review. – 1991. – Vol. 33, № 3. – P. 114–135.
12. *Henderson R.* Measuring Competence? Exploring Firm Effects in Pharmaceutical Research / R. Henderson, I. Cockburn // Strategic Management Journal. – 1994. – № 15. – P. 63–84.
13. *Kogut B.* Knowledge of the Firm, Combinative Capabilities, and the Replication of Technology / B. Kogut, U. Zander // Organization Science. – 1992. – Vol. 3, № 3. – P. 383–397.
14. *Moore J.F.* The Death of Competition / J. F. Moore. – NY: Harper Business, 1996. – 297 p.
15. *Pešić M.A.* Six Sigma Philosophy and Resource-Based Theory of Competitiveness: an Integrative Approach / Marija Andjelković Pešić. – 2007. – Facta Universitatis. – Vol. 4, № 2. – P. 199–208.
16. *Porter M.E.* Competitive advantage: creating and sustaining superior performance / M.E. Porter. – New York: Free Press, 1985. – 592 p.
17. *Schoemaker P.J.H.* Strategy, Complexity and Economic Rent / P.J.H. Schoemaker // Management Science. – 1990. – Vol. 36, № 10. – P. 1178–1192.
18. *Spulber F. Deniel* Economics and Management of Competitive Strategy / Deniel F. Spulber. – Singapore: World Scientific Publishing, 2009. – X, 510 p.
19. *Teece D.J.* Dynamic Capabilities and Strategic Management / David J. Teece, Gary Pisano, Amy Shuen // Strategic Management Journal. – 1997. – Vol. 18, № 7. – P. 509–533.
20. *Wernerfelt B.* A Resource-Based View of the Firm / B. Wernerfelt // Strategic Management Journal. – 1984. – Vol. 5, № 2. – P. 171–180.