

# The classification of enterprise's competitive advantages

Yulia Philipenko

Accounting, Economics and Human Resources Management of Enterprise Department, Prydniprov's'ka State Academy of Civil Engineering and Architecture, UKRAINE, Dnipropetrovsk, Chernushevskogo street 24a, E-mail: chinch\_a@mail.ru

The necessity of enterprise's competitive advantages forming is grounded in the article, competitive advantages' types classification is presented. The main aim of this classification is segregation of the most and the least important advantages for their rational using.

Conquest and maintenance of competitive advantages are the key factors of enterprise's success in competitive activity.

Competitive advantages are enterprise's positive differences from competitors in some or all types of activity, which provide increase of socio-economic efficiency in a short-term period and survival in long-term due to the permanent search of new possibilities and rapid adaptation to the environment and changeable terms of competitive activity.

Different authors pick out such classification signs of enterprise's competitive advantages: source of origin; degree of stability; character of dynamics and possibility of imitation; method of receipt; duration of action; factors and subjects; level of hierarchy; methods of competition; content of advantage's factor; sphere of display; type of got effect from realization of advantage; strategic orientation; probability of success; influence on enterprise's potential; origin; character of origin; degree of meaningfulness for an enterprise; possibility to manage; accordance of enterprise's aims; role in providing of competition strategy.

This resulted classification covers the majority of competitive advantages that can be formed on a concrete enterprise.

The type of competitive advantage determines enterprise's economic feasibilities and the most rational ways of their realization.

# Класифікація конкурентних переваг підприємства

Юлія Філіпенко

Кафедра обліку, економіки і управління персоналом підприємства, ДВНЗ „Придніпровська державна академія будівництва та архітектури”, УКРАЇНА, м. Дніпропетровськ, вул. Чернишевського, 24а, E-mail: chinch\_a@mail.ru

*У статті обґрунтована необхідність формування конкурентних переваг для підприємства. Систематизовано види конкурентних переваг за різними класифікаційними ознаками, з метою виділення найбільш значущих і менш суттєвих, їх доцільного поєднання.*

**Ключові слова** – конкурентоспроможність, конкурентна перевага, підприємство, класифікація, ознака, вид.

## I. Вступ

Для стабільного функціонування в умовах мінливого зовнішнього середовища будь-яке підприємство має бути конкурентоспроможним. Забезпечення конкурентоспроможності базується на формуванні певних конкурентних переваг та їх утриманні протягом тривалого часу. Завоювання й утримання конкурентних переваг – ключові фактори успіху підприємства у конкурентній боротьбі.

## II. Класифікація конкурентних переваг підприємства

Питанням створення та розробки методології управління конкурентними перевагами різних об'єктів присвячені роботи як закордонних вчених-економістів – Г.Л. Азоева, А.П. Челенкова, М. Портера, Р.А. Фатхутдінова, так і вітчизняних дослідників – А. В. Войчака, Р. В. Камишнікова, Ю. Б. Іванова, П. А. Орлова, О. Ю. Іванової та ін. [1, 2, 3, 4, 5].

Конкурентні переваги – це позитивні відмінності підприємства від конкурентів у деяких або в усіх сферах діяльності, які забезпечують підвищення соціально-економічної ефективності у короткостроковому періоді й виживання в довгостроковому у рахунок постійного пошуку нових можливостей і швидкої адаптації до навколишнього оточення та умов конкурентної боротьби, що змінюються [3].

Конкурентні переваги підприємства можуть відрізнятися за своєю природою, способом отримання, сферою прояву та багатьма іншими характеристиками.

У науковій літературі не існує єдиного підходу до класифікації конкурентних переваг. Різні автори виділяють такі види конкурентних переваг підприємства:

- 1) за джерелом виникнення – зовнішні та внутрішні [5];
- 2) за ступенем відтворюваності (стійкості) – переваги низького та переваги високого порядку [4];
- 3) за характером динаміки та можливістю імітації – сезонні, унікальні, переваги, що імітуються [1];
- 4) за способом отримання – у спадщину, у навчання, переміщення, впровадження нововведень [5];

- 5) за тривалістю дії – довгострокові, середньострокові, короткострокові [1];
- 6) за факторами та суб'єктами – кон'юнктура ринку, державна політика у сфері регулювання конкуренції, однорідні та підтримуючі галузі, діяльність конкурентів і безпосередньо підприємства, економічні, техніко-технологічні, організаційні, управлінські, маркетингові, соціально-психологічні, географічні, екологічні [1, 3];
- 7) за рівнем ієрархії – на рівні товару, на рівні торгової марки, на рівні підприємства, на рівні галузі, на рівні національної економіки, на рівні світової економіки [1];
- 8) за методами конкуренції – цінові, нецінові [1];
- 9) за змістом фактора переваги – якість товару, ціна товару, витрати споживача товару, якість сервісу товару [1, 3, 5];
- 10) за сферою прояву – НДДКР, виробництво, реалізація, сервіс і експлуатація [1];
- 11) за видом одержуваного ефекту від реалізації переваги – науково-технічний, економічний, соціальний, екологічний [5];
- 12) за стратегічною спрямованістю – створені для сфери, де діють пріоритетні конкуренти, створені для задоволення нових потреб або нових методів їх задоволення [2];
- 13) за імовірністю успіху – ймовірні, очевидні [2];
- 14) за впливом на потенціал підприємства – формують потенціал, використовують наявний потенціал [2];
- 15) за походженням – створені з урахуванням стабільності ринкових ситуацій, створені як відповіді на зміни в навколишньому бізнес-середовищі [2];
- 16) за характером виникнення – первинні, вторинні (похідні) [3];
- 17) за ступенем значущості для підприємства – базові, другорядні [3];
- 18) за можливістю управління з боку підприємства – регульовані, нерегульовані [3];
- 19) за відповідністю характеру цілей підприємства – тактичні, стратегічні [3];
- 20) за роллю у забезпеченні конкурентної стратегії – засновані на диференціації (якісні), засновані на низьких витратах (вартісні) [3].

Наведена класифікація охоплює більшість конкурентних переваг, які можуть бути сформовані на конкретному підприємстві.

Наявність конкурентних переваг у суб'єкта господарювання визначає його конкурентоспроможність, яка є однією з найважливіших характеристик, у якій відображається сутність конкуренції.

### III. ВИСНОВОК

У результаті аналізу класифікацій, запропонованих закордонними та вітчизняними науковцями, було систематизовано науково-методичні підходи до розподілу видів конкурентних переваг підприємства.

Вид конкурентної переваги визначає економічні можливості підприємства та найбільш доцільні шляхи їх реалізації. Класифікація, як групування конкурентних переваг за певними ознаками, дозволить виділити найбільш значущі і менш суттєві переваги, їх доцільне поєднання допоможе підприємству у виборі найбільш прийнятної та правильного шляху досягнення поставлених цілей.

Стрімке підвищення рівня конкуренції, зростання вимогливості споживачів призводить до того, що у найближчі десятиліття досягти успіху може лише та організація, яка володітиме конкурентними перевагами у різних сферах, постійно розвиваючи та вдосконалюючи їх.

### Література

- [1] Азоев Г.Л., Челенков А.П. Конкурентные преимущества фирмы / Азоев Геннадий Лазаревич. – М.: ОАО «Тип «НОВОСТИ», 2000. – 256 с.
- [2] Войчак А.В., Камишніков Р.В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація / Войчак Анатолій Володимирович, Камишніков Роман Вікторович // Маркетинг в Україні. – 2005. – № 2. – С. 50 – 53.
- [3] Іванов Ю.Б. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток [Текст]: монографія / Іванов Ю.Б., Орлов П.А., Іванова О.Ю. – Харків: Інжек, 2008. – 352 с.
- [4] Porter M.E. Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance. – New York: The Free Press, 1992. – 557 с.
- [5] Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Раїс Ахметович. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 312 с.