

The concept of formation of competitive advantages of the enterprise
Salita S. (Ukraine)
Концепции формирования конкурентных преимуществ предприятия
Салита С. В. (Украина)

*Салита Светлана Викторовна / Salita Svetlana - кандидат экономических наук, доцент,
кафедра финансов и кредита, институт экономики и финансов,
Луганский университет имени Владимира Даля, г. Луганск, Украина*

Аннотация: обоснована необходимость разработки новых подходов к формированию конкурентных преимуществ предприятия. Установлено, что к организационным факторам, обеспечивающим формирование конкурентных преимуществ предприятия, относятся способности предприятия и его компетенции.

Abstract: the necessity to develop new approaches to the formation of competitive advantages of enterprises is grounded. Revealed that the organizational factors that ensure the formation of competitive advantages of enterprises include the capabilities of the enterprise and its competences.

Ключевые слова: компетенции, конкурентные преимущества, способности, организационные факторы, предприятие, ресурсная теория.

Keywords: competences, competitive advantages, capabilities, intra-organizational factors, enterprise resource theory.

Процесс выживания и непрерывного развития предприятия в условиях жесткой конкуренции является обеспечением устойчивого преимущества над конкурентами, использование которого будет гарантией долгосрочного и результативного существования и развития предприятия. Возникновение новых подходов и концепций формирования конкурентных преимуществ предприятия в условиях постиндустриального общества обуславливает актуальность темы исследования и ее практическую значимость.

С начала 1990-х годов в мировой теории и практике стратегического управления доминирует ресурсный подход, основным постулатом которого является то, что конкурентные преимущества современного предприятия все меньше зависят от внешней среды и все больше - от эффективности использования внутренних ресурсов [1]. Аксиомами ресурсной концепции есть два эмпирических обобщения: существуют системные различия между предприятиями, которые заключаются в степени контроля за ресурсами, необходимыми для реализации стратегий и эти различия являются относительно стабильными.

Ресурсный подход подчеркивает, что ключом к высоким прибылям является не подражание лучшим моделям конкурентного поведения, а всестороннее развитие уникальности предприятия как основы предложения потребителям неповторимых товаров и услуг.

В современных условиях бизнеса залогом обеспечения конкурентных преимуществ становится способность предприятия к непрерывному новаторству. Способности к инновациям должны быть уникальными, сложно поддаваться копированию или приобретению на рынке конкурентами, что обеспечивается, благодаря так называемым «механизмам изоляции», к которым можно отнести отраслевые технические стандарты (пример: Microsoft), уникальные активы, «неявное» знание (технологические и управленческие ноу-хау), высокие расходы привлечения новых поставщиков и др.

Современное развитие ресурсной теории происходит по двум направлениям. Во-первых, все больше сторонников завоевывает концепция «динамических возможностей» предприятия, что есть (по определению автора концепции Д. Тисса и пр.) его «потенциалом интеграции, создания и реконфигурации внутренних и внешних компетенций для соответствия среде, которая быстро меняется»[2]. При определении знания как ценного ресурса предприятия логика его стратегических действий становится продолжением ресурсного подхода в целом и концепции динамических возможностей частности: различия в хозяйственных результатах предприятий интерпретируются как следствие асимметрии имеющихся в них знаний.

Результаты собственных исследований позволили определить способности предприятия как уникальную совокупность ресурсов знаний, которые представляют собой определенный потенциал, в условиях соответствующего ресурсного обеспечения способен обеспечить предприятию ожидаемый результат (прибыль или конкурентоспособность).

Анализ данных, полученных в ходе исследования, позволяет сделать вывод, что конкурентные преимущества предприятия создают опознанные потребителями ключевые атрибуты продукта предприятия, которые обуславливают его потребительскую ценность, определяют уникальность предприятия в конкурентной среде, и влияют на уровень его прибыли. Из этого определения вытекает

необходимость дальнейших исследований внутренних источников конкурентных преимуществ предприятия, основанные на способности предприятия обеспечить более высокую, чем у конкурентов, потребительскую ценность товаров и услуг и создавать опознанные ключевые атрибуты, присущие только данному предприятию.

Литература

1. *Катыкало В. К.* Организационные факторы конкурентных преимуществ фирм [Электронный ресурс]: В. К. Катыкало. Режим доступа: http://www.kmtec.ru/publications/library/select/org_factor_kpf.shtml.
2. *Teece D. J.* Dynamic capabilities and strategic management / D.J. Teece, G. Pisano, A. Shuen // *Strategic management journal*. - 1997. - Vol. 18. - № 7. - P. 51 - 61.