

**Данилюк Роман Петрович, магістрант,  
Стефанишин Лілія Стефанівна, к.е.н, доцентка,  
доцентка кафедри міжнародної економіки,  
маркетингу і менеджменту**

## **ПІДХІД ДО КЛАСИФІКАЦІЇ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ**

Вітчизняні та зарубіжні автори, що займаються проблемою конкурентоспроможності та конкурентних переваг, насамперед, розглядають конкурентні переваги з погляду формування їх джерел, визначення їх якісної та кількісної характеристик і пропозицій механізму з формування та утримання конкурентних переваг, але не приділяють достатньої уваги їх класифікації.

Класифікація М. Портера базується на понятті конкурентної переваги фірми в галузі [2]. Він виділяє два основних види конкурентної переваги: конкурентну перевагу на основі більш низьких витрат; конкурентну перевагу на основі диференціації.

Г.Азоев і А.Челенков у своїх працях встановили кілька критеріїв поділу конкурентних переваг на групи:

- унікальні переваги – імітувати чи відтворити які неможливо;
- імітовані переваги – можуть бути відтворені конкурентами.

Конкурентні переваги за характером динаміки можуть бути стійкими чи нестабільними. Стійкі конкурентні переваги діють безперервно протягом усього свого терміну дії, а нестабільні мають точки розриву [1].

Низькі витрати відображають здатність організації розробляти, виробляти і реалізувати порівнянний товар із меншими витратами, аніж її конкуренти. Диференціація передбачає знаходження способу забезпечити покупця унікальною і більшою його цінністю в новій якості товару, його особливих споживчих властивостях і післяпродажного обслуговування. Ці обидва типи конкурентних переваг дозволяють підприємству отримувати більший прибуток, ніж конкуренти.

Друга ознака класифікації – це сфера конкуренції на яку орієнтується організація в межах своєї галузі (кількість різновидів товару, каналів збут тощо).

На нашу думку існуючі підходи щодо класифікації конкурентних переваг вимагають уточнення. На рис. 1 наведено уточнену класифікацію конкурентних переваг за основними критеріями.

За характером джерела виділяють [2-4]:

- економічні чинники джерела;
- чинники структурного характеру;
- географічні чинники;
- інформаційні чинники;
- технологічні чинники;
- адміністративні чинники;
- демографічні чинники;



**Рис. 1. Класифікація конкурентних переваг**

Складено за [2-4]

- чинники не правового характеру;
- чинники структурного характеру.

За рівнем ієрархії:

- рівень товару;
- рівень організації;
- рівень галузі;
- рівень економіки

За місцем виникнення:

- зовнішнього характеру;
- внутрішнього характеру

За можливістю імітації:

- унікальні;
- імітовані

За характером виникнення:

- природні;
- згенеровані.

За ступенем використання:

- існуючі;
- потенційні.

На наш погляд, слід поряд з уже запропонованими в економічній літературі напрямками угруповання конкурентних переваг виділити їх поділ за наступними напрямками: за характером виникнення і за ступенем використання.

За характером виникнення:

- природні – конкурентні переваги, що існують об'єктивно і організація не може впливати на їх створення, проте на нашу думку, важливо виявити такі переваги, для того щоб їх використовувати, адже не секрет, що не всі можливості зовнішнього середовища використовуються в повному обсязі.
- згенеровані – конкурентні переваги, що організація може створювати за допомогою реалізації конкурентної стратегії.

Так само важливо поділяти конкурентні переваги за ступенем використання:

- існуючі (використовувані) - конкурентні переваги, що фактично існують і їх необхідно використовувати.
- потенційні – ті переваги, які за певних умов можливо використовувати в майбутньому.

Таким чином, теоретична регламентація і науково обґрунтована класифікація конкурентних переваг є основою управління організацією в умовах конкурентної боротьби, а застосування розроблених наукових підходів у практичній діяльності сприяє досягненню конкурентоспроможності.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков; Гос. ун-т упр., Нац. фонд подготовки кадров. М.: Новости, 2000. - 254 с.
2. Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов. / М. Э. Портер; пер. с англ. И. Минервин. - М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. - 454 с.
3. Піддубний І.О., Піддубна А.І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: Навчальний посібник / За ред. проф. І. О. Піддубного. - Х.: ВД "ІНЖЕК", 2004. - 264 с.
4. Сафиуллин Н.З. Конкурентные преимущества и конкурентоспособность / Н.З. Сафиуллин, Л. Н. Сафиуллин Казань: Изд-во Казанского ун-та, 2002 – 103 с.

---

**Жураківська Мар'яна Ігорівна, магістрантка,  
Дмитришин Марта Василівна, к.е.н., доцентка,  
доцентка кафедри управління та адміністрування**

#### **ГЛОБАЛЬНА ЦІННІСТЬ ВІДКРИТИХ ДАНИХ**

«Хто володіє інформацією, той володіє світом» (Н. Ротшильд). З даним твердження дуже важко сперечатися. Дійсно, інформація у сучасному світі – це найцінніший глобальний ресурс. Сьогодні таку інформацію можна отримати із відкритих джерел. Основними джерелами інформації виступають портали відкритих даних.