

УДК 658.012:339.137.2

DOI: 10.31673/2415-8089.2019.025057

Легомінова С.В., к.е.н., доц.,
Державний університет
телекомунікацій

КОНЦЕПЦІЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМИ ПЕРЕВАГАМИ ПІДПРИЄМСТВА

У статті запропонована концепція управління конкурентними перевагами підприємства. Наведено трьохрівневу систему управління конкурентними перевагами підприємства з виокремленням на емпіричне, теоретичне та методологічне плато. Акцентовано на необхідності новітніх підходів до осмислення, оцінки та тлумачення зовнішнього середовища.

Ключові слова: концепція, управління, конкурентні переваги, підприємство, зовнішнє середовище.

Постановка проблеми. Стратегічне управління конкурентними перевагами підприємства набуває особливої актуальності в період глобалізаційних змін та динамічного розвитку економіки. Здатність релевантно реагувати на зміни зовнішнього середовища, застосовувати інноваційні стратегії, нові технології, формувати конвергентні послуги, перекваліфіковувати персонал, змінювати системи управління, удосконалювати комунікаційні ланцюги внутрішнього та зовнішнього контуру, дозволяє підприємствам продукувати стійкі конкурентні переваги короткострокового або довгострокового життєвого циклу, мотивує проводити наукові пошуки щодо розв'язання проблеми формування стратегії управління конкурентними перевагами підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у розробку теорії стратегічного управління зробили такі відомі західні та вітчизняні фахівці у сфері управління, як Вульф Т., Гудзь О., Гусева О., Дідик А., Зотт К., Ендрюс К., Когут Б., Крістенсен К., Мейсснер П., Мінцберг Х., Портер М., Санчес Р., Стабнер С., Стецюк П., Тис Д., Уінтер С., Хамел Г., Холод Б., Чезборо Г., Чандлер А., Штайнер Дж..

Але деякі питання концептуального характеру щодо управління конкурентними перевагами підприємства вимагають уточнення та інноваційних підходів до досліджень.

Метою дослідження є розробка концепції управління конкурентними перевагами підприємства. особливостей управління конкурентними перевагами.

Виклад основного матеріалу. Концепція від (лат. *conceptio* – уявлення, сприйняття) – система поглядів на певні явища, спосіб тлумачення явищ, дій, розуміння теорії; форма і засіб наукового пізнання, що є способом розуміння, пояснення, тлумачення основної ідеї, теорії; науково обґрунтоване і логічно доведене вираження основного змісту теорії, але на відміну від теорії воно ще не може бути втіленим у систему точних наукових понять; в економіці – система поглядів, помислів, що визначають основний напрям, стратегію і тактику реалізації бізнесово-підприємницьких проектів, програм [1].

Концепція передбачає вибір теоретичного підґрунтя наукових досліджень, з чітким визначенням та формулюванням понять, суджень, висновків, основаних на законах й твердженнях економічної теорії, теорії організації, теорії стратегічного управління, теорії організаційної поведінки, теорії галузевих економічних наук, економіко-математичному моделюванні, обґрунтуванні точок зору на виявлення тенденцій та закономірностей щодо формування, упорядочення процесів та явищ. Визначення методологічних основ ґрунтується

на загальних й спеціальних принципах, логіці дослідження з окресленням критеріїв й технологій. Окреме, важливе місце визначається методології дослідження, яка передбачає застосування певних методів та побудову моделей та сценаріїв.

Основні відмінності теорії і методу полягають у такому [2, с. 22]:

а) теорія – результат попередньої діяльності, метод – вихідний пункт і передумова подальшої діяльності;

б) головні функції теорії – пояснення і пророкування (з метою пошуку істини, законів, причин тощо), методу – регулювання та орієнтація діяльності;

в) теорія – система ідеальних образів, що відображають сутність, закономірності об'єкта, метод – система регулятивів, правил, приписів, що виступають як знаряддя подальшого пізнання і зміни дійсності;

г) теорія спрямована на вирішення проблеми – що являє собою цей предмет, метод – на виявлення способів і механізмів його дослідження та перетворення.

Поняття “методологія” має два основних значення: система визначених способів і прийомів, застосовуваних у тій або іншій сфері діяльності (в науці, політиці, мистецтві і т. п.); вчення про цю систему, загальна теорія методу, теорія в дії [2, с. 19]. Функціонал методології ґрунтується на опису, розумінні, осмисленні фактів у категоріально-понятійній системі певної науки, які залучаються до складової частини теорії в розрізі пояснень з характерним наповненням випадкових, але необхідних врахувань, що переростають у закономірності, а також поодинокі випадки, які визначають та спонукають до формування загальних тенденцій, на основі яких здійснюються передбачення, застосовуються прогностичні та прогнозні методи опису та оцінки явищ й процесів. Методологічне обґрунтування потребує певних системних підходів, створення єдиної цілісної, інтегрованої системи знання.

Застосування методу, основою якого є відповідні принципи, дотримання вимог забезпечує успішне вирішення пізнавальних і практичних проблем, оптимальне функціонування і розвиток певних об'єктів. Функціональне призначення методу створення внутрішньої організації, регулювання процесом діяльності або практичного перетворення, удосконалення процесу, явища. Призначення застосування методу – в продукуванні сукупності визначених правил, прийомів, способів, норм подальшого функціонування об'єкта, яке оснований на розумінні можливостей і меж з фокусуванням на раціональності та ефективності.

Базисом пізнання стає системність, залучення знань з різних областей знання, досягнення певного рівня комплементарності вибудови логіки можливостей застосування не тільки локальних досягнень певної науки в локальних обмеженнях як інструменту самовизначення з ознаками фрагментарності, а й застосування в більш широкому колі пізнання, формуванні єдності пізнання, а значить отримання ефекту синергії.

Композиційний нарис конкретної сфери дослідження має враховувати діалектичне розділення цілісності та готовності методично використовувати набуття знань різними науками з метою організації власної сфери на більш високому рівні розвитку із застосуванням основ логіко-гносеологічних можливостей сучасної науки.

Концепція управління конкурентними перевагами підприємства передбачає системне бачення на формування принципів, логіки й послідовності застосування організаційних заходів, вибір інструментів, комбінування методів управління, передбачення сильних й слабих сигналів зовнішнього середовища та нівелювання ризикових явищ.

Відчуття сучасних тенденцій та зрушень у домінуючих наукових концепціях управління конкурентними перевагами підприємств потребує окреслення певного категорійного апарату. Основні категорії, обрані цільовою установкою дослідження: конкурентні переваги, стійкий розвиток підприємства, асиметрія інформації, стратегія управління, NBIC-конвергенція, NBIC-спрямування, інтелектуальний капітал.

Як правило, виділяється генеральна та конкурентна стратегії управління конкурентними перевагами підприємства з окресленням, або чітким вибором, або

комбінуванням, або інтегруванням класичних та інноваційних підходів залежно від мети чи місії підприємства.

Управління конкурентними перевагами є частиною стратегічного управління підприємством й відповідно частиною поняття конкурентоспроможність, виокремлення позиції, статусу та поведінки підприємства. Оперування поняттями з метою створення релевантного конструкту являє собою вирішення проблеми управління конкурентними перевагами за рахунок інклюзивних інновацій, а отже, за рахунок продукування інклюзивних конкурентних переваг, які за своїм змістом відображають спостереження зовнішнього середовища з оцінкою чинників впливу на внутрішню організацію процесів підприємства, коригуванням дій щодо прийняття рішень організації і управління процесами всередині підприємства й продукуванням виважених управлінських рішень з метою покращення комунікаційних зв'язків всередині та ззовні. Своєчасне реагування на зміни дозволяє підприємству змінити траєкторію конкурентної поведінки та розробити багатовекторність охоплення проблематики сучасного стану та умов існування й відреагувати превентивними заходами запобігання кризовим явищам.

Функціональний арсенал підприємства, а саме діагностика, планування, організація, координація, мотивація, контроль процесів управління конкурентних переваг, застосування інноваційної активності персоналу й підприємства в цілому як системно-інтегративного холистичного підходу з компонентами NBIC-конвергенції дозволяє підприємству досягнути більш високого рівня ринкової вартості підприємства за доходним методом з урахуванням інформаційної асиметрії зовнішнього середовища з орієнтацією на глобалізаційні тенденції, інтеграційні процеси та перехід до шостого технологічного укладу.

Методологічний базис управління конкурентними перевагами ґрунтується на загальних та спеціальних принципах. До загальних віднесено системність; науковість; синергізм; холізм; компетентність; цілісність; зворотний зв'язок; динамічність; гнучкість; ефективність. Специфічними принципами управління конкурентними перевагами визначено орієнтацію на створення інклюзивних конкурентних переваг у процесі формування бізнес-моделі підприємства; орієнтацію на глобалізаційні тенденції та перехід до шостого технологічного укладу. Логікою методологічних досліджень окреслено полівекторні спрямування технологічних надбань безперервного навчання, пошук та утримання талантів, впровадження новітніх стандартів управління бізнес-процесами. Логічними критеріальними оцінками управління конкурентними перевагами аргументовано максимізацію ринкової вартості підприємства за доходним методом з NBIC-спрямуванням конкурентних переваг підприємства й урахуванням впливу зовнішнього середовища.

Методологія дослідження охоплює метод Форсайту, динамічного програмування, метод багатовимірного аналізу, кваліметричних методів: експертних оцінок, нормованих експертних оцінок. Модель дослідження ґрунтується на NBIC-спрямуванні при управлінні конкурентними перевагами підприємства.

Отже, головною метою для підприємства є забезпечення збалансованого рефармінгу ресурсів підприємства з урахуванням особливостей зовнішнього середовища в процесі управління конкурентними перевагами для стійкого інноваційного розвитку підприємства та формування максимальної ринкової вартості підприємства.

Узагальнення теоретично-методологічних підходів до становлення стратегічного управління та врахування сучасних викликів економічної трансформації світу, які впливають на інструментарій досліджень, потребують високопрофесійних компетенцій та швидкого реагування [3]. Слід акцентувати, що вектор актуальності стратегічних досліджень конкурентних переваг підприємства зміщується з внутрішнього середовища на зовнішнє, яке вважається більш впливовим за спрямуванням дій, за створенням асиметричності певної інформації та, головне, за часом впливу, який складно передбачити. Авторську концепцію управління конкурентними перевагами подано на рис. 1.

Сучасне зовнішнє середовище складне й потребує новітніх підходів до його осмислення, оцінки та тлумачення. Формуються певні концепції його опису для розуміння, класифікуються

КОНЦЕПЦІЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМИ ПЕРЕВАГАМИ ПІДПРИЄМСТВА		
ЕМПІРИЧНЕ ПЛАТО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМИ ПЕРЕВАГАМИ ПІДПРИЄМСТВА		
Наукові факти, емпіричні узагальнення й закономірності, тенденції української та зарубіжної економічної та управлінської практик дослідження		Виявлення та фіксування зв'язків і характеристик об'єкта
ТЕОРЕТИЧНЕ ПЛАТО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМИ ПЕРЕВАГАМИ ПІДПРИЄМСТВА		
Теоретичні засади управління конкурентними перевагами підприємства		
Проблема управління конкурентними перевагами за рахунок інклюзивних інновацій з акцентуванням на інтелектуально-креативному капіталі.	Релевантна ідея виявлення внутрішніх й зовнішніх істотних параметрів управління конкурентними перевагами й пояснення явищ.	Висновки, закони, твердження економічної теорії, теорії організації, теорії стратегічного управління, теорії організаційної поведінки, теорії галузевих економічних наук, економіко-математичного моделювання.
Оперування поняттями з метою створення релевантного конструкту управління.		Цілісна, несуперечлива система ідей, яка розкриває сутнісні властивості і закономірні зв'язки. Здійснюється пояснення і передбачення подій, що стосуються проблематики управління конкурентними перевагами підприємства.
МЕТОДОЛОГІЧНЕ ПЛАТО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМИ ПЕРЕВАГАМИ ПІДПРИЄМСТВА		
Принципи		
Загальні	Специфічні	Логіка
Системність, науковість, синергізм, холізм, компетентність, цілісність, зворотний зв'язок, динамічність, гнучкість, ефективність.	Орієнтація на створення стійких конкурентних переваг у процесі формування бізнес-моделі підприємства; орієнтація на глобалізаційні тенденції та перехід до шостого технологічного укладу.	Критерії Максимізація ринкової вартості підприємства за допомогою методом з NBIC-спрямуванням конкурентних переваг підприємства й врахування впливу зовнішнього середовища.
		Методики Метод Форсайту, метод багатовимірного аналізу, динамічного програмування, експертні оцінки.
		Моделі Передбачається використання NBIC-спрямування при управлінні конкурентними перевагами підприємства.

Рис. 1. Концепція управління конкурентними перевагами підприємства (розробка автора)

певні складові. Однією з концепцій є VUCA, яка розглядає вплив на економічну діяльність суб'єктів екосистеми.

Концепцію VUCA вперше було використано на початку 90-х років XX ст. у військовому коледжі армії США, щоб звернутися до багатостороннього світу, який з'явився після закінчення холодної війни і характеризувався як більш нестійкий, невизначений, складний і неоднозначний, ніж будь-коли раніше, в бізнес-контексті концепцію VUCA почали впроваджувати після глобальної фінансової кризи 2008 і 2009 років. Відтоді її застосовують у розвитку лідерських навичок у різних організаціях [4].

Сучасна проблематика управління конкурентними перевагами полягає в перманентному впливі зовнішнього середовища, що потребує здійснювати радарний її моніторинг (метод обробки даних) та відповідну діагностику підприємства на можливість виявлення адаптаційно-реактивних відповідей на агресію середовища та формувати динамічні здатності корегувати стратегічні цілі, оцінювати можливості, обґрунтовувати шляхи реалізації.

Концептуальним напрямом стратегічного управління конкурентними перевагами підприємства на основі інноваційних технологічних бізнес-моделей є цілеспрямоване формування нових ніш із застосуванням сучасного інструментарію дослідження зовнішнього середовища з поєднанням впливу самих підприємств на його полівекторальний розвиток та побудовою сценаріїв [3, с. 252].

Традиційно підходи реагування на виклики зовнішнього середовища поділяють на реактивний та проактивний.

Реактивний підхід передбачає:

- позитивні риси, а саме: використання минулого досвіду, а відповідно запобігання при плануванні минулих помилок, обережність у прийнятті рішень утримує від різких і необдуманих змін; необхідність прийняття швидких дій та реакцій може викликати певний азарт та підвищення загального настрою;
- негативні риси полягають у несистемному розгляді проблем, втрачається ефект від взаємодії, тобто відсутність принципу синергізму; брак часу визначає лише симптоматику проблеми; не враховуються реальні обставини сьогодення та відбувається абстрагування від майбутніх змін.

Проактивний підхід, навпаки, окреслює горизонти майбутнього, спрямований на безперервні зміни, визначаються вектори змін, будуються сценарії, чітке дотримання часових меж досліджень, прагнення врахувати чинники як внутрішнього, так і зовнішнього середовища, є можливість детальніше розглянути і вивчити процеси, що впливають на діяльність підприємства, краще оцінити, проаналізувати та передбачити можливі ризики та загрози. Ретельний підхід до формулювання стратегії підприємства та головних цілей його діяльності як цілісної програми їх досягнення, тобто дотримання принципів синергетизму та партисипативності [5, с. 182]. Проактивним підходом визначається комплекс заходів, які спрямовані на генерування та збереження конкурентних переваг.

Вітчизняні підприємства мають свої особливості використання проактивного підходу, які провокуються низкою обставин, а саме:

- нестабільність, часті зміни в законодавстві, нормативно-правових документах провокують підприємства до порушень з причин незнання змін або навмисно;
- незахищеність повною мірою прав власності;
- негарантованість повернення інвестицій.

Це призводить до видозмін проактивного бачення, формує нехарактерні зв'язки для конкурентного середовища й спричинює труднощі у веденні бізнесу.

Відповідно до обраних стратегій управління підприємства конкурентні переваги змінюють характеристики рентних доходів як за змістом, так і в кількісному вираженні, тому рекурсію конкурентних переваг подано на рис. 2.

З введенням стратегії NBIC-спрямування висуваємо гіпотезу появи змістовно нового рентного доходу, на відміну від монопольного, рикардіанського та шумпетеріанського, а саме NBIC-інноваційного, який зумовлений міждисциплінарністю та комплементарністю NBIC-конвергентності.

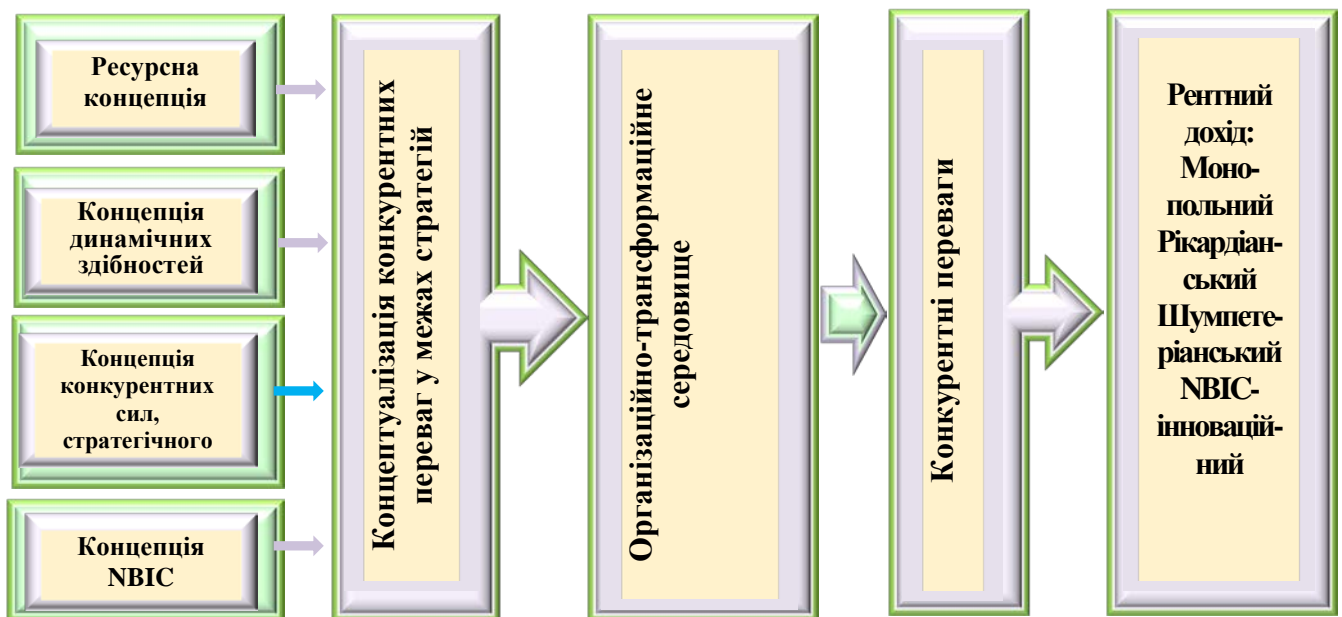


Рис. 2. Рекурсія конкурентних переваг (розробка автора)

Відповіддю на сучасні виклики стало формування нової концепції стратегічного управління – формування школи стратегічного Форсайту як системи методів та організаційних механізмів, що забезпечують [6]:

- ефективну ідентифікацію та всебічний експертний аналіз чинників, які зумовлюють значні для компанії, особливо радикальні, зміни бізнес-середовища в середньо- і довгостроковій перспективах;
- планування узгоджених дій у вищого керівництва компанії, що передбачають передбачувані зміни і спрямовані як на підготовку до них, так і на формування сприятливих майбутніх умов ведення бізнесу.

Концептуальним посилом Форсайту слугує варіативність розвитку майбутнього, що передбачає полівекторальний стратегічний розвиток, а також необхідність цілеспрямованого впливу на майбутні зміни або часткового контролю бізнес-середовища. Форсайт дає змогу сканувати бізнес-середовище (безперервний моніторинг), аналізувати отримані дані і формувати стратегічні й технологічні пріоритети в рамках моделі проактивного реагування на довгострокові виклики і передбачити можливості для підприємства його потенціалу, оцінку потенційних, перспективних продуктів, вибір заходів, які підвищують ефективність і результативність прийняття стратегічних рішень і формують конкурентні переваги підприємства [3].

Висновки. Стратегічною спрямованістю концепції управління конкурентними перевагами підприємства є розроблення та комерціалізація інноваційних послуг, їх конвергентний зміст, готовність до здійснення інтеграційних процесів з дотриманням збалансованості та системності дій. Достатність ресурсів та кваліфікованого персоналу, залучення талантів, які здатні генерувати унікальні цінності для підприємства. Забезпечення цільового управлінського впливу на управління конкурентними перевагами передбачає залучення кваліфікованих працівників, експертів, консультантів, перебудову організаційної структури управління, делегування повноважень, відповідальності та виконання обов'язків,

оптимізації кількості та якості роботи структурних підрозділів, визначення відповідальних організаційних змін на різних рівнях. Засади стратегічного управління конкурентними перевагами підприємств мають базуватись на врахуванні характерних рис VUCO-світу, непередбачуваності майбутнього, зумовленого стрімким розвитком подій, з використанням Форсайту як інноваційного інструменту дослідження зовнішнього середовища та формування адекватної відповіді зі сторони підприємств як адаптивного реагування на зміни та застосування концепції VUCO-відповіді, що сфокусована на комплементарних компетенціях спеціалістів, які спроможні вирішити будь-які проблеми.

Список використаної літератури

1. Економічна енциклопедія. URL:<http://slovopedia.org.ua/38/53402/380929.html>.
2. Бірта Г.О., Бургу Ю.Г. *Методологія і організація наукових досліджень: навч. посіб.* Київ: “Центр учбової літератури”, 2014. 142 с.
3. Легомінова С.В. Концептуальні засади стратегічного управління конкурентними перевагами підприємств. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. № 18. С. 250–255.
4. Leadership challenges in the V.U.C.A world. URL: <http://www.oxfordleadership.com/leadership-challenges-v-u-c-world/>.
5. Зайцева І.Ю., Ковтун Т.В. Застосування проактивного підходу при формуванні економічної безпеки на залізничному транспорті. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2015. № 49. С. 180–184.
6. Bereznoy A. Corporate Foresight in Multinational Business Strategies. *Foresight and STI Governance*. 2017. Vol. 11. № 1. P. 9-22.

REFERENCES

1. Ekonomichna entsyklopediya [Economic Encyclopedia]. Retrived from URL:<http://slovopedia.org.ua/38/53402/380929.html>.
2. Birta H. O., Burhu Yu.H. (2014) Metodolohiya i orhanizatsiya naukovykh doslidzhen [Methodology and organization of scientific research]. Kyiv: “Tsentr uchbovoyi literatury”.
3. Legominova S.V. (2017) Kontseptual'ni zasady stratehichnoho upravlinnya konkurentnymy perevahamy pidpryyemstv [Conceptual bases of strategic management of competitive advantages of enterprises]. *Hlobal'ni ta natsional'ni problemy ekonomiky*, (18), 250-255.
4. Leadership challenges in the V.U.C.A world. Retrived from <http://www.oxfordleadership.com/leadership-challenges-v-u-c-world/>.
5. Zaytseva I.Yu., Kovtun T.V. (2015) Zastosuvannya proaktyvnoho pidkhodu pry formuvanni ekonomichnoyi bezpeky na zaliznychnomu transporti [Application of a proactive approach in the formation of economic security in railway transport]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, (49), 180–184.
6. Bereznoy A. Corporate Foresight in Multinational Business Strategies. *Foresight and STI Governance*. 2017. Vol. 11. (1). 9-22.

ЛЕГОМИНОВА СВЕТЛАНА ВЛАДИМИРОВНА. КОНЦЕПЦІЯ УПРАВЛЕННЯ КОНКУРЕНТНИМИ ПРЕИМУЩЕСТВАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ. В статъе предложена концепция управления конкурентными преимуществами предприятия. Предложена трехуровневая система управления конкурентными преимуществами предприятия с структурированием на эмпирическое, теоретическое и методологическое плато. Акцентировано на необходимости новых подходов к осмыслению, оценки и толкования внешней среды.

Ключевые слова: концепция, управления, конкурентные преимущества, предприятие, внешняя среда.

LEGOMINOVA SVITLANA. CONCEPT OF MANAGEMENT OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE ENTERPRISE. *The article proposed the concept of managing the competitive advantages of the enterprise. A three-tier system for managing competitive advantages of an enterprise with structuring into an empirical, theoretical and methodological plateau is proposed. It is focused on the need for new approaches to understanding, evaluating and interpreting the external environment.*

Key words: *concept, management, competitive advantages, enterprise, external environment. management, competitive advantages, competition, competitiveness.*