

УДК 658.821

СУЧАСНА КОНЦЕПЦІЯ СТІЙКИХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА:

ІНТЕГРАЦІЯ ТА ЗБАЛАНСУВАННЯ НАУКОВИХ ПІДХОДІВ

Ткачова С.С.

*Харківський державний університет харчування та торгівлі, м. Харків, Україна
E-mail: tkacheva-s@mail.ru*

Проаналізовано теорії конкурентних переваг з точки зору підходів до джерел формування конкурентних переваг. Обґрунтовано зміст сучасної концепції стійких конкурентних переваг підприємства.

Ключові слова: стійка конкурентна перевага, теорії конкурентних переваг, ринковий, ресурсний, інституційний підходи, інтеграція, збалансування.

Постановка проблеми. Теорія і практика менеджменту сучасного підприємства свідчить про те, що стратегічна стійкість та міцність конкурентного положення залежать від того, наскільки тривалими та стійкими є конкурентні переваги підприємства, наскільки довго підприємство спроможне зберігати та забезпечувати наявні конкурентні переваги, наскільки швидко підприємство спроможне генерувати нові переваги. Всебічне вивчення наукових підходів щодо визначення стійких конкурентних переваг підприємства, дозволило відмітити, що науковці характеризують стійкість через комбінування декількох вимог або характеристик. Так, Портер М. характеризує стійку конкурентну перевагу підприємства як сполучення: ретельно підібраної системи видів діяльності; унікальної конкурентної позиції; визначення ключових чинників успіху; відношення до конкурентів (чіткі компроміси, співробітництво) [1]. Лісовська Л., Іванець Л. визначають стійку конкурентну перевагу через дотримання таких вимог, як: опора на специфічні, оригінальні здатності і ресурси підприємства, що не піддаються імітації з боку конкурентів; здатність забезпечити підприємству ринкове становище на тривалий час, що вигідно відрізняє його від конкурентів (унікальний збутовий проект); націленість на специфічні запити клієнта, що дає змогу принести релевантну користь цільовій групі споживачів [2]. Смирнов Є., на відміну від попередніх наукових підходів, спочатку вважає, що підприємство отримує стійкі конкурентні переваги за рахунок реалізації одного з трьох варіантів конкурентної поведінки: розвитку унікальних ресурсів і компетенцій підприємства, які становлять основу ефективної стратегії; забезпечення максимальної відповідності стратегії підприємства умовам ринкового середовища; зміни становища конкурентних сил на ринку за допомогою інтеграції підприємства в систему галузевих і ринкових зв'язків [3]. Але, обґрунтовуючи власний підхід до формування стійких конкурентних переваг підприємства, науковець об'єднує вказані вище варіанти конкурентної поведінки.

Відомі теорії, напрями, підходи, концепції конкурентних переваг недостатньо повно розкривають сутність та особливості формування стійких

конкурентних переваг, саме тому існує необхідність у розробці сучасної концепції стійких конкурентних переваг підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні аспекти формування конкурентних переваг аналізуються у багатьох наукових працях закордонних та вітчизняних вчених: Портера М., Тарнавської Н., Царенко О., Отенко І., Полтавської Є., Лісовської Л., Сисоєвої О., Шершньової О., Гордєєва В., Сотнікова А., Шпотова Б., Чачашвілі Е. та ін. Науковці систематизують існуючі теорії та підходи за різними критеріями, визначають їх концептуальні положення, пропонують авторські підходи з урахуванням напрацьованого досвіду, а також змін чинників зовнішнього середовища, стану та темпів розвитку ринку тощо. Але наукових досліджень щодо взаємозв'язків існуючих теоретичних розробок та підходів до джерел формування стійких конкурентних переваг вкрай недостатньо.

Враховуючи вищезазначене, **метою роботи** є обґрунтування сучасної концепції стійких конкурентних переваг підприємства. Для досягнення поставленої мети необхідно: вивчити сутність підходів до джерел формування стійких конкурентних переваг; дослідити взаємозв'язки між концепціями конкурентних переваг та підходами до джерел їх формування.

Виклад основного матеріалу. У теорії визначають три підходи (концепції, напрями) до джерел формування конкурентних переваг підприємства: ринковий, ресурсний, інституційний [3-5]. Еволюція цих підходів відбувалась за вказаним порядком.

Ринковий підхід сформувався та домінував у 50-70 роки ХХ століття [8, с. 18]. У наукових працях [6; 7] домінування ринкової концепції пов'язують з періодом 70-80-х років. На ранніх етапах розвитку цього підходу поведінка підприємства ігнорувалась, і вважалось, що вона майже повністю детермінується ринковою структурою та галузевими умовами. У процесі розвитку цього напрямку теорії конкурентних переваг спеціалістами Гарвардської школи було визначено, що стратегічний успіх підприємства залежить не лише від структури галузі, в якій вона функціонує, а й від обраної принципової стратегії для даної господарської області, тобто від позиціонування фірми в галузі. Сисоєва О. відмічає, що в якості джерела конкурентних переваг цей підхід розглядає ефективну галузеву й ринкову позицію суб'єкту, обрану з урахуванням його специфіки [4].

Характеризуючи ринкову концепцію, науковці відмічають, що, беручи початок у межах економічної теорії галузевої організації, вона розглядає питання щодо формування конкурентних переваг з погляду особливостей поточної конкурентної ситуації, а саме аналізу галузевої структури. Основним об'єктом аналізу є привабливість галузі як першооснова ринкового успіху. Процес формування конкурентних переваг зводиться до пошуку галузей із сприятливим бізнес-середовищем і розробки такої стратегії, яка б максимально сприяла обмеженню впливу на підприємство основних сил конкуренції [3]. Представники ринкової позиції вважають, що підприємство має стійкі конкурентні переваги в тому випадку, коли: забезпечує споживчі вимоги; є унікальним; його переваги не можуть бути повторені конкурентами; є прибутковим [9].

Наприкінці 80-х років, на противагу ринково-орієнтованому підходу, в теорії

конкурентних переваг почав формуватися ресурсний підхід, згідно з яким досягнення підприємством стратегічного успіху є неможливим без володіння ним унікальними ресурсами, без переваг у навичках, уміннях, ресурсах та їх використанні [8, с. 18].

Ресурсна концепція передбачає, що розходження в прибутковості між підприємствами всередині однієї галузі набагато більш істотні, ніж розходження між окремими галузями, а основною причиною такої неоднорідності є унікальні ресурси та здібності підприємства. При цьому ресурси являють собою джерело здібностей фірми, а здібності є основним джерелом її конкурентної переваги [3]. Підприємства відрізняються одне від одного за ресурсним оснащенням, і цим пояснюється різниця в рівні їх ефективності й прибутковості. [9]. Отже, головним джерелом стійкої конкурентної переваги, з позиції ресурсної концепції, є систематичний розвиток його унікальних характеристик [10]. Ресурсний підхід дозволяє визначати стійкі конкурентні переваги як результат специфічних спроможностей, ресурсів і унікальних чинників, що є в розпорядженні підприємства. Підхід вимагає від фірми випереджального створення, утримання та розвитку специфічних для неї ресурсів і компетенцій [3]. Експерти виявили закономірність: чим інтенсивнішими є зміни у тій чи іншій сфері бізнесу, тим меншу роль відіграють структура галузі та позиція підприємства в ній, і тим більш значущою є роль унікальних ресурсів, що знаходяться у розпорядженні, особливо найважливішого з них – знань у значущих для бізнесу областях. Ягафарова Є., віддаючи перевагу ресурсній концепції, вважає, що стійкість конкурентної переваги фірми залежить від наявності «цінного ресурсу», що характеризується недосконалою мобільністю, довговічністю, неможливістю імітації/заміщення, непрозорістю та рідкістю. В якості подібного ресурсу науковцем розглядається інтелектуальний капітал [5].

В останні роки значна кількість науковців висловлюють думку, що і ринковий, і ресурсний підходи теорії конкурентної переваги, якщо їх розглядати окремо, є односторонніми і не забезпечують підприємству максимального успіху [8, с. 20; 11, с. 125]. Вони не суперечать, а швидше доповнюють один одного, що вимагає їх збалансованого поєднання. Насправді стратегічний успіх підприємства залежить від його вміння вчасно відстежувати релевантні зміни у конкурентному середовищі, з одного боку, і розвивати власні ключові компетенції адекватно до цих змін – з іншого.

За об'єднання наукових підходів виступає Штейн О. [10]. Науковець пропонує об'єднати індустріально-економічний та ресурсний підходи для створення ринково-орієнтованої парадигми. За змістовими характеристиками індустріально-економічний підхід є ринковим підходом.

Сучасне трактування теорії конкурентних переваг, за підходом Царенко О., також базується на інтеграції та збалансуванні ресурсного та ринкового напрямів [8, с. 10]. Погоджуючись з цим науковим підходом, вважаємо дискусійними представлення методу аналізу стейкхолдерів у складі ринкового напрямку, елементу «організаційна культура» у складі ресурсного напрямку теорії конкурентних переваг. На наш погляд, зазначені метод та елемент відносяться до

інструментарію інституційного підходу до джерел формування конкурентних переваг.

Інституційний підхід, в якому основну роль відіграють довгострокові відносини зі споживачами, партнерство, стратегічні альянси, почав формуватись у 2000-ні роки у зв'язку з появою та розвитком нових організаційних форм [6]. Цей підхід базується на новій інституційній економічній теорії, соціології, дослідженнях мережевих утворень. Мережевий характер організації суб'єктів у сучасній економіці призводить до змін основ конкуренції у напрямі сполучення конкурентних і кооперативних відносин між учасниками ринку, які є джерелом додаткових переваг у вигляді мінімізації витрат, доступу до інформаційних потоків тощо [3]. Гордєєв В. пропонує розглядати інституціоналізм як чинник розробки нової теорії конкуренції [12].

З точки зору інституційного підходу, економічна поведінка та вибір підприємства визначаються не тільки технологічними, інформаційними можливостями та завданнями щодо отримання прибутку, але й обмеженнями, що мають соціальну природу, людськими нормами, цінностями, традиціями й настановами. Джерелом конкурентної переваги є інтеграція підприємства у бізнес-середовище, що його оточує, в його інформаційне поле, у систему галузевих і ринкових зв'язків, які звільняють підприємство від ізоляції у соціумі. Відповідно до змісту цієї концепції інституційні операції є результатом взаємодії процесів на індивідуальному (норми, традиції, яких дотримуються менеджери), організаційному (корпоративна культура, система цінностей) і міжорганізаційному (вплив з боку держави, галузевих альянсів, суспільних очікувань) рівнях. Метою інтеграції процесів взаємодії є формування та використання колективних конкурентних переваг, що генерують особливі «ренти відносин». Основний висновок інституційної концепції полягає у тому, що дотримання фірмами існуючих норм, традицій, суспільних вимог призводить до їх гомогенізації, вирівнюванню відмінностей у їх структурах та операціях. У результаті успішними є ті компанії, які погоджуються з соціальними чинниками, отримуючи за рахунок цього підтримку та легітимність [4].

Зв'язки, які формуються у підприємства із зовнішнім середовищем, окремі науковці визначають як його нематеріальні специфічні ресурси, а інституційний підхід – як міждисциплінарний ресурсний підхід [6]. Таке визначення вважаємо дискусійним, оскільки, на наш погляд, інституційний підхід має всі підстави для існування та розвитку як самостійного підходу, популярність якого стає все більш широкою у теперішній час.

Останнім часом почали формуватись наукові підходи, в яких пропонується об'єднати ринковий, ресурсний та інституційний підходи для формування стійких конкурентних переваг. Так, Смирнов Є., обґрунтовуючи власний підхід з позицій стратегічного бачення та операційної ефективності, дотримався такої позиції [3].

У межах підходів до джерел формування конкурентних переваг важливими є напрями діагностики переваг. У наукових працях існує декілька позицій з цього приводу. Так, Брамеза І. та Венслі Р. у межах ринкового підходу виокремлюють два напрями діагностики конкурентних переваг: акцентований на споживачах і на

конкурентах [8, с. 18]. Звичайно фірми мають тенденцію до першого або другого напрямку, у той час як необхідним є збереження балансу між ними. Нещодавні емпіричні дослідження показали, наприклад, що надмірна конкурентна орієнтація негативно впливає на успіх підприємства. За підходом Лісовської Л., Іванець Л., у разі завоювання конкурентної переваги головне значення належить самому підприємству, конкурентам і клієнтам. Ці три елементи утворюють вісі стратегічного трикутника, що можна розглядати як вихідну базу для ідентифікації переваг. Орієнтація на цю модель показує, що для досягнення мети недостатньо лише виготовляти якісні товари і послуги, підприємство загалом повинно стати краще своїх конкурентів [2]. Котлер Ф. для досягнення успіху на ринку пропонує здійснювати моніторинг середовища за «4-ма Сі ринкового позиціонування»: споживачі, канали збуту, конкуренція і характеристика власної компанії (Customers, Channels, Competition, Company) [13]. Смирнов Є. також визначає чотири напрями діагностики конкурентних переваг, орієнтованих на внутрішнє та зовнішнє середовище: підприємство, споживачі, конкуренти, система ринку [3]. Орієнтацію на внутрішнє середовище забезпечує ресурсний підхід; орієнтацію на споживачів та конкурентів забезпечує ринковий підхід, на систему ринку – інституційний підхід.

Становлення та розвиток теорії конкурентних переваг науковці пов'язують з різними чинниками зовнішнього середовища. Так, Сисоєва О. пов'язує виникнення та еволюцію теорії конкурентних переваг з розвитком міжнародних економічних відносин, обумовлених науково-технічним прогресом суспільства та конкурентними відносинами [4]. Російський науковець Шершньова О. передбачає, що подальший розвиток теорії конкурентних переваг відбуватиметься на основі імперативів розвитку світової спільноти. В якості рушійної сили розвитку економіки виступатиме конкуренція, основана на інтелектуальному лідерстві в умовах подальшого посилення глобалізаційних процесів та скорочення ресурсів [14].

Велика кількість та різноманітність теорій і концепцій конкурентних переваг вимагає їх систематизації. Сучасні закордонні та вітчизняні науковці роблять це по-різному, намагаючись розставити власні акценти у взаємозв'язках теорій та концепцій, сформувані власні підходи до змісту та структури сучасних теорій конкурентних переваг. Так, Отенко І., Полтавська Є. згрупували концепції конкурентних переваг за належністю до шкіл розробки. Концепції, визначені у межах кожної групи, на наш погляд, можуть бути віднесені як до одного з підходів (ринкового, ресурсного або інституційного) до формування джерел конкурентних переваг, так і до декількох підходів одночасно [15, с. 7].

Детальний аналіз світової теорії та практики побудови конкурентних переваг, напрацьованої упродовж останніх трьох десятиліть, представлено у науковій праці Гарнавської Н. [16, с. 51]. Науковець визначила концептуальні положення найбільш відомих теорій конкурентних переваг, а на їх основі – запропонувала створення сучасної парадигми конкурентних переваг. Аналіз теорій конкурентних переваг дозволив визначити їх належність до ринкового, ресурсного, інституційного підходів або до їх комбінації. Переважну більшість

**СУЧАСНА КОНЦЕПЦІЯ СТІЙКИХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА:
ІНТЕГРАЦІЯ ТА ЗБАЛАНСУВАННЯ НАУКОВИХ ПІДХОДІВ**

сучасних концепцій представляють декілька підходів (табл. 1). Теорії конкурентних переваг Портера М., конкуренції за майбутнє, концепцію «ціннісних дисциплін», теорію екосистем та коєволюції, побудови конкурентних переваг на основі теорії співконкуренції Б. Шпотов відносить до теорій галузевого лідирування [17]. Якщо вважати, що ці теорії представляють ринковий підхід, то така позиція є дискусійною, тому що зазначені теорії конкурентних переваг, на наш погляд, пов'язані з декількома підходами до джерел формування конкурентних переваг.

Таблиця 1

Зв'язок теорій конкурентних переваг та підходів до джерел формування конкурентних переваг

Назва теорії	Підхід до джерел формування конкурентних переваг
Теорія конкурентних переваг Портера М.	Ринковий, ресурсний
Теорія конкуренції за майбутнє Хемела Г. і Прахалада К.	Ринковий, ресурсний
Концепція «ціннісних дисциплін» Трейсі М. і Вірсеми Ф.	Ринковий, ресурсний
Концепція на основі моделі бізнесу «Balanced Scorecard» Каплана Р. і Нортгона Д.	Ринковий, ресурсний, інституційний
Теорія екосистем та коєволюції Мура Дж. Ф.	Ринковий, інституційний
Теорія співконкуренції Бранденбурга А.М. і Нейлбаффа Б. Дж.	Ринковий, інституційний
Концепція міграції цінності і капіталу Сливотські А.	Ринковий
Концепція «блакитного океану» Чан Кіма У. і Моборна Р.	Ринковий
Сучасна парадигма конкурентних переваг Тарнавської Н.	Ринковий, ресурсний, інституційний
Стейкхолдерський підхід	Ресурсний, інституційний
Технологічний підхід	Ресурсний
«Знанневий» підхід	Ресурсний
Гуманітарний підхід	Ресурсний, інституційний
Інформаційний підхід	Ресурсний, інституційний
Фінансовий підхід	Ресурсний, інституційний
Концепція з використанням Інтернет-технологій	Ресурсний, інституційний

У теперішній час у наукових працях пропонуються нові підходи до формування стійких конкурентних переваг. Так, Сотніков А. пропонує виділяти

стейкхолдерський, технологічний, «знаннєвий», гуманітарний, інформаційний, фінансовий підходи [18]. Костяєв Р. розробив концепцію формування стійких конкурентних переваг компанії, досягнення яких можна забезпечити за рахунок цілісного підходу щодо виявлення можливостей, що надає мережа Інтернет [19].

Костяєв Р. вважає, що традиційні методи формування конкурентних переваг достатньо легко копіюються конкурентами. Конкурентні переваги, що формуються з використанням Інтернет-технологій, мають значно вищий рівень стійкості до копіювання.

Нами встановлено зв'язок сучасних підходів та концептуальних підходів до джерел формування конкурентних переваг. У порівнянні з тепер вже класичними теоріями конкурентних переваг, які відповідають комбінації підходів з обов'язковою наявністю ринкового підходу, сучасні базуються на ресурсному та/або на інституційному підходах. Важливість ринкового підходу, на наш погляд, з часом не зменшилась, за умов ринкової економіки підхід став сприйматись, як обов'язковий.

За авторським підходом, сучасна концепція стійких конкурентних переваг повинна базуватись на інтеграції й збалансуванні ринкового, ресурсного та інституційного підходів до джерел формування конкурентних переваг. Актуальними вважаємо чотири напрями діагностики конкурентних переваг – з орієнтацією на підприємство, на споживачів, на конкурентів, на систему ринку. Саме інтеграція підходів дозволить забезпечити підприємству отримання всіх важливих складових стійкої конкурентної переваги – переваг конкурентного потенціалу, конкурентної позиції, конкурентного статусу, як зазначено у авторській редакції сутності поняття «стійка конкурентна перевага» [20]. Ресурсний підхід забезпечує формування та розвиток переваги конкурентного потенціалу; ринковий – переваги конкурентної позиції; інституційний – переваги конкурентного статусу підприємства (рис. 1).

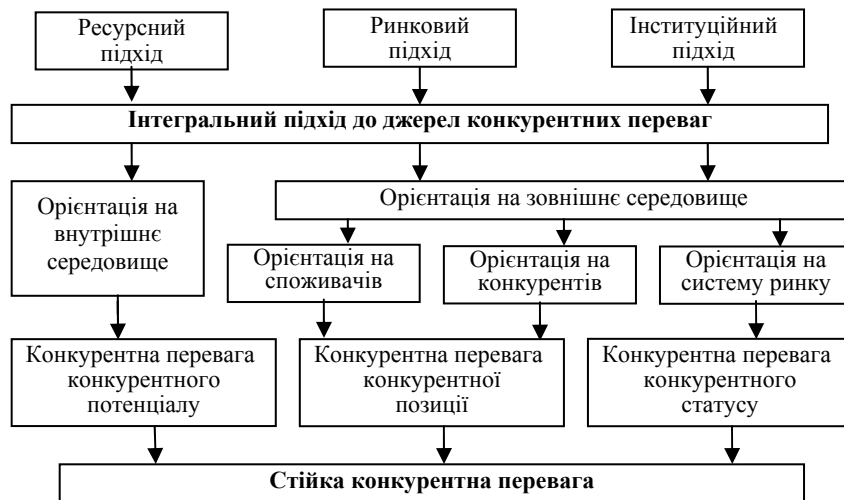


Рис. 1. Формування сучасної концепції стійких конкурентних переваг підприємства

Зазначена позиція пояснює походження стійкої конкурентної переваги у внутрішньому та зовнішньому середовищі, на відміну від наукового підходу Смирнова Е., відповідно до якого стійка конкурентна перевага формується у внутрішньому середовищі підприємства.

Висновки. Таким чином, вивчення сутності підходів до джерел формування стійких конкурентних переваг, визначення взаємозв'язків між концепціями конкурентних переваг та підходами до джерел їх формування, дозволили обґрунтувати зміст сучасної концепції стійких конкурентних переваг.

Авторське бачення сучасної концепції стійких конкурентних переваг підприємства полягає у таких положеннях:

1. Інтеграція ресурсного, ринкового, інституційного підходів до джерел формування стійких конкурентних переваг.

2. Діагностування стійких конкурентних переваг з орієнтацією на внутрішнє середовище – на підприємство; на зовнішнє середовище, у тому числі на споживачів, конкурентів, систему ринку.

3. Формування обов'язкових складових стійкої конкурентної переваги підприємства: переваги конкурентного потенціалу у внутрішньому середовищі; переваг конкурентної позиції та конкурентного статусу – у зовнішньому середовищі.

Результати наукової роботи планується використати під час формування концепції стійких конкурентних переваг підприємств ресторанного бізнесу.

Список літератури

1. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер; [пер. с англ. под. ред. и с предисловием В.Д. Щитинина]. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.
2. Лісовська Л.С. Сучасна парадигма конкурентоспроможності підприємства / Л.С. Лісовська [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Ekonomika/2009_640/20.pdf.
3. Смирнов С.М. Обґрунтування підходу до формування стійких конкурентних переваг підприємства / С.М. Смирнов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.nbuv.gov.ua/portal/soc.../64.pdf.
4. Сысоева Е.А. Конкурентные преимущества предприятия: эволюция и источники формирования / Е.А. Сысоева // Вопросы экономики и права. – 2011. – № 5. – С. 47-51.
5. Ягафарова Е.Ф. Устойчивость конкурентного преимущества фирмы с точки зрения ресурсной концепции / Е.Ф. Ягафарова // Известия ПГПУ. – 2008. – № 6 (10). – С. 30-35.
6. Чачашвили Э.С. Эволюция стратегического маркетинга / Э. С. Чачашвили // Научные ведомости БелГУ. Сер. История. Политология. Экономика. Информатика. – 2009. – Вып. 11/1, № 9. – С. 76-81.
7. Каячев Г.Ф. Стратегическое управление фирмой: эволюция подходов и роль реальных опционов в современном менеджменте / Г.Ф. Каячев, В.С. Пекшева. // Вестник Томского государственного университета. – 2010. – № 1 (9). – С. 28-37.
8. Царенко О.В. Конкурентні переваги легкої промисловості регіонів України: методологія формування, теорія та практика: [монографія] / О.В. Царенко. – Донецьк : Юго-Восток, Лтд, 2009. – 504 с.
9. Стовбан Ю.Т. Конкурентні переваги підприємства як необхідна умова виходу економіки України з тіні / Ю.Т. Стовбан [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_gum/aprer/2009_5_1/17.pdf.
10. Штейн О.И. Совершенствование рыночно-ориентированной парадигмы / О.И. Штейн // Вісник Сев НТУ. Вип. 98: Економіка і фінанси: зб. наук. пр. – Севастополь: Вид-во Сев НТУ, 2009. – С.

- 197-200.
11. Управління конкурентоспроможністю підприємства / С.М. Клименко [та ін.]. – К: КНЕУ, 2008. – 520 с.
 12. Гордеев В.А. Институционализм как фактор разработки новой теории конкуренции / В.А. Гордеев [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://newpoliteconomy.org/publications/articles/174.pdf>.
 13. Алещина Н.В. Анализ подходов к обеспечению конкурентоспособности предприятий / Н.В. Алещина // Наукові праці Донецького державного технічного університету. – 2002. – С. 201-209.
 14. Шершнева Е.Г. Современная парадигма управления конкурентными преимуществами предприятия в условиях глобализации экономики / Е.Г. Шершнева // Вестник УГТУ-УПИ. – 2006. – № 9 (80). – С. 50-57.
 15. Отенко І.П. Управління конкурентними перевагами підприємства [монографія] / І.П. Отенко, С.О. Полтавська. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2005. – 212 с.
 16. Тарнавська Н.П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика: [монографія] / Н.П. Тарнавська. – Тернопіль: Економічна думка, 2008. – 570 с.
 17. Шпотов Б.О. современных теориях конкурентных преимуществ и отраслевого лидерования / Б.О. Шпотов // Проблемы теории и практики управления. – 2001. – № 3. – С. 50-55.
 18. Сотников А.С. Основные подходы к формированию устойчивых конкурентных преимуществ промышленных предприятий / А.С. Сотников // Экономические науки. – 2011. – № 5 (78). – С. 243-246.
 19. Костяев Р.А. Концепция создания конкурентных преимуществ с применением возможностей сети Интернет / Р.А. Костяев // Проблемы современной экономики. – 2008. – № 3 (27). – С. 57-65.
 20. Ткачова С.С. Стійкі конкурентні переваги, конкуренція, конкурентоспроможність підприємства: концептуальний зв'язок наукових підходів / С.С. Ткачова // Збірник наукових праць ДІРСП: «Методологія досліджень та сучасні соціальні, економічні і психологічні проблеми розвитку суспільства»: Серія : «Економіка і менеджмент». – Донецьк: ТОВ «Східний видавничий дім», 2011. – С. 121-126.

Поступила в редакцію 01.06.2012 г.

Ткачева С. С. Современная концепция устойчивых конкурентных преимуществ предприятия: интеграция и сбалансирование научных подходов / С.С. Ткачева // Ученые записки ТНУ. Серия: Экономика и управление. – 2012. – Т. 25 (64), № 2. – С. 160-168.

Проанализированы теории конкурентных преимуществ с точки зрения подходов к источникам формирования конкурентных преимуществ. Обосновано содержание современной концепции устойчивых конкурентных преимуществ предприятия.

Ключевые слова: устойчивое конкурентное преимущество, теории конкурентных преимуществ, рыночный, ресурсный, институциональный подходы, интеграция, сбалансирование.

Tkacheva S.S. Modern the concept of steady competitive advantages of the enterprise: integration and scientific approaches / S.S. Tkacheva // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2012. – Vol. 25 (64), № 2. – P. 160-168.

Theories of competitive advantage in terms of approaches to sources of competitive advantages formation are analyzed. The content of the modern concept of sustainable competitive advantages is justified.

Keywords: sustainable competitive advantage, the theory of competitive advantage, market, resource, institutional approaches, integration, balance.