**Іванова Ольга Юріївна. Оцінка та формування конкурентних переваг промислових підприємств : дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / Харківський національний економічний ун-т. — Х., 2006. — 264арк. : рис., табл. — Бібліогр.: арк. 183-200**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | **Іванова О. Ю. Оцінка та формування конкурентних переваг промислових підприємств. – Рукопис.**  Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.01 – економіка, організація і управління підприємствами. – Харківський національний економічний університет, Харків, 2006.  Дисертацію присвячено теоретичним дослідженням і розробці методичного забезпечення оцінки та формування конкурентних переваг підприємства. У дисертації досліджено теоретичне підґрунтя і розкрито сутність категорії «конкурентні переваги». Удосконалено класифікацію конкурентних переваг. Обґрунтовано і розроблено методичне забезпечення оцінювання конкурентних переваг підприємства, організаційне забезпечення моніторингу конкурентних переваг з виділенням найбільш важливих факторів впливу на їх формування і розвиток. Запропоновано рекомендації з підтримки та підсилення існуючих конкурентних переваг на основі їх якісного аналізу за допомогою матричного моделювання із застосуванням запропонованих матриць «Стійкість за витратами – стійкість за часом» та «Ефективність – стійкість». Запропоновано послідовність формування нових конкурентних переваг підприємства. Обґрунтовано теоретичний підхід до оцінки ефекту масштабу та економії за рахунок накопиченого досвіду. | |
| |  | | --- | | Наукові і практичні результати виконаного дослідження в сукупності вирішують важливе науково-практичне завдання – розробку теоретичних засад і методичного забезпечення оцінки та формування конкурентних переваг промислових підприємств.  У ході дослідження одержано такі результати.  1. Конкурентна перевага являє собою відносну категорію, що проявляється в конкурентному середовищі, має стійкість і високий рівень адаптації до умов, що змінюються, та визначає можливості ефективного функціонування підприємства. Конкурентні переваги мають властивості відносності, динамічності, адаптивності. У взаємозв'язку з основними категоріями теорії конкуренції конкурентні переваги проявляють подвійність: конкурентні переваги, з одного боку, є наслідком конкуренції, конкурентоспроможності, стратегічного потенціалу, конкурентної стратегії, а з іншого, – виступають засобом ефективної їх реалізації.  2. Класифікація, як угрупування конкурентних переваг по певних ознаках, дозволяє виділити найбільш значущі й менш істотні переваги, їх доцільне сполучення допомагає визначитися підприємству у виборі найбільш прийнятного й правильного шляху досягнення стійких конкурентних позицій. Застосування запропонованих нових класифікаційних ознак за характером виникнення, протидією силам конкуренції, ступенем значущості для підприємства, можливістю регулювання, характером цілей підприємства, роллю в забезпеченні конкурентної стратегії дозволяє більш глибоко пояснити їх суть. Уточнено класифікацію за факторами за рахунок їх укрупнення й врахування терміну дії конкурентних переваг.  3. Виділено фактори зовнішнього й внутрішнього середовища, що впливають на конкурентні переваги. Підприємство може оперативно впливати на фактори внутрішнього середовища, що дозволяють зміцнювати свій стратегічний потенціал, підсилюючи й розвиваючи конкурентні переваги, засновані на внутрішніх факторах, і підвищувати рівень конкурентоспроможності. Зовнішні фактори не піддаються прямому впливу з боку підприємства й передбачається адаптація до них. За результатами методу аналізу ієрархій було виявлено найбільш впливові фактори конкурентних переваг.  4. Запропонований метод оцінювання стійкості конкурентних переваг дозволяє визначити витрати, що може понести конкурент при копіюванні чи відтворенні конкретної конкурентної переваги та необхідний на це час, що дає змогу підприємству надалі розробляти на основі результатів оцінки стратегії посилення й підтримки існуючих конкурентних переваг.  5. Методичне забезпечення оцінювання конкурентних переваг передбачає оцінювання ефективності й стійкості конкурентних переваг за часом на їх відтворення й пов'язаними з цим витратами. Запропонований методичний підхід до інтегральної оцінки конкурентних переваг підприємства передбачає формування рейтингового переліку ключових конкурентних переваг з урахуванням результатів трирівневої перевірки їх на відповідність вимогам ринку, внутрішнім можливостям підприємства й вибраній ним конкурентній стратегії. Він базується на сполученні якісного аналізу за допомогою розробленої матриці «Ефективність – стійкість» і кількісної оцінки локальних показників ефективності й стійкості конкурентних переваг з розрахунком інтегрального показника.  6. Важливе завдання вирішує моніторинг конкурентних переваг – як комплекс взаємозалежних дій, спрямованих на постійний контроль за зміною конкурентних переваг підприємства по основних видах і розробку способів адаптації до умов, що змінюються, під тиском конкурентів, постачальників, споживачів і товарів-замінників. Моніторинг ґрунтується на своєчасній оцінці й прогнозуванні стану конкурентних переваг підприємства на базі отриманої інформації з наступним ухваленням рішення про вибір методу управління конкурентними перевагами.  7. На основі результатів моніторингу обґрунтовуються заходи щодо підтримки й посилення існуючих конкурентних переваг за видами та формування нових конкурентних переваг підприємства, що передбачає складання проекту нових конкурентних переваг, де враховуються всі вимоги до переваг, розподіляються обов'язки між працівниками підприємства, що залучені до реалізації проекту, обчислюється очікувана ефективність та стійкість новостворюваної переваги.  8. При формуванні конкурентних переваг, відповідних стратегії лідерства у витратах, слід розрізняти конкурентні переваги, що базуються на ефекті масштабу та пов’язані з економією за рахунок накопиченого досвіду з обґрунтуванням галузевої специфіки та періоду життєвого циклу конкурентної переваги. Економія за рахунок накопиченого досвіду для виробників високотехнологічних виробів може бути стійкою конкурентною перевагою і високим вхідним бар'єром для конкурентів. | |