

**Петрикiва О. С., Гунько Д. В.**

## ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ РЕГІОНУ»

У статті проаналізовано теорії формування конкурентних переваг, визначено їх відмінні риси з точки зору різних підходів. Обґрунтовано актуальність дослідження поняття «конкурентні переваги регіону» щодо формування певного рівня конкурентоспроможності. Встановлено, що конкурентоспроможність є результатом, який фіксує наявність конкурентних переваг, а без останніх конкурентоспроможність не є можливою. Формування конкурентних переваг на регіональному рівні є важливою та необхідною передумовою щодо досягнення певного рівня конкурентоспроможності, а механізм формування конкурентних переваг регіону – актуальним питанням подальших наукових досліджень.

*Ключові слова:* конкурентні переваги, конкурентоспроможність, конкурентні переваги регіону

*Табл.:* 3. *Бібл.:* 54.

**Петрикiва Ольга Станіславiвна** – кандидат економічних наук, доцент, кафедра фінансів і кредиту, Харківський національний університет будівництва та архітектури (вул. Сумська, 40, Харків, 61002, Україна)

*Email:* mograb\_o@mail.ru

**Гунько Дар'я Владиславiвна** – аспірант, кафедра фінансів і кредиту, Харківський національний університет будівництва та архітектури (вул. Сумська, 40, Харків, 61002, Україна)

*Email:* gynko\_daria@mail.ru

УДК 330.101; 332.12

**Петрыкива О. С., Гунько Д. В.**

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ «КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА РЕГИОНА»

В статье проанализированы теории формирования конкурентных преимуществ, определены их отличительные черты с точки зрения разных подходов. Обоснована актуальность исследования понятия «конкурентные преимущества региона» в контексте формирования определенного уровня конкурентоспособности. Установлено, что конкурентоспособность является результатом, который фиксирует наличие конкурентных преимуществ, а без последних конкурентоспособность невозможна. Формирование конкурентных преимуществ на региональном уровне является важной и необходимой предпосылкой для достижения определенного уровня конкурентоспособности, а механизм формирования конкурентных преимуществ региона – актуальным вопросом дальнейших научных исследований.

*Ключевые слова:* конкурентные преимущества, конкурентоспособность, конкурентные преимущества региона

*Табл.:* 3. *Библ.:* 54.

**Петрыкива Ольга Станиславовна** – кандидат экономических наук, доцент, кафедра финансов и кредита, Харьковский национальный университет строительства и архитектуры (ул. Сумская, 40, Харьков, 61002, Украина)

*Email:* mograb\_o@mail.ru

**Гунько Дарья Владиславовна** – аспирант, кафедра финансов и кредита, Харьковский национальный университет строительства и архитектуры (ул. Сумская, 40, Харьков, 61002, Украина)

*Email:* gynko\_daria@mail.ru

UDC 330.101; 332.12

**Petrykiva O. S., Gunko D. V.**

## THEORETICAL APPROACHES OF DEFINITION THE CONCEPT «COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE REGION»

Theoretical Approaches of Definition the Concept «Competitive Advantages of the Region»

The article analyses the theories of formation of competitive advantages, defines their distinctive features from the point of view of different approaches. Relevance of research of the concept «competitive advantages of the region» of a context of formation of a certain level of competitiveness is proved. It was found that a competitiveness is one that captures the competitive advantages, and without the latter can not be competitive. Development of competitive advantages at the regional level is an important and necessary prerequisite for achieving a certain level of competitiveness, and the mechanism of formation of the competitive advantages of the region is a key issue for further research.

*Keywords:* competitive advantages, competitiveness, competitive advantages of the region

*Tabl.:* 3. *Bibl.:* 54.

**Petrykiva Olga S.** – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Department of Finance and Credit, Kharkiv National University of Construction Engineering and Architecture (vul. Sumska, 40, Kharkiv, 61002, Ukraine)

*Email:* mograb\_o@mail.ru

**Gunko Darya V.** – Postgraduate Student, Department of Finance and Credit, Kharkiv National University of Construction Engineering and Architecture (vul. Sumska, 40, Kharkiv, 61002, Ukraine)

*Email:* gynko\_daria@mail.ru

**Вступ.** Аналіз сучасних досліджень проблем формування та підвищення рівня конкурентоспроможності регіонів свідчить про активний науковий інтерес щодо аналізу формування певного рівня конкурентоспроможності з позиції забезпечення та розвитку конкурентних переваг в рамках конкретного регіону, синергетичний характер взаємодії яких обумовлює місце та масштаби впливу регіону на глобальну економічну систему, забезпечує її успіх у конкурентній боротьбі, а отже, забезпечення певного рівня конкурентоспроможності.

Зазначене коло проблем привертає увагу багатьох дослідників, та поняття «конкурентної переваги» розглянуто та сформовано в рамках наукових досліджень провідних науковців як на національному, так і на міжнародному рівнях, а саме: Б. Карлофа, М. Портера, В. Маркової, П. Забеліної, А. Шегди, Ф. Котлера, Р. Фатхудінова, Г. Азоева, М. Книша, А. Градова, В. Оберемчука, Б. Мільнера, Ф. Лііса, О. Тищенко, О. Головка, А. Райзберга, А. Шинкаренко, А. Шевченко, Ж. – Ж. Ламбена, А. Піддубної, І. Піддубного, А. Войчака, І. Білецької, О. Кузьміна, Н. Горбала, Г. Хулея, Дж. Сандерса, Н. Задорожної, В. Павлової, А. Андрєєва,

Ю. Іванової, В. Філонича, В. Зінченка, О. Савтюгіна, А. Гапоненка, А. Панкрухіна, В. Горячука. Але в той же самий час на регіональному рівні не існує єдиної думки щодо трактування поняття «конкурентна перевага». Тому актуальним та доцільним є дослідження даного поняття з позиції вже визначених точок зору та можливості удосконалення трактування та змістовного наповнення поняття «конкурентної переваги» саме на регіональному рівні.

Термін «конкурентні переваги» все частіше використовується науковцями на рівні регіону, тож дослідження природи його походження необхідне для глибокого розуміння механізму формування його конкурентоспроможності, Крім того, розкриття об'єктивної сутності та змісту даної категорії дає можливість здійснення наукового обґрунтування та ефективного вирішення проблеми підвищення регіональної конкурентоспроможності.

З метою дослідження природи походження терміну «конкурентні переваги», було проведено аналіз теорій, в рамках яких закладено теоретичні основи щодо формування даного поняття з точки зору різних підходів, який наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Аналіз підходів щодо формування конкурентних переваг

Теорії формування конкурентних переваг	Відмінні риси
1	2
Ресурсний підхід	
Теорія абсолютних переваг А. Сміта (1776) [34]	Досліджувалися фактори виробництва: земля, капітал, природні ресурси, праця
Теорія порівняльних переваг Д. Рікардо (1817)[34]	
Теорія співвідношення факторів виробництва Е. Хекшера та Б. Оліна (1918-1933) [3]	Проводився укрупнений аналіз двох факторів – праці та капіталу
Теорія вирівнювання цін на фактори виробництва П. Самуельсона (1948) [3]	Аналізується однорідність факторів виробництва, ідентичність техніки, досконалої конкуренції та повної мобільності товарів
Управлінський підхід	
Система національної економії Ф. Лііста (1841) [24]	Аналізуються додаткові фактори впливу – ефективна урядова політика, умови попиту, рівень технічного прогресу, пропонуються методологічні принципи теорії конкурентоспроможності саме з позиції впливу державного регулювання
Теорія полюсів зростання Ф. Перру (1950) [3]	Аналізуються регіони як стратегічні одиниці формування конкурентоспроможності, а також локальні умови для виробництва
Модель «Збалансована система показників» Р. Каплана та Д. Нортон (1992) [14]	Аналізується доцільність формування певної системи показників з метою виявлення причинно-наслідкових зв'язків у системі управління конкурентоспроможністю
Інвестиційний підхід	
Теорія «нового зростання» П. Ромера та «людського капіталу» Р. Лукаса (1988-1990)[47;52]	Аналізуються внутрішні чинники економічного зростання – інвестування в НТП та людський капітал
Еклектична ОЛІ – парадигма Дж. Даннінга (1981-1993) [43]	Аналізуються конкурентні переваги в ракурсі залучення іноземних інвестицій. Доведено визначний вплив трьох груп детермінант: переваг володіння, переваг розташування, переваг інтернаціоналізації
Інноваційний підхід	
Теорія економічного розвитку Й. Шумпетера (1912) [39]	Досліджуються фактори зростання, які ґрунтуються на розвитку технічного прогресу

1	2
Теорія факторів економічного зростання Дж. Кендрика, Е. Денісона, Р. Солоу (1957-1969) [48]	Аналізуються інновації як необхідна передумова економічного зростання. Конкурентні переваги можуть бути отримані внаслідок розвитку принципово нових інноваційних напрямків розвитку
Концепція інтелектуального лідерства Г. Хемела і К. Прахаллада (1994)[49]	Аналізується поряд із традиційними факторами конкурентоспроможності пріоритетність ключових компетенцій в рамках концепцій інтелектуального лідерства. Розглядається важливість конкурування не продукту з продуктом, а створення принципово нових видів бізнесу, нелінійних інновацій, нестандартних рішень
Теорія екосистем та коєволюції Дж. Мура (1996) [50]	Аналізується доцільність існування саме інноваційного типу діяльності, обрання партнерського типу відносин між постачальниками та споживачами, вказується на те, що суб'єкт господарювання є частиною екосистеми
Теорія комплементарних факторів Р.М. Кантера [45]	Аналізується вплив так званих «комплементарних факторів» як важливих підсилювачів формування стійких конкурентних переваг
Теорія блакитного океану К. Чана (2007) [44]	Аналізується недоцільність постійної боротьби із конкурентами. Необхідність заповнення тих полей, які є пустими, з метою досягнення унікальності та неповторності
Комбінований підхід	
Меркантилістські теорії (XV-XVIII) [3]	Аналізувалися орієнтири експорту та імпорту, стимулювання розвитку монопольних торговельних об'єднань, стимулювання розвитку національного промислового виробництва, питання вивозу з країни сировини
Німецька історична школа - Рошер, Б. Гільдербранд, К. Кніс, Г. Шмоллер, Й. Брентано (1852) [13]	Аналізується необхідність урахування специфічних особливостей, особливо нееконічного характеру – геополітичне становище, конкретно-історичних та природних умов, традицій, звичаїв, розвиненості політичних інститутів
Теорія індустріальних районів (спеціалізованих виробництв) А. Маршала (1890) [26]	Виділено три основні напрямки формування конкурентних переваг: високий рівень кваліфікації, розвиток обслуговуючих виробництв, зосередження вузькоспеціалізованого виробництва
Теорія національних конкурентних переваг М. Портера (1990) [31]	Аналізуються фактори виробництва, розвиненість попиту, зрілість конкурентного середовища, якість управління, державна політика. За ключові напрямки обрано інноваційну діяльність, формування промислових та регіональних кластерів
Модель мистецтва домінування та створення конкурентних переваг М. Трейсі, Ф. Вирсема (1995) [51]	Аналізується необхідність та доцільність обрання однієї з ціннісних дисциплін шляхом проходження трьох основних етапів прийняття рішень
Теорія соконкуренції А.М. Бранденбургера та Б. Дж. Нейлбаффа (1996) [41]	Ґрунтується на доцільності застосування теорії ігор, що дозволяє ефективно комбінувати фактори виробництва та функціонування структур
Концепція сталого розвитку (2002) [20]	Аналізується доцільність застосування сукупностей чинників економічного, соціального та екологічного спрямування

Проаналізувавши табл. 1, можна зробити висновок, що теорії, в рамках яких були закладені базові положення щодо формування поняття «конкурентні переваги», можна класифікувати на 5 різних підходів.

Перший підхід – «Ресурсний або факторний», представники якого концентрували увагу на тому, що базою для формування конкурентних переваг є дослідження факторів виробництва. Ними було визначено, що фактори, які сприяють підвищенню конкурентоспроможності регіону, є їх конкурентними перевагами.

Другий підхід – «Управлінський», в його рамках особлива увага приділяється аналізу додаткових факторів впливу, а саме – ефективній урядовій політиці, впливу державного регулювання, розглядаються регіони як стратегічні одиниці формування конкурентоспроможності, про-

понується формування певної системи показників з метою управління конкурентоспроможністю.

Третій підхід – «Інвестиційний», базовим твердженням якого була принципово нова гіпотеза економічного зростання, в рамках якої науково-технічний прогрес розглядався як ендегенний чинник, а за головний фактор як економічного зростання, так і формування конкурентних переваг пропонувалося визначати саме спрямування інвестиційних ресурсів в науково-технічний та людський капітал. Досліджується вплив залучення іноземних інвестицій на формування конкурентних переваг країн, доводиться, що країна, яка має так звані «переваги володіння», безумовно, приваблює іноземні інвестиції. А «переваги розташування» та «переваги інтернаціоналізації» створюють сприятливі умови для національних інвесторів за кордоном.

Четвертий підхід – «Інноваційний», основні положення якого зводяться до висновку про те, що не все у формуванні конкурентоспроможності економічних суб'єктів та націй можна пояснити продуктивністю факторів виробництва. Їх дослідження факторів зростання ґрунтується на визнанні суттєвого впливу такого фактору як інновації. Науковці вважали, що на мікроекономічному рівні інновації можуть забезпечувати зростання прибутковості виробництва, а в рамках національної економіки – підштовхують економічну систему до переходу в новий рівноважний стан, тим самим забезпечуючи її розвиток. Акцентується велика увага на появі нової складової конкурентної позиції – інтелектуальної конкурентної переваги. Найважливішою умовою формування такої конкурентної позиції науковці вважають використання «базових функціональних властивостей продукту» і «ключових компетенцій». Під базовими функціональними властивостями пропонується розуміти потенційні можливості розвитку і використання продукту, а під ключовими компетенціями – знання й уміння людей щодо розробки таких продуктів. Конкурентна перевага розгля-

дається як похідна від людського мислення: ті, хто не зможе змінити свою парадигму і не стане носієм новітнього, не зможуть виграти у майбутній конкурентній боротьбі [51].

П'ятий підхід – «Комбінований», представники якого дійшли висновку про те, що практично неможливо знайти фактори виробництва, які забезпечують конкурентну перевагу тому чи іншому суб'єкту, вона формується завдяки продуктивності використання ресурсів усіх видів. Визначається, що проблема пошуку конкурентних переваг зводиться не до наявності певного ресурсу у виробника, а до ступеня ефективності використання всіх видів ресурсів.

Аналіз підходів щодо формування конкурентних переваг є базою для визначення трактування даного поняття.

З метою теоретичного узагальнення поняття «конкурентна перевага» проведена його морфологічна декомпозиція щодо визначення підходів до інтерпретації за допомогою ключових слів: результат, показник, сукупність, характеристики, цінність, переваги, компетентність, діяльність. У табл. 2 наведено морфологічний аналіз сутності поняття «конкурентні переваги».

Таблиця 2

Морфологічний аналіз сутності поняття «конкурентні переваги»

Представники	Інтерпретація поняття
1	2
Результат	
Б. Карлоф [13]	Результат, на який спрямовано всі стратегії у сфері бізнесу; конкурентні переваги формуються численними факторами: ефективним виробництвом, володінням патентами, рекламою, грамотним менеджментом, відношенням до споживачів
М. Книш [13]	Результат кращого за своїх конкурентів переборення сил конкуренції та виконання робіт із залучення покупців
А. Градов [40]	Продуктивність (результат) використання ресурсів, яка проявляється в зіставленні з іншими суб'єктами господарювання (підприємствами, галузями, національними економіками інших країн), з глобальною метою економічної стратегії фірми й сфери національної економіки
Б. Мільнер, Ф. Лііс [36]	Результат низької собівартості продукції, впровадження нововведень, більш високої продуктивності праці, більш високого рівня кваліфікації виробничого, технічного, комерційного персоналу, якості та технічних параметрів виробів, що виготовляються, управлінської майстерності, оптимального сегментування ринку, швидкого реагування на потреби та ін.
В.С. Катяло [15]	Результат реалізації фірмою такої стратегії створення вартості (використання своїх цінних та рідкісних ресурсів), яка одночасно не може бути реалізована ніким із її нинішніх або потенційних конкурентів
І. Білецька [5]	Результат не тільки конструктивного мислення, а й можливість компанії випереджати своїх конкурентів; наслідок відмінностей в операційній ефективності, здатність приваблювати споживачів та зберігати їх відданість; нововведення, що дає реальний приріст бізнес-успіху; індикатор положення фірми в конкуренції; реалізована ключова компетенція
І. Отенко, Є. Полтавська [27]	Результат більш ефективного за конкурентів управління процесами формування таких якісних і кількісних властивостей товару, які представляють цінність для покупця
Показник	
П. Забелін, Н. Моїсєєва [13]	Інтегральна стосовно конкурентоспроможності й конкурентного потенціалу величина, що характеризує здатність підприємства успішно конкурувати у коротко- й довгостроковому періодах
Н. Куденко, В. Третяк, Н. Куценко [13]	Показник, що забезпечує підприємству перевагу над конкурентами на цільовому ринку

1	2
Сукупність	
М. Портер [31]	Сукупність факторів, що визначають успіх або неуспіх підприємств в конкуренції; продуктивність використання ресурсів
О. Тищенко, О. Головка [35]	Сукупність (система) унікальних факторів, властивих підприємству, що відрізняють його від конкурентів і сприяють веденню вдалої конкурентної боротьби на ринку
А. Зозулев [11]	Сукупність заходів, спрямованих на удосконалення власної діяльності, послаблення конкурентів, впливу на зміну ринкового середовища
А. І. Піддубна, І. О. Піддубний [29]	Сукупність властивих та надбаних активів, характеристик діяльності суб'єкта господарювання, використання яких забезпечує йому ексклюзивну компетентність в певній сфері діяльності та перевагу перед конкурентами
Г. Хулей, Дж. Сандерс, Н. Пирси [38]	Унікальна комбінація (сукупність) наявного виробничого потенціалу з досвідом його використання, який був накопичений у минулому, а також сформованим іміджем, що сприяє виготовленню конкурентоспроможної продукції, завдяки реалізації якої суб'єкт господарювання має можливість забезпечити своє існування на довгострокову перспективу
Н. Задорожна [9]	Сукупність відносин, які є предметом регулювання за допомогою комплексу правових норм
А. Ткачук, В. Толканов, С. Марковський [13]	Сукупність природних, соціально-економічних науково-освітніх, технічних, інформаційних, культурних та інституційних умов. Які склалися в регіоні, відрізняють його від інших регіонів і визначають довгострокові перспективи забезпечення високого рівня якості життя населення, виробництва в ньому товарів та послуг та високу ефективність господарського комплексу територій
Характеристики	
В. Маркова [13]	Унікальні відчутні й невлічливі ресурси (характеристики), якими володіє підприємство. А також стратегічно важливі для зазначеного підприємства сфери бізнесу, які дозволяють перемагати в конкурентній боротьбі
С. Попов [13]	Характеристики, які створюють для організації, що виробляє й/або реалізує цей продукт, певні переваги над конкурентами; будь-які інновації, що дають реальне збільшення бізнес-успіху
А. Шевченко [13]	Характеристики товарів (споживчі властивості), специфічні умови виробництва й продажу, додаткові послуги, які відрізняють діяльність фірми й створюють її переваги на прямими конкурентами
Ж. – Ж. Ламбен; [23] В. Немцов, Л. Довгань [13]	Характеристики або властивості (атрибути) товару або торгівельної марки, що забезпечують фірмі перевагу над прямими конкурентами
А. Войчак, Р. Камишніков [6]	Характеристики чи властивості, які забезпечують підприємству перевагу перед прямими конкурентами
А.В. Андрєєв [13]	Специфічні риси й особливості регіону (характеристики), що важливі для його цільових ринків і відрізняють його від інших регіонів
Л. С. Шевченко, В. І. Торкатюк, М. О. Кизим, А. Л. Шутенко [13]	Споживчі якості товарів, специфічні умови їх виробництва та продажу, а також додаткові послуги, що відрізняють діяльність фірми та створюють її перевагу на прямими конкурентами
А. І. Гапоненко, А. П. Панкрухін [8]	Фактори (характеристики) конкурентоспроможності, які проявляють себе у певних суб'єктах господарювання
Цінність	
Ф. Котлер [21]	Пропозиція споживачам більшої цінності за рахунок більш низьких цін або за рахунок надбання більших вигід, що виправдовують вищу ціну
Р.А. Фатхутдінов [37]	Яка-небудь ексклюзивна цінність, якою володіє система та яка дає їй перевагу над конкурентами
Є. Мазилкіна, Г. Панічкіна [25]	Система, що володіє будь-якою ексклюзивною цінністю, яка надає їй перевагу над конкурентами в економічній, технічній та організаційній сферах
О. Є. Кузьмін, Н. І. Горбаль [22]	Ексклюзивна цінність об'єкта, яка дає йому перевагу перед конкурентами
Ф. Аналоуї, А. Карамі [2]	Ті здібності (цінності), якими має володіти компанія, щоб досягати успіху у своєму бізнесі
Л. В. Балабанов, В. Холод [4]	Будь-яка ексклюзивна цінність, якою володіє підприємств, що забезпечує йому першість серед конкурентів

Закінчення табл. 2

1	2
В.А. Зінченко [10]	Це ексклюзивні цінності в різних сферах діяльності, якими володіє суб'єкт господарювання та які забезпечують йому першість серед конкурентів на цільовому ринку
Переваги	
Г. Азоєв [1]	Концентрований прояв переваги над конкурентами в економічній, технічній, організаційній сферах діяльності підприємства, які можна виміряти економічними показниками (додатковий прибуток, більш висока рентабельність, ринкова частка, обсяг продаж)
В. Оберемчук [13]	Переваги, що забезпечують доходи, які перевищують середньогалузевий рівень і сприяють завоюванню міцних позицій на ринку; основа успішного існування і розвитку фірми
С. П. Гаврилюк [7]	Стратегічно важливі для суб'єкта господарювання активи та сфера діяльності, тобто переваги, які дають йому можливість перемагати в конкурентній боротьбі
Ю. Б. Іванов, П. А. Орлов, О. Ю. Іванова [12]	Позитивні відмінності (переваги) підприємства від конкурентів у деяких або усіх видах діяльності, які забезпечують підвищення соціально-економічної ефективності в короткостроковому періоді й виживання в довгостроковому за рахунок постійного пошуку нових можливостей і швидкої адаптації до навколишнього середовища та умов конкурентної боротьби, що змінюються
В. Філонич [13]	Наявність певних вищих характеристик (переваг) регіону у порівнянні з іншими регіонами
О. Савтюгін [13]	Перевага не над конкурентами, а перевага по відношенню до споживачів, полягає в найбільш швидкому забезпеченні клієнтів новими інформаційними послугами та товарами, які будуть формувати ринок майбутнього
В. Ф. Горячук [13]	Перевага у конкурентоспроможності в цілому, за окремими її складовими (показниками), окремому фактору, групі факторів конкурентоспроможності
Компетентність	
А. Шегда [13]	Висока компетентність підприємства в будь-якій сфері, що надає йому найкращі можливості залучати й зберігати клієнтів
А.Б. Райзберг [32]	Компетентність підприємства певній сфері діяльності
В. Г. Шинкаренко, А. С. Бондаренко [13]	Висока компетентність підприємства у порівнянні із своїми конкурентами, що базується на досягнутому рівні конкурентного статусу, достатності й ефективності використання конкурентного потенціалу
Діяльність	
Ю. Соболев, В. Дикань, А. Дейнека, Л. Позднякова [33]	Діяльність фірми на ринку, що дозволяє долати сили конкуренції та залучати покупців
В. А. Павлова [28]	Діяльність, яка пов'язана зі зміною ринкової позиції суб'єкта господарювання пристосуванням видів діяльності обраної стратегії вибором політики взаємовідносин з конкурентами, швидкою реакцією на зміну у конкурентній сфері діяльності

Аналізуючи дані, які наведено у табл. 2, можна зробити висновки, що не існує єдиного визначеного трактування даного поняття. В залежності від того, в якому ракурсі розглядається поняття «конкурентної переваги», можна виділити ключові елементи щодо аналізу та пошуку джерел їх формування.

Розглядаючи трактування поняття «конкурентні переваги» з точки зору регіональної площини, доцільно виділити результати досліджень авторів, які наведено у табл. 3.

Аналізуючи дані табл. 3, можна зробити висновок, що науковці сходяться на думці, що конкурентні переваги у регіональній площині доцільно розглядати як переваги над конкурентами у певних сферах діяльності, тобто ключовим словом у трактуванні конкурентних переваг регіону є переваги. Доцільно виділити точку зору В. Ф. Горячука

щодо того, що конкурентні переваги вважаються перевагами саме у конкурентоспроможності в цілому, за окремими її складовими (показниками), окремому фактору, групі факторів конкурентоспроможності [14].

Необхідно відзначити, що конкурентна перевага має порівняльний, а відповідно відносний, а не абсолютний характер, адже вона може бути оцінена тільки шляхом порівняння характеристик, які впливають на економічну ефективність. Відносність конкурентної переваги проявляється в іншій важливій її властивості – залежності від конкретних умов та причин. Суттєвою характеристикою конкурентної переваги є її залежність від багатьох різних факторів.

**Висновок.** Проведений аналіз засвідчив те, що в економічній літературі конкурентні переваги ототожнюються

Сутність поняття «конкурентні переваги регіону»

Автор	Сутність поняття
Переваги	
Г. Азоєв [1]	Концентрований прояв переваги над конкурентами в економічній, технічній, організаційній сферах діяльності підприємства, які можна виміряти економічними показниками (додатковий прибуток, більш висока рентабельність, ринкова частка, обсяг продаж)
В. Оберемчук [13]	Переваги, що забезпечують доходи, які перевищують середньогалузевий рівень і сприяють завоюванню міцних позицій на ринку; основа успішного існування і розвитку фірми
С. П. Гаврилюк [7]	Стратегічно важливі для суб`єкта господарювання активи та сфера діяльності, тобто переваги, які дають йому можливість перемагати в конкурентній боротьбі
Ю. Б. Іванов, П. А. Орлов, О. Ю. Іванова [12]	Позитивні відмінності (переваги) підприємства від конкурентів у деяких або усіх видах діяльності, які забезпечують підвищення соціально-економічної ефективності в короткостроковому періоді й виживання в довгостроковому за рахунок постійного пошуку нових можливостей і швидкої адаптації до навколишнього середовища та умов конкурентної боротьби, що змінюються
В. Філонич [13]	Наявність певних вищих характеристик (переваг) регіону у порівнянні з іншими регіонами
О. Савтюгін [13]	Перевага не над конкурентами, а перевага по відношенню до споживачів, полягає в найбільш швидкому забезпеченні клієнтів новими інформаційними послугами та товарами, які будуть формувати ринок майбутнього
В. Ф. Горячук [13]	Перевага у конкурентоспроможності в цілому, за окремими її складовими (показниками), окремому фактору, групі факторів конкурентоспроможності

з конкурентоспроможністю. Необхідно відзначити, що така аналогія має вагомий підстави для існування, адже між цими поняттями спостерігається причинно-наслідковий зв'язок. Так чи інакше, встановлено, що конкурентоспроможність є результатом, який фіксує наявність конкурентних переваг, а без останніх конкурентоспроможність не є можливою.

Тож формування конкурентних переваг на регіональному рівні є важливою та необхідною передумовою щодо досягнення певного рівня конкурентоспроможності, а механізм формування конкурентних переваг регіону є актуальним питанням подальших наукових досліджень.

## ЛІТЕРАТУРА

- Азоєв Г. А. Конкурентное преимущество фирмы / Г. Л. Азоєв, А. Л. Челенков. – М.: ОАО «Типография «Новости», 2000. – 256 с.
- Аналоуи Ф. Стратегический менеджмент малых и средних предприятий [пер. с англ.] / Ф. Аналоуи, А. Карамі. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2005. – 400 с.
- Антонюк Л. Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації / Монографія. – К.: КНЕУ, 2004. – 275 с.
- Балабанов Л. В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств / Л. В. Балабанов, В. В. Холлод. – К.: ВД «Професіонал», 2006. – 448 с.
- Белецкая И. И. Современный механизм формирования конкурентных преимуществ в свете эволюции их теории // Прометей. – 2005. – № 1. – С. 167–172.
- Вовчак А. В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація / А. В. Вовчак, Р. В. Камишніков // Маркетинг в Україні. – 2005. – № 2. – С. 50–53.
- Гаврилюк С. П. Конкурентні переваги як основа розробки стратегії туристичних підприємств // Науковий вісник ПУСКУ. – 2001. Вип 2. – Полтава: РВВ ПУСКУ, 2001. – С. 76–80.
- Гапоненко А. Л. Стратегическое управление / Гапоненко А. Л., Панкрухин А. П. // М.: Омега Л., 2008. – 464 с.
- Задорожна Н. Поняття конкурентних переваг / Н. Задорожна // Підприємство, господарство і право. – 2005. – № 1. – С. 100–103.
- Зинченко В. А. Сущность дифиниций конкуренции // Соціально-економічний розвиток України та її регіонів: проблеми науки та практики: Тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції 22–23 травня 2008 р. – Х.: ФОП Александрова К. М. – С. 240–242.
- Зозулев А. Про посилення конкурентних переваг підприємства / А. Зозулев // Економіка України. – 2003. – № 8. – С. 33–38.
- Іванов Ю. Б. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток / Ю. Б. Іванов, П. А. Орлов, О. Ю. Іванова : Монографія. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2008. – 352 с.
- Інтегровані структури бізнесу: проблеми теорії та практики оцінювання конкурентоспроможності / М. О. Кизим, В. С. Пономаренко, В. М. Горбатов, О. М. Ястремська: Монографія. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2010. – 368 с.
- Каплан Р. С. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Р. Каплан, Д. Нортон. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2003. – 304 с.
- Катькало В. С. Ресурсная концепция стратегического управления: генезис основных идей и понятий // Вестник СПбГУ. Сер. «Менеджмент». 2002. – Вып. 4. – С. 20–42.
- Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег: Пер. с англ. – М.: Гелиос АРВ, 2002. – 494 с.
- Козловський С. В. Управління конкурентними перевагами регіону щодо забезпечення економічної стійкості та розвитку

- / С. В. Козловський, Н. Н. Насіковська, І. О. Козловські // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 1. – Т. 1. – с. 186–191.
18. Конкурентная диагностика: концепция, содержание, методы: Монография / Шевченко Л. С., Торкатюк В. И., Кизим Н. А., Шутенко А. Л. – Х.: ИД «ИНЖЕК». 2008. – 240 с.
  19. Конкурентоспроможність територій: практи. посіб. / А. Ткачук, / В. Толканов, С. Марковський, [та ін.]. – К.: Легальний статус, 2011. – 252 с.
  20. Костирський В. В. Екологія перехідного періоду: право, держава, економіка. Економіко-правовий механізм охорони природного навколишнього середовища в Україні. – К.: ІЗП і ПЕ, 2003. – 772 с.
  21. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. – СПб.: Питер, 1999. – 896 с.
  22. Кузьмін О. Є. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства / О. Є. Кузьмін, Н. І. Горбаль. – Львів: Компакт – ЛВ, 2005. – 304 с.
  23. Ламбен Ж. – Ж. Менеджмент, ориентированный рынок. : Пер. с англ. / Под ред В.Б. Колчанова. – СПб.: Питер, 2004. – 800 с.
  24. Лиис Ф. Национальная система политической экономики, 1841 // 25 ключевых книг по экономике. – Из-во «Урал - LTD», 1999. – С. 155–174.
  25. Мазилкина Е. И. Управление конкурентоспособностью / Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина. – М.: Высшая школа менеджмента, 2008. – 3366 с.
  26. Маршал А. Принципы экономической науки. – Т.1: Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1993. – 415 с.
  27. Отенко І. П. Управління конкурентними перевагами підприємства / І. П. Отенко, Є. О. Полтавська // Х.: ХНЕУ. – 212 с.
  28. Павлова В. А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення: монографія / В. А. Павлова. – Д.: Изд-во ДУЕП, 2006. – 276 с.
  29. Піддубний І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю / І. О. Піддубний, А. І. Піддубна. – Х.: ВД «ИНЖЕК», 2004. – 264 с.
  30. Проблеми теорії та практики розвитку інтегральних зв'язків регіону: монографія / В. В. Третяк, Н. А. Куценко. – Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля. – Луганськ: Ноулідж, 2010. – 223 с.
  31. Портер М. Международная конкуренция: Пер с англ. / Под ред. В. Д. Щетинина – М. : Международные отношения, 1993. – 896 с.
  32. Райзберг Б. А. Курс управления экономикой. – СПб.: Питер, 2003. – 528 с.
  33. Соболев Ю. В. Стратегия и стратегический менеджмент / Ю. В. Соболев, В. Л. Дикань, А. Г. Дейнека, Л. А. Поздникова. – Х.: ООО «Олайн», 2002. – 416 с.
  34. Сміт А. Добробут націй. Дослідження про природу та причини добробуту націй: Пер. с англ. – К.:Port-Royal, 2001. – С.13–14.
  35. Тищенко А. Н., Головки О. С. Стратегия управления развитием предприятия. – Х.: ЭДЭНА, 2003. – 198 с.
  36. Управление современной компанией / Б. Мильнер, Ф. Лиис. – М.: Инфра – М, 2001. – 586 с.
  37. Фатхудинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М.: ИНФРА – М, 2000. – 312 с.
  38. Хулей Г., Сондерс Дж., Пирси Н. Маркетинговая стратегия и конкурентное позиционирование. – К.: Баланс Бизнес Букс, 2005. – 800 с.
  39. Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1982. – С. 53.
  40. Экономическая стратегия фирмы / Под ред. Градова А. П. – СПб.: Специальная литература, 1999. – 589 с.
  41. Brandenburger A. M., Nalebuff B.M. – Co-operation. – N.Y. Doubleday, 1996.
  42. Competing Interests (Interview with M. Treacy) // CIO Magazine. – 2005. – October 1. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.cio.com
  43. Danning J. H. International Production and the Multinational Enterprise. – L.: George Allen &
  44. Cim Chan. Strategy of the blue oceans. Moscow, 2007. – 272 p.
  45. Kanter R.M. Evolve! Succeeding in the Digital Culture of Tomorrow. – Harvard Business School Press. Boston (Mass.). – 2001
  46. Krugman P. R. International Trade and Income Distribution: a Reconsideration. NBER Working paper series, Working paper № 356, June 1979. – P. 22.
  47. Lucas R. On the Mechanics of Economic Development // Journal of Monetary Economics. – 1988. – Vol.22.
  48. Pozner Michael V. International Trade and Technical Change // Oxford Economic Papers. – P. 11–37.
  49. Prahalad C. K., Hamel G. The core competence of corporation // Harvard Business Review. – 1990. – Vol.68. – P. 79–91.
  50. Moore J. F. The Death of competition: Leadership & Strategy in the Age of Business Ecosystems / J.F. Moore, - New York: Harper Business, 1996. – 297 p.
  51. Treacy M., Wiersema F. The Discipline of Market Leaders. Reading Macs. Addison Wesley, 1995.
  52. Romer P. M. Endogenous technical change // Journal of Political Economy/ – 1990. – Vol. 98., № 5. – P. 71–102.
  53. Vernon R. International Investment and International Trade in the product circle // Quarterly Journal of Economics, 80: 190 – 207.