

УДК 339.138

Голда Надія

Golda Nadiia

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ FORMATION OF COMPETITIVE ADVANTAGES

Конкурентні переваги формуються за рахунок певних унікальних матеріальних та нематеріальних активів, що належать підприємству, тих стратегічно важливих для даного бізнесу напрямів діяльності, які дають змогу виграти конкуренцію. Основою конкурентних переваг можна вважати унікальні активи підприємства або спеціальну компетентність у сферах діяльності, що мають значення для даного бізнесу. Конкурентна перевага в основному реалізується на рівні стратегічних бізнес-одиниць і є основою конкурентної стратегії організації.

Історично теорія конкурентних переваг замінила теорію порівняльних переваг. Порівняльна перевага, що лежить в основі конкурентоспроможності країни чи фірми, визначається наявністю та використанням таких факторів виробництва, як праця, сировина, капітал, інфраструктура тощо. Однак із розвитком технологічних інновацій та глобалізацією бізнесу структура міжнародної конкуренції змінюється, і замість порівняльних переваг з'являється нова парадигма – конкурентні переваги. Це означає, що вигоди вже не є статичними, вони змінюються під впливом інноваційного процесу (змінюються виробничі технології, методи управління, способи доставки та реалізації продукції тощо). Ось чому для підтримки конкурентних переваг потрібні постійні інновації.

Глобалізація бізнесу змушує компанії враховувати національні та міжнародні процеси. Держава, її територія розглядається як основа стратегії компанії, а не лише як місце, де компанія працює.

Конкурентні переваги дозволяють організації мати рентабельність вище середньої для компаній цієї галузі чи цього сегменту ринку та завоювати міцні позиції на ринку. В основному переваги компанії забезпечуються шляхом надання споживачам переваг, які становлять для них велику цінність: шляхом продажу продукції за нижчими цінами (а може, навпаки, за вищими цінами – для престижної продукції), пропонування товарів вищої якості або з набором послуг. Майже будь-який сектор економіки може впасти в рецесію, за винятком галузей, важливих для життя людей.

В основному виділяються такі переваги галузі: тісні зв'язки з вигідними покупцями; відома торгова марка; гнучкість у використанні активів та ресурсів; значна частка ринку, якщо є економія на масштабі виробництва; можливості зменшити витрати, коли бізнес скорочується.

Конкурентні переваги повинні бути стійкими та гнучкими. При розгляді факторів, які забезпечують конкурентні переваги фірми, важливим є аналіз технологій виробництва та їх форм. Підприємство, яке оснащено передовою технологією виробництва, має ряд конкурентних переваг: низьку собівартість продукції, високу якість товару та може швидко змінювати виробничу програму. Остання властивість зумовлена не лише рівнем технології, але і рівнем та способом організації виробництва. Швидкість реакції організації на зміну ринку визначається як технологією виробництва так і гнучкістю організаційних структур.

Формування конкурентної переваги є основною маркетингової стратегії, яка забезпечує фірмі досягнення рівня зростання й прибутковості вищого, ніж у середньому на ринку. Конкурентна перевага, часто, є наслідком більш вигідної ринкової позиції в певному ринковому сегменті.