

УДК 339.138

Саханевич Г. ст. гр.. БК-41

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ВИЗНАЧЕННЯ НАЯВНИХ І ФОРМУВАННЯ НОВИХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

Науковий керівник: ст. викладач Бица В.Й.

У сучасних умовах ринкових відносин, що розвиваються, все більшого значення набуває конкуренція.

Конкуренція як механізм ринкового регулювання конкурентних відносин.

Конкурентні переваги є невід'ємним і базовим поняттям в теорії та практиці конкуренції.

Фундаментальною причиною успіху одних та невдачі інших фірм є наявність або відсутність у фірми конкурентних переваг.

Конкурентоспроможності фірми є результатом її конкурентних переваг по всьому спектру проблем управління компанією.

Стійкість конкурентної переваги становить властивість останньої зберігати свою цінність протягом тривалого періоду часу, здатність до протидії відтворенню конкурентами.

Процес формування й розвиток конкурентних переваг підприємства йде під впливом низки факторів зовнішнього і внутрішнього середовища (swot - аналіз), які й визначають, в кінцевому підсумку, його ефективність і стійкість. Але також слід врахувати, що ті ж самі фактори можуть по-різному впливати на різні конкурентні переваги, підсилюючи або послаблюючи їх.

Будь-яка перевага над конкурентами є відносною, вона встановлюється шляхом порівняння з кращим із конкурентів на даному товарному ринку чи в даному сегменті.

Конкурентна перевага може бути зовнішньою і внутрішньою. Зовнішня базується на відмінних якостях товару, які утворюють цінність для покупця, внутрішня – на перевазі фірми щодо витрат виробництва, які менші ніж у конкурентів.

Метод оцінювання стійкості конкурентних переваг, що базується на підході М. Портера, дозволяє визначити витрати, що може зазнати конкурент при копіюванні чи відтворенні конкретної конкурентної переваги та необхідний час, що дає змогу підприємству визначити місце й роль кожної конкурентної переваги в системі конкурентних переваг підприємства.

Необхідність утримання й посилення існуючих конкурентних переваг, а також обґрунтування рішення про формування нових конкурентних переваг спричиняють необхідність розробки системи моніторингу конкурентних переваг. Моніторинг ґрунтується на своєчасній оцінці й прогнозуванні стану конкурентних переваг підприємства на базі отриманої інформації. Розроблена загальна схема моніторинг передбачає шість основних етапів: підготовчий, збирання інформації про конкурентні переваги, її аналітична обробка, порівняння отриманих результатів, прогнозування основних характеристик конкурентної переваги в майбутньому та обґрунтування рішення щодо вибору методу коригування системи конкурентних переваг підприємства.

Оцінювання ефективності конкурентних переваг здійснюється з урахуванням їх відповідності конкурентної стратегії й особливостей реалізації, що визначають характер ефекту від конкретної конкурентної переваги.