

## 10. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

**В.С. Зарубін**

*Національний університет харчових технологій*

В сучасних умовах жорсткої конкуренції та стрімкого розвитку всіх сфер господарської діяльності дуже важливим є питання формування конкурентних переваг підприємства.

Дослідженням особливостей формування конкурентних переваг займалися такі вчені як: І. Ансофф, М. Портер, Дж. Кейнс, Д.С. Міль, К. Макконелл, Ф. Найт, Л. Раменський, Дж. Робінсон, Е. Чемберлін, Д. Юданов та ін. Проте в сучасному світі питання формування конкурентних переваг залишається актуальним і вимагає уваги та наукових розробок.

Конкуренція є дієвим інструментом розвитку економіки: стимулювання НТП та впровадження його досягнень у виробництво; сприяння ефективному використанню та перерозподілу ресурсів; формування оптимальної структури національної та світової економіки за галузями, сферами, рівнями її функціонування тощо. Конкурентоспроможність підприємства забезпечується за рахунок конкурентних переваг. З іншого боку формування конкурентних переваг – результат конкуренції на ринку.

Таким чином, конкурентні переваги – це ті характеристики й властивості товару, які створюють для фірми певну перевагу над своїми прямими конкурентами [1]. В питанні формування конкурентних

переваг підприємству необхідно визначити, які саме переваги воно хоче досягти. Відповідно до цього виділяють конкурентні переваги високого і низького порядків. Переваги низького порядку є нестійкими та легкодоступними для копіювання конкурентами. Вони є короткостроковими, що не гарантує підприємству стабільного, впевненого позиціонування на ринку. Довгострокові конкурентні переваги є унікальними та формуються на довгострокову перспективу. Це так звані переваги стратегічного рівня, що є базою конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів та забезпечують їм довгострокове лідерство на ринку [2].

Можна виділити такі основні фактори формування конкурентних переваг [4]:

- нові технології. Нові технології є засобом досягнення унікальних особливостей товару, створення нового товару, поліпшення обслуговування та інше;

- нові або змінені запити покупців. Часто конкурентна перевага виникає або переходить із рук у руки тоді, коли в покупців з'являються зовсім нові запити або ж їхні погляди на товар та його характеристики, різко змінюються;

- поява нового сегменту в галузі. З появою нового сегменту є можливість не тільки завоювати нових покупців, а й знайти новий, більш ефективний спосіб випускати деякі види продукції або нові підходи до певної групи покупців;

- вартість компонентів виробництва. Це насамперед фактор формування конкурентної переваги низького порядку. Конкурентна перевага часто переходить із рук у руки через зміну вартості компонентів, таких як робоча сила, сировина, енергія, транспорт, зв'язок, засоби інформації або устаткування;

- нові джерела економічного розвитку. Формування якісно нових джерел економічного розвитку дозволяє протистояти натиску глобальної конкуренції та належним чином відповідати на всезростаючі вимоги світового господарства, надає можливість створювати унікальні конкурентні переваги[3];

- зміна урядового регулювання. Зміна політики уряду в таких сферах, як стандарти, охорона навколишнього середовища, вимоги до нових галузей і торговельні обмеження, – ще один поширений стимул для новачків, що формують конкурентні переваги. Існуючі лідери ринку пристосувалися до певних «правил гри» з боку уряду, і коли ці правила раптом змінюються, вони можуть виявитися не в змозі відповісти на ці зміни.

Отже, конкурентна перевага це рівень ефективного використання наявних у розпорядженні фірми всіх видів ресурсів, ті характеристики й властивості товару, які створюють для фірми певну перевагу над своїми прямими конкурентами. Підприємству задля того, щоб бути впевненим в успішному функціонуванні на ринку, необхідно формувати конкурентні переваги насамперед високого порядку. А механізм формування та управління конкурентними перевагами має відповідати сучасним тенденціям та постійно вдосконалюватись.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Богма О.С. Роль інновацій у забезпеченні конкурентоспроможності національної економіки / О.С. Богма // Вісник Запорізького національного університету. – 2010. – №3. – С. 166-170.

2. Борисенко З.М. Основи конкурентної політики: Підручник / З.М. Борисенко. – К. : Таксон, 2004. – 704 с.

3. Причепя І.В. Інноваційні пріоритети формування стратегічних конкурентних переваг підприємства / І.В. Причепя // Ефективна економіка. – 2014. – №3.

4. Теслиук Н.П. Стратегії підприємства по досягненню конкурентних переваг / Н.П. Теслиук // Економіка, фінанси, право. – 2005. №11.17. – 20 с.

5. Шелудько В. Ну, кто сильнее? К вопросу о формировании разноуровневых экономических систем / Шелудько В. // Российское предпринимательство. – 2007. – №5 (1). – С. 6-10.