

ПРІОРИТЕТИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ

*к.е.н. І. В. Причепя, Інститут менеджменту
Вінницький національний технічний університет*

В умовах складних глобалізаційних перетворень та посилення світових інтеграційних процесів загострюється конкурентна боротьба та змінюється характер конкурентних відносин, що вимагає відповідної трансформації умов та інструментів формування конкурентних переваг. Глобальні економічні відносини розширюють можливості для підприємств і відкривають доступ до світових ресурсів розвитку. Разом з цим, значно зростають вимоги до рівня їх конкурентоспроможного потенціалу; зростають невизначеність, загрози та ризики для підприємств на національних і світових ринках.

Стрімкий економічний розвиток світового господарства та його висока інноваційна динаміка вимагають постійної адаптації до змін у ньому. Постає питання пошуку якісно нових джерел і стратегічних пріоритетів економічного зростання, що стає об'єктивною умовою ефективного господарювання підприємств на національних та світових ринках.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Значну увагу щодо вивчення проблем конкурентоспроможності, підвищення її рівня та формування конкурентних переваг на різних рівнях господарювання присвячено в роботах таких вітчизняних і зарубіжних дослідників, як Г. Л. Азоєва, Я. Б. Базилюка, А. В. Войчака, І. Ф. Коломійця, Ф. Котлера, Ю. Б. Іванова, Н. Г. Міценко, Л. П. Стеціва, І. В. Тараненко, О. А. Федірка, Т. Б. Харченко, А. Челенкова, Г. Р. Чупик та інших вчених.

Формування конкурентних переваг в умовах глобальної економічної інтеграції, що супроводжуються стрімким розвитком науково-технічного прогресу та світового ринку знань, посиленням конкурентної боротьби, виникненням нових її форм та методів, вимагає пошуку модифікованих підходів до формування стійких конкурентних переваг, ефективних в умовах трансформації конкурентних відносин.

Метою дослідження є визначення пріоритетів у формуванні конкурентних переваг підприємства за умов глобалізації економічних процесів.

Викладення основного матеріалу.

Конкурентоспроможність підприємства забезпечується за рахунок формування та утримання сукупності переваг на певному ринку. Конкурентні переваги дозволяють перевершити можливості конкурентів у досягненні поставлених цілей за рахунок оптимального розподілу та використання ресурсів і компетенцій.

Однак лише наявність конкурентних переваг ще не забезпечує підприємству довгострокового успіху на ринку. У зв'язку з цим за рівнем стійкості конкурентні переваги підприємства поділяються на [1]:

- конкурентні переваги з низьким рівнем стійкості (переваги низького порядку), що є нестійкими та легкодоступними для копіювання конкурентами.

Вони є короткостроковими, що не гарантує підприємству стабільного, впевненого позиціонування на ринку та не є запорукою його фінансового успіху протягом тривалого періоду;

- стійкі конкурентні переваги (переваги вищого рівня), що 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.

Ступінь стійкості конкурентної переваги обумовлена джерелами її формування та можливостями їхнього постійного вдосконалення і розширення. Джерела формування конкурентних переваг низького рівня переважно орієнтуються на зовнішнє середовище, яке є динамічним і непередбачуваним. Значні зміни в конкурентному середовищі призводять до втрати підприємствами таких переваг.

Стійкі конкурентні переваги формуються на основі раціонального поєднання унікальних ресурсів і можливостей для їх ефективного використання. Чим складніше відтворити конкурентам переваги, чим більше інвестицій потребує їх формування та розвиток, тим вищий рівень стійкості на ринку ці конкурентні переваги мають.

Нові вимоги до формування конкурентних переваг, передусім, висуваються сучасним етапом глобалізації та інтернаціоналізації світогосподарського простору, що визначає закономірності трансформації конкурентних відносин в інноваційно-інформаційну стадію розвитку [2].

Інноваційна модель економічного зростання ґрунтується на інтенсифікації продукування результатів інтелектуальної діяльності та їх широкому впровадженні у всіх сферах життя та господарювання.

Інноваційні конкурентні переваги в ринковій боротьбі дозволяють активно брати участь у формуванні світової економічної системи завдяки досягненню інноваційної конкурентоспроможності на національному рівні. При цьому нездатність до здійснення інновацій породжує значний ризик опинитися на позиціях аутсайдера, адже, у кінцевому наслідку, це призводить до обмеження можливостей розвитку та використання наявного потенціалу [3].

Складні глобалізаційні перетворення вимагають від сучасних теоретиків і практиків нових та модифікації існуючих підходів до вибору форм і методів конкурентних відносин на глобальному та національному рівнях. 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. Щоб бути конкурентоспроможним на динамічних ринках в довгостроковій перспективі, підприємство повинно володіти саме унікальними конкурентними перевагами, основою яких є інтелектуалізація факторів суспільного виробництва.

Утримання конкурентних позицій на ринку та відповідних їм переваг за умов жорсткої конкуренції стає можливим тільки шляхом безперервних удосконалень існуючих інновацій та виведення на ринок нових модифікацій, що вимагає постійної уваги до внутрішніх інноваційних процесів та

відповідних ринкових тенденцій. Значний потенціал конкурентоспроможності підприємство може забезпечити шляхом формування певного набору унікальних конкурентних переваг у поєднанні з оптимальною стратегією їх розвитку, що забезпечить господарюючому суб'єкту стійку конкурентоспроможність на ринку та можливість для економічного зростання в довгостроковій перспективі.

ВИСНОВКИ

За умов пріоритетності інноваційної моделі розвитку світового економічного простору базовими чинниками формування стійких конкурентних переваг на довгострокову перспективу є інновації та нові знання, які є джерелом якісних перетворень і забезпечують основу стійкого економічного зростання.

На практиці при формуванні конкурентних переваг підприємствам доцільно врахувати принципи, які відповідають вимогам трансформації сучасних конкурентних відносин [1]:

1. Довгострокового успіху на ринку підприємства досягають на основі формування стійких конкурентних переваг.

2. Стійкість конкурентних переваг забезпечується інноваційними чинниками їх формування.

3. Недостатньо мати конкурентні переваги, важливо вибрати і сформуванню правильну стратегію їх утримання та розвитку.

4. При формуванні конкурентних переваг важливо визначити, які можливості підприємству слід розвивати, а які оптимізувати, щоб забезпечити високий рівень конкурентоспроможності на ринку.

5. Формування та розвиток конкурентних переваг підприємства передбачає складну взаємодію їх базових елементів та певної комбінації соціально-економічних і правових факторів внутрішнього та зовнішнього середовища.

6. Лідери на ринку досягають високого рівня конкурентоспроможності завдяки формуванню набору унікальних конкурентних переваг, постійно вдосконалюючи їх та надаючи їм нових модифікацій.

7. За наявності спільних цілей сталого розвитку пріоритетними в інноваційно-орієнтованому економічному просторі є співробітництво та партнерство в конкурентних відносинах.

1. Причепя І. В. Інноваційні пріоритети формування стратегічних конкурентних переваг підприємства [Електронний ресурс] / І. В. Причепя // Ефективна економіка. – 2014. – № 3. – Режим доступу до журналу : <http://www.economy.nayka.com>.

2. Тараненко І. В. Формування інноваційної парадигми теорії конкуренції у сучасних глобалізаційних умовах / І. В. Тараненко // Науковий вісник ЧДІЕУ. – 2011. – № 1(9). – С. 194–203.

3. Богма О. С. Роль інновацій у забезпеченні конкурентоспроможності національної економіки / О. С. Богма, О. В. Болдуєва // Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки. – 2010. – № 3. – С. 166–170.