

СУТЬ І ВИДИ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ

Кітченко О.М.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Конкурентна перевага є ключовим фактором успішного функціонування підприємства в ринкових умовах. Вона визначає можливість компанії займати провідні позиції, забезпечуючи довгостроковий успіх.

Конкурентну перевагу в бізнесі можна визначити, як стратегічний ресурс, що визначає можливість компанії розвиватися, масштабуватися та домінувати у своїй галузі. Існує декілька причин, чому конкурентна перевага на сьогодні розглядається як ядро успіху бізнесу. В сучасному ринковому середовищі, де пропозиція часто перевищує попит, компанії з унікальними перевагами легше привертають і утримують клієнтів. Бізнеси з міцними конкурентними перевагами можуть встановлювати вищі ціни або зменшувати витрати, що забезпечує стабільний прибуток. Підприємства з сильною конкурентною позицією швидше реагують на зміни в технологіях, споживчих уподобаннях і економічних умовах. Якість, репутація, інновації чи відмінний сервіс створюють емоційний зв'язок зі споживачами, що сприяє їх повторним покупкам і рекомендаціям. Компанії з виразною конкурентною перевагою привабливіші для інвесторів та партнерів, що полегшує залучення фінансування.

Наразі виділяють такі види конкурентних переваг:

1. Цінові конкурентні переваги – досягаються за рахунок зниження витрат виробництва, оптимізації логістики та ефективного управління ресурсами.
2. Диференціація продукції – включає унікальні властивості товару або послуги, що роблять їх привабливими для споживачів.
3. Інноваційні переваги – засновані на використанні новітніх технологій, розробці інноваційних продуктів і впровадженні передових бізнес-процесів.
4. Репутаційні переваги – формуються завдяки високому рівню довіри до бренду, якості продукції та корпоративної соціальної відповідальності.
5. Організаційні переваги – базуються на ефективності внутрішніх процесів, управлінських компетенціях та стратегічних партнерствах.

Стратегічний маркетинг відіграє важливу роль у створенні та підтримці конкурентних переваг, визначаючи позицію компанії на ринку. Він спрямований на аналіз ринкового середовища, сегментацію споживачів, розробку брендової стратегії та адаптацію маркетингового комплексу відповідно до змін зовнішнього середовища. Використання стратегічного маркетингу сприяє ефективному управлінню цими перевагами, дозволяючи підприємствам адаптуватися до змін у конкурентному середовищі та зміцнювати свої позиції на ринку.