

**Мариненко Наталія**

доктор економічних наук, професор  
професор кафедри економіки та фінансів  
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
м. Тернопіль, Україна

**Рудюк Ірина**

студентка групи ППМ-51  
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
м. Тернопіль, Україна

**Nataliia Marynenko**

Doctor of Sciences (Economics)  
Professor of Economics and Finance Department  
Ternopil Ivan Puluj National Technical University  
Ternopil, Ukraine

**Iryna Rudiuk**

student of the group PPM-51  
Ternopil Ivan Puluj National Technical University  
Ternopil, Ukraine

## **КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ПІДПРИЄМСТВА COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE ENTERPRISE**

Сучасні умови господарювання характеризуються значною конкуренцією між виробниками/продавцями щодо завоювання та утримання ринків збуту. Для уможливлення цих результатів, суб'єкту господарювання необхідно бути конкурентоспроможним, ідентифікувати свої переваги, які забезпечують успіх на ринку та стійкість розвитку, а також швидко реагувати на зміни у середовищі функціонування.

Дослідження конкурентоспроможності є частиною аналізу ринку конкурентів, при якій збирають загальну інформацію про підприємство, конкурентну ситуацію тощо.

Конкурентні переваги – це наявність в організації якої-небудь унікальної, ексклюзивної цінності, що дає їй переваги перед конкурентами [1], а також сукупність факторів, що дають змогу посідати та утримувати кращі конкурентні позиції на ринку.

Виокремлюють такі критерії оцінки конкурентних переваг [2]: потенціал ринку, ресурсне забезпечення, тривалість використання, якість ресурсів, наявність інновацій, наявність ділової репутації, ефективність донесення інформації до споживача, відповідність до обраної конкурентної стратегії. Конкурентні переваги передбачають наявність у підприємства певних ресурсів, які диференціюють його із конкурентами.

Конкурентні переваги не лише впливають на рівень конкурентоспроможності підприємства, але й є джерелом розширення можливостей зі зниження витрат, гнучкості реагування на попит, покращення якості, впровадження інновацій, що є передумовами формування і розвитку дієвої системи управління конкурентними перевагами [3].

Важливим елементом також є поняття конкурентних стратегій. Послідовність розроблення конкурентної стратегії містить такі пункти: визначення прийнятної стратегії; розробка стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства; забезпечення використання підстратегій поведінки; реалізація [4].

Вибір власної, оптимальної стратегії є важливим елементом роботи підприємства, який ґрунтується, у тому числі, і на конкурентних перевагах. У даному контексті М. Портер [5] ідентифікує та пояснює три основні стратегії: лідерство за витратами (продаж товару за нижчими цінами за рахунок скорочення витрат на рекламу); диференціація (покращення якості, обслуговування, модифікація існуючого товару, дизайну); фокусування (звуження спеціалізації: певна група покупців, група товару тощо).

Наявність конкурентних переваг, унікальної цінності для споживача дасть змогу господарюючому суб'єкту досягнути поставлених цілей, перемогти суперників, завоювати ринок та забезпечити тривалий успіх на ньому.

#### **Перелік використаних джерел:**

1. Бондаренко, С. М., Лісовський, М. Ю. (2017) Конкурентні переваги – унікальні особливості сучасних підприємств. Науковий вісник Ужгородського національного університету, Випуск 15, частина 1. С. 42-45.
2. Безтелесна, Л., Чигир, Н. (2004) Механізм забезпечення сталої конкурентоспроможності великого промислового підприємства. Економіст, № 12. С. 40-44.
3. Троян, А. В. (2013) Класифікація та можливості досягнення конкурентних переваг підприємством [Електронний ресурс] – Режим доступу: [file:///D:/Download/efek\\_2013\\_11\\_53.pdf](file:///D:/Download/efek_2013_11_53.pdf)
4. Дуброва, О.С. (2010) Процес розробки та реалізації конкурентної стратегії підприємства [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=274>
5. Портер, М. (2020) Конкурентна стратегія. Техніки аналізу галузей і конкурентів; Пер. с англ. К.: «Наш формат», 2020. 424 с.

УДК 338.242.2

**Нагорняк Ірина**

старший викладач кафедри економіки та фінансів  
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя  
м.Тернопіль, Україна

**Iryna Nahorniak**

Senior Lecturer Department of Economics and Finance  
Ternopil Ivan Pul'uj National Technical University  
Ternopil, Ukraine

### **СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА SYSTEMIC APPROACH TO ENTERPRISE COMPETITIVENESS MANAGEMENT**

Проблема підвищення конкурентоспроможності активно обговорюється на Всесвітніх економічних форумах, в міжнародних фінансових і економічних організаціях, в парламентах, урядах провідних країн світу, в наукових та університетських колах. Видана велика кількість наукових праць зарубіжних вчених.

Проблема підвищення конкурентоспроможності, в різноманітності її аспектів відображає практично всі сторони життя суспільства.

Конкурентоспроможність представляє собою складну комплексну концепцію, яка аналізувалася багатьма дослідниками на основі різноманітних підходів. Основні з них розглядають конкурентоспроможність з наступних позицій:

- конкурентоспроможність з точки зору продуктивності. Так, М. Портер [1] визначав конкурентоспроможність на рівні організації як зростання її продуктивності, яке виявляється у зниженні витрат або диференціації продуктів, що дозволяє встановлювати преміальні ціни на товари підприємства.

- конкурентоспроможність у взаємозв'язку з результатами діяльності окремих одиниць бізнесу. Зокрема, Б. Скотт визначав конкурентоспроможність як засіб підвищення доходів організації та забезпечення необхідного рівня інвестицій для підтримки цієї тенденції у майбутньому [2]. Р. Пейс та Е. Стефан запропонували більш комплексне визначення, висловивши думку про те, що конкурентоспроможність виявляється у