

## **УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМИ ПЕРЕВАГАМИ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ**

Вінницький національний технічний університет

### **Анотація**

*Розглянуто теоретичні та практичні питання управління на підприємствах конкурентними перевагами та розроблено рекомендації з підвищення ефективності управління ними.*

**Ключові слова:** конкурентоспроможність підприємства, конкурентоспроможність продукції, якість продукції, конкурентні переваги підприємства, управління конкурентними перевагами.

### **Abstract**

*Theoretical and practical issues of management of enterprises with competitive advantages are considered and recommendations for improving the efficiency of their management are developed.*

**Key words:** enterprise competitiveness, product competitiveness, product quality, competitive advantages of the enterprise, competitive advantage management.

### **Вступ**

Як відомо, сучасні умови господарювання характеризуються посиленням конкурентної боротьби на всіх ринках світу, прискоренням розвитку глобалізаційних процесів тощо, що ускладнює діяльність підприємств і ставить перед ними нові, більш складні завдання у забезпеченні своєї конкурентоспроможності, конкурентоспроможності та якості продукції, що випускається, та формуванні дієвих конкурентних переваг, які би дозволили підприємствам успішно конкурувати на сучасному ринку. У зв'язку з цим все більш значущими постають питання забезпечення високої конкурентоспроможності підприємств та їх продукції.

Активні процеси трансформації вітчизняної економіки, введення з 1 вересня 2017 року у повному обсязі дії угоди про асоціацію України з ЄС ще більше загострили питання пошуку для вітчизняних підприємств тих конкурентних переваг, які б забезпечили їм успішний вихід на зовнішні ринки. Тому, не дивлячись на значну кількість досліджень з цієї тематики, актуальність обраної теми магістерської кваліфікаційної роботи не викликає сумнівів [1].

Метою цієї роботи є аналіз теоретичних і методологічних питань конкурентоспроможності підприємств та розробка рекомендацій з підвищення ефективності управління конкурентними перевагами підприємств на зовнішніх ринках.

### **Результати дослідження**

В роботі було досліджено поняття «конкуренція», проаналізовано сутність конкурентних сил М.Портера та їх вплив на стан конкуренції в галузі. Запропоновано таке означення поняття «конкуренція», яке об'єднує в собі основні задачі, що їх висуває конкуренція як економічне явище на сучасному етапі розвитку ринку. «Конкуренція – це змагання (боротьба) між суб'єктами господарювання з метою здобуття переваг за рахунок власних досягнень, що визначаються постійним процесом набуття знань та раціональною поведінкою економічних суб'єктів, яка виникає в умовах суперництва за доступ до обмежених ресурсів (матеріалів, сировини, фінансів, інтелекту тощо), а також аналізом структури та тенденцій розвитку ринку шляхом розробки та прийняття ефективних управлінських рішень, спрямованих на досягнення суб'єктом господарювання поставлених цілей в умовах зовнішнього середовища, яке постійно змінюється».

Було досліджено золоте правило конкуренції Майкла Портера, яке твердить: чим слабкішим є вплив конкурентних сил, тим більше можливостей для отримання значного прибутку буде мати підприємство, яке працює в цій галузі. І навпаки, чим вищим є вплив конкурентних сил, тим вище ймовірність, що жодне підприємство галузі не в змозі буде забезпечити високу прибутковість своєї діяльності.

Було запропоновано власне тлумачення терміну «конкурентна стратегія». Конкурентна стратегія – це частина базової стратегії підприємства, це напрям, який, на основі аналізу стану зовнішнього і внутрішнього середовища та наявних і перспективних ресурсів підприємства, визначає конкурентні переваги (можливості) підприємства і його дії сьогодні і на перспективу з метою досягнення поставлених цілей в обраному сегменті конкурентного ринку [2].

Було доведено наявність тісного зв'язку між поняттями «конкурентна стратегія», «конкурентоспроможність продукції», «конкурентоспроможність підприємства» та «конкурентні переваги» підприємства. Зокрема встановлено, що конкурентоспроможність продукції це, перш за все, здатність продукції вигідно відрізнятись від продукції аналогів-конкурентів за системою якісних та соціально-економічних ознак, а індикаторами конкурентоспроможності продукції виступають її якість і ціна[3].

Проаналізувавши висловлювання низки авторів про сутність поняття «конкурентоспроможність підприємства», було запропоновано власне тлумачення: «конкурентоспроможність підприємства – це: комплексне поєднання конкурентоспроможних властивостей, що визначають різні напрями (сторони) діяльності підприємства; це процес ефективної реалізації існуючого потенціалу підприємства; це високий ступінь задоволення потреб споживачів тією продукцією, яку підприємство виробляє; це здатність підприємства успішно протидіяти конкурентам».

Аналіз розвитку поняття «конкурентні переваги» підприємства показав, що сьогодні світова економіка перебуває на 6-му, глобалізаційно-інформаційному етапі свого розвитку, що висуває перед підприємствами якісно нові і складні завдання щодо формування своїх конкурентних переваг та організації їх ефективного використання. Проаналізувавши означення поняття «конкурентні переваги», було доведено, що існує досить широкий простір для їх трактування, оскільки будь-яка властивість підприємства за певних умов може стати його конкурентною перевагою [4].

Тому було запропоновано таке означення поняття «конкурентні переваги» підприємства: «Конкурентні переваги – це будь-які унікальні або ексклюзивні властивості підприємства, які на цьому етапі або в перспективі роблять підприємство конкурентоспроможним в обраній сфері діяльності, створюють стабільні переваги перед іншими конкурентами і дозволяють успішно їм протидіяти».

### Висновки

Без суттєвого покращення управління конкурентними перевагами вітчизняним підприємствам буде складно успішно конкурувати на світових ринках з продукцією закордонних фірм і берегти свої конкурентні позиції на сучасному ринку [5]. Складено план рекомендацій з підвищення ефективності управління конкурентними перевагами підприємства на зовнішніх ринках та запропоновано алгоритм формування та управління такими перевагами.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Козловський В.О. Основи зовнішньоекономічної діяльності :навчальний посібник. У 2-х частинах. Частина I. / Козловський. В.О. – Вінниця, ВНТУ, 2017. – 142 с.
2. Козловський В.О. Основи зовнішньоекономічної діяльності :навчальний посібник. У 2-х частинах. Частина II. / Козловський. В.О. – Вінниця, ВНТУ, 2017. – 143 с.
3. Козловський, В. О. Виробниче та комерційне підприємництво : навчальний посібник. /В. О. Козловський, О. Й. Лесько – Вінниця : ВНТУ, 2018. – 154 с.
4. Конкурентні переваги підприємств: визначення та джерела формування / Г.Т.П'ятницька, А.М.Предієн, О.В.Рябова [сайт].
5. Козловський, В. О. Бізнес-планування : навчальний посібник /В. О. Козловський, О. Й. Лесько.– Видання 2-ге, доповн. та переробл. – Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2008, – 241 с.

**Козловський Володимир Олександрович** – к.е.н., доцент, професор кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця; e-mail: [V@Vin.UA](mailto:V@Vin.UA) або [Kozlovskiy.vk.vntu.edu.ua](mailto:Kozlovskiy.vk.vntu.edu.ua).

**Левченко Дмитро Олександрович** – студент 2-го курсу магістратури гр. МПОУ-186м факультету менеджменту та інформаційної безпеки Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця.

**Kozlovskiy Volodymyr Oleksandrovych** – Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of Enterprise Economics and Production Management, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsya; e-mail: [V@Vin.UA](mailto:V@Vin.UA) or [Kozlovskiy.vk.vntu.edu.ua](mailto:Kozlovskiy.vk.vntu.edu.ua)

***Dmitry Levchenko*** - 2nd year master's student gr. MPOU-18bm Faculty of Management and Information Security,  
Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.