

*Д.Д. Говсєєв, аспірант,  
(Національний авіаційний університет, Україна)*

## **Управління розвитком бізнесу в умовах формування конкурентних переваг**

*Стаття присвячена актуальним питанням визначення особливостей управління розвитком бізнесу в умовах формування конкурентних переваг, що є важливим етапом в успішному функціонуванні підприємства. Конкурентні переваги дають можливість бізнесу бути в прибутку та забезпечувати своє існування на ринку.*

В сучасних умовах управління розвитком бізнесу дуже важливо бути гнучким та адаптивним до змін у ринкових умовах та поведінці споживачів. Конкуренція на ринку стає все більш жорсткою, тому компанії повинні швидко реагувати на зміни, щоб вижити та збільшувати свою частку на ринку. Однією з ключових стратегій управління розвитком бізнесу є інновації. Підприємства повинні розуміти потреби своїх клієнтів та використовувати нові технології та ідеї для розробки нових продуктів та послуг, які задовольнятимуть їх потреби. Також важливо розглядати можливості розширення своєї діяльності на нові ринки та використання новостворених каналів продажу.

Ще однією важливою складовою управління розвитком бізнесу є залучення та розвиток талановитих та мотивованих співробітників. Підприємства повинні створювати комфортні умови роботи, забезпечувати можливості розвитку та навчання, а також мотивувати своїх працівників до досягнення високих результатів. Важливо звернути увагу на сталість та соціальну відповідальність бізнесу. Підприємства повинні враховувати вплив своєї діяльності на довкілля та суспільство та приймати відповідні заходи для зменшення негативного впливу та сприяння сталому розвитку.

Сучасні умови управління розвитком бізнесу включають в себе широкий спектр факторів, які впливають на діяльність підприємства. До них належать:

- швидкі зміни у технологіях: від технологій виробництва до цифрових інструментів маркетингу та продажу. Підприємства повинні бути готовими швидко адаптуватися до нових технологій та їх впровадження в бізнес-процеси;
- конкуренція: на ринку діє значна кількість конкурентів, тому підприємства повинні розробляти ефективні стратегії залучення та утримання клієнтів, пропонувати якісні продукти та послуги за доступними цінами;
- глобалізація: підприємства повинні бути готовими до розвитку в інших країнах та дотримуватися міжнародних стандартів та правил;

- розвиток інновацій: підприємства повинні ставити собі за мету створення нових технологій, продуктів та послуг, що відповідають потребам сучасного ринку;
- екологічна безпека: компанії повинні бути свідомими відносно впливу своєї діяльності на довкілля та дотримуватися відповідних екологічних стандартів;
- кадри: успіх бізнесу залежить від кваліфікованих та мотивованих працівників, тому важливо залучати та зберігати талановитих фахівців;
- фінансові ризики: підприємства повинні бути готові до фінансових ризиків та вести ефективний фінансовий менеджмент.

Можливості забезпечення конкурентних переваг залежать від низки факторів: відмінної якості, що являє собою підвищену цінність для покупців або за рахунок зменшення їх затрат, або за рахунок підвищення ефективності продукції для задоволення потреб споживачів; ключових компетенцій; швидкості створення та реалізації інновацій; здатності відмовитися від наявної конкурентної переваги на користь формування нової, більш ефективної; вдосконалення власного виробництва; ефективного використання всіх видів ресурсів та їх оптимального структурного співвідношення [1, с. 69–70].

Конкурентні переваги - це те, що робить ваше підприємство унікальним та привабливим для споживачів та за рахунок чого найкраще задовольняє потребу. Це можуть бути різні фактори, такі як висока якість продукту або послуги, низькі ціни, інновації, ефективність виробництва тощо. Щоб сформувані конкурентні переваги для вашого підприємства, вам можуть знадобитись наступні кроки:

1. аналіз ринку. Дослідження ринку, на якому функціонує підприємство, проводиться задля визначення, які переваги мають конкуренти. Це також допоможе підприємству знайти свої ніші та надати споживачам те, чого не можуть запропонувати інші гравці на ринку;
2. зосередження на якості. Якість продукту або послуги - це один з найважливіших факторів підтримання конкурентоспроможності. Забезпечення високої якості продукту або послуги може допомогти підвищити задоволеність споживачів та зберегти їх лояльність до продукції підприємства;
3. підтримка низьких цін. Ціна - це важливий фактор для багатьох споживачів, тому важливо досліджувати ринок та знаходити способи зниження витрат на виробництво та збут, зберігаючи визначений рівень рентабельності;
4. інвестиції в інновації. Інновації можуть стати рушійною силою для підприємства щоб вирізнитися на ринку та привертати увагу споживачів. Залучення нових ідей до керівного складу, впровадження нових технологій та методів виробництва, розвиток нових продуктів та послуг;

5. покращення та оптимізація внутрішніх процесів. Ефективність виробництва, організація праці - це також важливі фактори конкурентоспроможності.

Єдиний підхід до класифікації конкурентних переваг у науковій літературі відсутній. По-перше, конкурентні переваги можуть бути виявом лідерства в економічній, технічній, організаційній, науковій сферах діяльності підприємства. По-друге, індикаторами переваг можуть бути такі економічні показники, як обсяг реалізації (у тому числі – експорту), рентабельність підприємства, стабільність фінансового стану, розширення ринків збуту, активізація інвестиційної діяльності і т. д. [2, с. 81].

Таким чином, аналізуючи сучасну літературу можна дійти висновку, що управління розвитком бізнесу в умовах формування конкурентних переваг є ключовим елементом успіху для будь-якого підприємства, незалежно від його розміру та галузі. Існує кілька підходів також до управління розвитком бізнесу, які можна використовувати для досягнення конкурентних переваг. По-перше аналіз ринку та конкуренції. Перед розробкою будь-яких стратегій управління розвитком бізнесу, підприємство повинно провести детальний аналіз ринку та конкуренції. Важливо визначити, які продукти та послуги найбільш популярні серед споживачів, які конкуренти є на ринку та які стратегії вони використовують для досягнення успіху. По-друге розробка унікальної пропозиції продукту (Unique Selling Proposition, USP). Унікальна пропозиція продукту - це те, що відрізняє продукт або послугу від конкурентів. Підприємство має знайти спосіб зробити свій продукт більш привабливим для споживачів, ніж у конкурентів. По-третє розвиток маркетингових стратегій. Підприємство повинно розвивати маркетингові стратегії, які відповідають на потреби та очікування споживачів та які дають можливість відрізнитися від конкурентів. Ці стратегії можуть включати в себе рекламу, просування у соціальних мережах, знижки та промо-акції. По-четверте розвиток технологічних переваг. Технологічні переваги можуть бути ключовим елементом у досягненні конкурентних переваг. Для розвиткового функціонування на ринку обов'язково слід розробляти та впроваджувати нові стратегії, технології, які дозволяють підвищити продуктивність праці.

«Конкурентна стратегія може відповісти на питання, як підприємство конкурує на своєму цільовому ринку, як воно витримує конкурентний тиск і виграє конкуренцію, що є важливим в процесі антикризового управління. Залежно від змісту конкурентна стратегія підприємства відображає такі характеристики, як функція, етап еволюції та конкурентний стан. На нього впливають такі суб'єктивні фактори, як стан національної економіки, характеристики галузі та стратегічне бачення» [3].

Отже, основною метою управління розвитком бізнесу є створення стратегії, яка дозволяє забезпечити стійкий розвиток підприємства в умовах конкурентного середовища. Для цього потрібно проводити аналіз ринку та конкурентів, визначати потреби клієнтів та розробляти ефективні маркетингові стратегії. Крім того, важливо вдосконалювати технологічні процеси та використовувати новітні технології, щоб підвищити ефективність виробництва та зменшити витрати. Також потрібно забезпечувати якість продукції та

послуг, щоб створити умови для задоволення потреб клієнтів та збереження їх лояльності.

### Список літератури

1. Харчук Т.В. Підходи до визначення конкурентних переваг підприємства. *Економіка и управление*. 2011. № 6. С. 68–71.

2. Касич, А. О. Управління конкурентними перевагами підприємства [Текст] / Алла Олексіївна Касич, Жанна Валеріївна Харькова // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: О. В. Ярошук (голов. ред.) та ін. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2016. – Том 25. –№ 2. – С. 79-85. – ISSN 1993-0259.

3. Ареф'єва О., Пілецька С., Лістрова М. Формування конкурентної стратегії підприємства в системі антикризового управління. *Економіка та суспільство*. 2022. (43). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-35>

4. Прохорова В.В., Чобіток В.І. Інтелектуалізація управлінських процесів як детермінантно-мотиваційна основа бізнес-моделі підприємств. *ВІСНИК КНУТД*. 2020. № 2 (145). С. 65-75.