

### Список використаних джерел:

1. Степаненко А.В., Омельченко А.А., 2019. Міські агломерації як форма сучасного світового процесу урбанізації. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво, 3(108), с. 184-192.

2. Стратегія розвитку Львівської агломерації до 2027 року. – Львів, 2023. – 95 с.

УДК 005.21:004

**Гнилокурєнко М. С.,**

здобувач третього рівня вищої освіти,

**Кузнєцова І. О.,**

доктор економічних наук, професор,

завідувач кафедри менеджменту організації,

Одеський національний економічний університет

## ВИДИ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ В УПРАВЛІННІ ІТ-КОМПАНІЄЮ

У науковій літературі поняття «конкурентна перевага» має різні трактування, залежно від підходу автора до джерел і змісту економічного успіху. У Таблиці 1 нижче подано узагальнені визначення поняття, що є основою для подальшого аналізу.

Таблиця 1.

### Визначення дефініції «конкурентні переваги» сучасними авторами

Автор	Опис визначення	Ключові ознаки визначення
Ж.-Ж. Ламбен	Характеристики і властивості товару, що створюють перевагу над конкурентами [5].	Унікальність продукту
Л. Балабанова	Сильні сторони підприємства, що важливі для цільового ринку [5].	Орієнтація на споживача
Майкл Портер	Здатність забезпечити вищі прибутки порівняно з галузевим середнім рівнем [2].	Лідерство в галузі
Гері Хамел, К. Прахалад	Результат наявності ключових компетенцій [1].	Компетентнісна основа
Джей Барні	Використання унікальної стратегії створення цінності, недоступної конкурентам [3].	Унікальність ресурсу й стратегії
Dagnino G. B. та ін.	Характеристики, що забезпечують вищу рентабельність [4].	Стійка прибутковість

Джерело: Систематизовано автором

Конкурентні переваги підприємства є ключовими чинниками досягнення стратегічних цілей та забезпечення сталого розвитку на ринку. У науковій літературі визначено різноманітні типи конкурентних переваг, що класифікуються залежно від джерела формування, галузевої специфіки та рівня реалізації. Найбільш поширеними є такі види:

1. Ресурсні конкурентні переваги, що базуються на володінні унікальними, важковідтворюваними ресурсами: ключові компетенції [1]; унікальні активи, ноу-хау [3]; висока кваліфікація персоналу.

2. Стратегічні переваги – досягаються через: лідерство у витратах; диференціацію продукту; фокусування на вузьких ринкових нішах [2].

3. Інноваційні переваги: здатність до швидкого створення нових продуктів; впровадження нестандартних бізнес-моделей; високий рівень R&D [4], [7]. Згідно з дослідженням Galli-Debicella (2021), саме здатність до кращого виконання окремих аспектів діяльності забезпечує стійку перевагу малих та середніх ІТ-компаній на глобальному ринку [7].

4. Фінансові переваги: доступ до дешевих фінансових ресурсів; стабільні грошові потоки; ефективне управління витратами [5].

5. Операційні переваги: автоматизація процесів; оптимізація ланцюгів постачання; висока продуктивність [5].

6. Маркетингові та ринкові переваги: сильний бренд; лояльність клієнтів; широка мережа дистрибуції. Залучення клієнтів до створення цінності, як зазначено у роботі Idenedo et al. (2020), значно підвищує якість продукту і конкурентоспроможність бізнесу в умовах високої мінливості ринку [6].

7. Організаційні переваги: адаптивна корпоративна культура; ефективне стратегічне управління; гнучка структура управління.

У сучасному динамічному середовищі ІТ-галузі не існує єдиного набору конкурентних переваг, який був би ефективним для всіх компаній. Їхній вибір значною мірою залежить від типу бізнес-моделі, стратегічних пріоритетів та ринкової позиції. Те, що є критично важливим для продуктової компанії, може бути менш релевантним для аутсорсингової чи гібридної моделі. Тому ключовим завданням менеджменту стає ідентифікація та розвиток саме тих переваг, які відповідають специфіці бізнесу.

У контексті ІТ-компаній пріоритетними стають ті види конкурентних переваг, що забезпечують гнучкість, інноваційність та швидку адаптацію до ринкових змін. Dagnino et al. (2021) підкреслюють важливість «тимчасових переваг», які виникають через гнучке використання наявних ресурсів і вміння швидко адаптуватися до нових умов [8].

Тип конкурентної переваги напряму залежить від бізнес-моделі компанії.

Для продуктових ІТ-компаній (розробники SaaS, мобільних застосунків): інноваційність, UX/UI, масштабованість, швидкий вихід на ринок.

Для аутсорсингових компаній: стабільна команда, управління проєктами, якість комунікації з клієнтами.

Для гібридних моделей (продукт + сервіс): баланс між технологіями та клієнтським сервісом, стратегічна гнучкість.

Таким чином, конкурентні переваги мають адаптуватися до стратегічних орієнтирів компанії, її структури та ринкових умов. Ефективне використання релевантних ресурсів та компетенцій дозволяє не лише виживати, а й забезпечувати зростання в умовах високої конкуренції ІТ-галузі.

**Список використаних джерел:**

1. Hamel G., Prahalad C.K. (1994). *Competing for the Future*. Boston: Harvard Business School Press.
2. Porter M.E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.
3. Barney J. (1991). *Firm resources and sustained competitive advantage*. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
4. Dagnino G.B. et al. (2021). *Temporary competitive advantage: a literature review*. *International Journal of Management Reviews*, 23(1), 85–115.
5. Іванов Ю.Б., Кузим М.О., Тищенко О.М. (2013). *Конкурентні переваги підприємства*. *Вісник КНУ ім. Т. Шевченка. Економіка*, №10(151).
6. Idenedo O. W., Sunny I. R., Ebeonuwa A. (2020). *Competitive advantage of apparel designers in Port Harcourt*. *Journal of Contemporary Marketing*, 5(1), 11–24.
7. Galli-Debicella A. (2021). *How SMEs compete against global giants through sustainable competitive advantages*. *Journal of Small Business Strategy*, 31(5), 13–21.
8. Dagnino G. B., Picone P. M., Ferrigno G. (2021). *Temporary competitive advantage: a state-of-the-art literature review and research directions*. *International Journal of Management Reviews*, 23(1), 85–115.

**УДК 005.334**

**Грабовська І.В.,**

*старший викладач кафедри менеджменту та адміністрування,  
Хмельницький національний університет*

**ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ У ФОРМУВАННІ МЕХАНІЗМУ  
АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ**

Організація забезпечення ефективного управління підприємствами є однією з актуальних проблем для будь-якого періоду розвитку суспільства і особливо в період економічних криз та соціально-політичних потрясінь. Нині українська держава та суспільство переживають найскладніший період свого розвитку. Збереження та відновлення втраченого промислового потенціалу, поступовий перехід на шлях нормального розвитку є одним із найважчих та пріоритетних національних завдань. Складність забезпечення ефективного функціонування промислових підприємств в умовах нестабільності економіки визначається багатогранним і різномірним характером впливу дестабілізуючих факторів на