

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМИ ПЕРЕВАГАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Стратегічна стабільність підприємства на ринку можлива лише за умов його конкурентоспроможності та можливості адаптації до змін ринкового середовища. Щоб бути конкурентоспроможною, компанія повинна мати конкурентні переваги. Конкурентна перевага — рівень ефективного використання наявних у розпорядженні фірми (а здобувають також для майбутнього споживання) всіх видів ресурсів.

Управління конкурентними перевагами – це свідомий процес формування (збереження та розвитку наявних, створення нових) конкурентних переваг з метою адаптації до вимог зовнішнього середовища і забезпечення довгострокового успіху підприємства.

З запропонованого визначення можна побачити, що процеси формування конкурентних переваг включають створення конкурентних переваг – процес набуття нових специфічних властивостей і навичок, за якими фірма отримує перевагу над конкурентами, а також процес посилення наявних властивостей і навичок до рівня, який перевищує досягнення конкурентів; збереження конкурентних переваг – процес підтримання досягнутих конкурентних переваг шляхом покращання наявних властивостей і навичок фірми темпами, які не дозволяють конкурентам випередити фірму; розвиток конкурентних переваг – процес активного вдосконалення навичок і властивостей фірми з метою збільшення розриву між фірмою й найближчими конкурентами.

Об'єктом управління конкурентними перевагами виступає сукупність відносин, які виникають на підприємстві та між підприємством й іншими ринковими суб'єктами в процесі досягнення ним переваги над конкурентами. Предметом управління конкурентними перевагами є цілеспрямована діяльність, пов'язана зі створенням, підтримкою та розвитком конкурентних переваг. Мета управління конкурентними перевагами полягає у забезпеченні довгострокового успіху підприємства на ринку шляхом розробки та реалізації дієвих конкурентних стратегій.

Основні завдання управління конкурентними перевагами:

- 1) ідентифікація досягнутого рівня конкурентного потенціалу та конкурентоспроможності підприємства;
- 2) опрацювання комплексу ефективних конкурентних стратегій та забезпечення їх реалізації;
- 3) оцінка ефективності управління конкурентними перевагами.

Управління процесами формування конкурентних переваг може і повинно здійснюватись у декількох сферах діяльності фірми, основними з яких є виробнича, маркетингова, кадрова та фінансова. Під сферами управління в даному випадку розуміються внутрішні функціональні області, діяльність в яких сприяє створенню, підтримці та розвитку конкурентних переваг [2].

Вагоме значення має і ресурсне забезпечення управління конкурентними перевагами [1, с.218], оскільки саме воно виступає тим фундаментом, на якому вибудовуються та здійснюються всі управлінські функції та процедури в межах

управління конкурентними перевагами (рис.1).



Рис. 1. *Складові ресурсного забезпечення процесу управління конкурентними перевагами (УКП)*

Стратегічна стабільність підприємства на ринку можлива лише за умов його конкурентоспроможності та можливості адаптації до змін ринкового середовища. Щоб бути конкурентоспроможною, компанія повинна мати конкурентні переваги. Для підприємства існують три основних шляхи здобуття конкурентних переваг: стати кращим самому, послабити конкурентів або змінити ринкове середовище [1, с.422].

Як свідчить світова практика, керівництво компанії, як правило, віддає перевагу одному з підходів. Проте утримання конкурентоспроможності в довгостроковому періоді вимагає додержання балансу між цими підходами. В іншому випадку підприємство неминуче потрапляє у стратегічну пастку.

Список використаних джерел:

1. *Ресурси та моделі глобального економічного розвитку: Монографія / [ред.Д. Г. Лук'яненко, А. М. Поручник]. - К.: КНЕУ, 2011. - 703 с.*
2. *Ukraine: Sector Competitiveness Strategy: Organisation for Economic Cooperation and Development. - Режим доступу: <http://www.oecd.org/globalrelations/49467343.pdf>*