**Ус Ю. В. Сургай О. В.**

**УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМИ ПЕРЕВАГАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

В сучасних умовах господарювання за умов нестійкого зовнішнього середовища підприємству крім забезпечення своєї конкурентоспроможності, необхідно зберегти свої позиції в конкурентній боротьбі у довгостроковій перспективі, що зумовлює необхідність збереження та підвищення його конкурентної стійкості. Сталість розвитку, економічна результативність і адаптованість до умов сучасного світового господарства суб’єктів економічних відносин обумовлюється наявністю конкурентних переваг і вдалою стратегією розвитку.

Конкурентні переваги є концентрованим проявом переваги над конкурентами в економічній, технічній, організаційній сферах діяльності підприємства, які можна виміряти економічними показниками (додатковий прибуток, більш висока рентабельність, ринкова частка, обсяг продаж). Необхідно особливо підкреслити, що конкурентну перевагу не можна ототожнювати з потенційними можливостями компанії. На відміну від можливостей, — це факт, що фіксується в результаті реальних й очевидних переваг покупців. Саме тому в практиці бізнесу конкурентні переваги є головною метою й результатом господарської діяльності.

Управління процесами формування конкурентних переваг може і повинно здійснюватись у декількох сферах діяльності фірми, основними з яких є виробнича, маркетингова, кадрова та фінансова.

У виробничий сфері головні акценти в процесі формування конкурентних переваг робляться на забезпеченні належного рівня якості продукції, зниженні виробничих витрат, покращенні техніко-організаційного рівня виробництва, оптимізації використання виробничих потужностей тощо.

Конкурентоспроможність є важливим поняттям для відділу маркетингу, тобто, можливість виробляти і пропонувати ринку товари, які задовольняють потреби його споживачів. Для цього проводиться збір різноманітної маркетингової інформації, вихід на перспективні ринки та сегменти, оптимізація товарного асортименту, відбір каналів просування і збуту товарів, розширена рекламна діяльність, удосконалення після продажного обслуговування.

Формування конкурентних переваг в кадровій сфері спрямовується на навчання та підвищення кваліфікації кадрів, створення дієвих систем стимулювання та мотивації працівників фірми, розвиток корпоративної культури та формування ефективної системи комунікацій.

Кожне підприємство прагне забезпечити належний фінансовий стан, забезпечуючи економію всіх витрат, формуючи стратегічні фонди, збалансовуючи джерела формування фінансових ресурсів, реалізуючи різноманітні інвестиційні проекти і програми.

Підприємство постійно повинно вдосконалювати управління своїми конкурентними перевагами та підтримувати їх на належному рівні упродовж всього існування компанії.