

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Білецька В.О., студент

Науковий керівник: Оболенцева Л.В., к.е.н., доцент

*Харківський національний університет міського господарства
ім. О.М. Бекетова*

На сьогоднішній день питання пов'язані з формуванням конкурентних стратегій на підприємствах є надзвичайно злободенними.

Конкурентоспроможність – це характеристика товарів, яка визначає переваги на ринку, порівняно з іншими товарами-конкурентами та визначає ступінь задоволення потреб споживачів.

Управління конкурентоспроможністю носить чіткий, відносно замкнутий характер. Кожний стратегічний процес починається з формування мети та завдань підприємства і ставить певні цілі для досягнення конкретного результату. Не піддається сумніву висловлювання М. Портера щодо конкурентоспроможності підприємства, що відображає «можливості суб'єкта ринку або його відносин виступати на тому ж рівні, що і конкуруючі суб'єкти ринку» [1, с. 23].

Зміст управління конкурентоспроможністю проявляється на трьох рівнях управління: стратегічному, тактичному та оперативному. Головними являються стратегічні цілі, так як суть даного управління полягає в тому, щоб існувала чітко сформульована комплексна стратегія.

Для підприємства дуже важливо відповідати ринковим стандартам, пов'язаних з оцінюванням аналогічних товарів, аналізом ринку; оцінювати переваги, можливості та ризики, мати уявлення про різні ситуації, а також рівень організації виробництва на підприємстві. Для того щоб обрати базову стратегію, необхідно чітко розуміти спроможність підприємства стимулювати можливості до конкретних ринкових умов.

Доцільно підкреслити висловлювання Р.А. Фатхутдінова, про те, що стратегічна конкурентоспроможність – це здатність об'єкта чи суб'єкта управляти конкурентними показниками товару на різних ринках та забезпечувати підтримку конкретних факторів, а також посилювати стратегічні переваги товару для подальшої його реалізації, базуючись на комплексних стратегічних діагностиках, його конкурентах та розроблених стратегіях [2, с. 34].

Управління конкурентоспроможністю підприємства – це сукупність послідовних дій підприємства та забезпечення його інформаційною та ресурсною базою, що здійснює вплив на керовану систему для досягнення конкретних результатів на ринку.

При виборі конкурентних стратегій доцільно використовувати аналіз ситуацій на ринку, оцінювати переваги підприємства або його ризики та аналізувати показники організації самого виробництва.

Стратегічні цілі пов'язують з довготривалими та перспективними ознаками, що допомагає забезпечувати майбутній статус конкуруючого підприємства. Стратегічні цілі потребують уточнення або доповнення, щоб узагальнювати сприйняття сутності стратегії конкурентоспроможності підприємства.

Слід зазначити, що правильно сформульована та чітко продумана стратегія вказує на ефективний спосіб досягнення цілей, забезпечує позитивні перспективи для підприємства. Також підприємство має на меті розробляти власну стратегію, оцінювати конкурентів та власну позицію на ринку. Існують і об'єктивні процеси в економіці підприємства, з яких слід починати формулювати своє стратегічне бачення майбутнього.

З цього можна зробити висновок, що розробка ефективної стратегії на тому чи іншому підприємстві є необхідністю і має на меті забезпечити високу практичну цінність. Але варто відмітити про складність вибору конкурентної стратегії та врахування усіх можливих факторів та аспектів до її складання, різні підходи її оптимальності та різноманіття. Тому для цього розробляється певна модель конкурентної стратегії, яка враховує різні чинники, має можливості до здійснення критичного, кількісного та якісного аналізу стратегічних альтернатив, а також оптимальний набір інструментів щодо її використання. Це дозволяє чітко та правильно сформулювати оптимальну конкурентну стратегію та забезпечувати подальшу її реалізацію.

Література.

1. Портер М. Конкуренция / М. Портер. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2006. – 806 с.
2. Фатхутдинов Р.А. Стратегическая конкурентоспособность / Р.А. Фатхутдинов. – М. : Издательство «Экономика», 2005. – 504 с.