

Проблеми реалізації науково-творчого потенціалу молоді: пошуки, перспективи: XIII Всеукр. наук.-прак. конф., 25 лютого 2011 р.: тези доп. – Дніпропетровськ, 2011. – С. 23-24.

аспірант Василенко В.А.

## ***АНАЛІЗ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ ТА ВИЗНАЧЕННЯ МЕХАНІЗМІВ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА***

Теорія формування конкурентної стратегії ґрунтується на певних концептуальних засадах, закладених авторами-основоположниками концепції конкурентної стратегії. Однак, існує необхідність безперервного розвитку та вдосконалення концепції конкурентної стратегії підприємства, яка являє собою єдину систему поглядів на розуміння її природи та принципів формування.

Розробка цілісної концепції формування конкурентної стратегії підприємства враховує слабкі сторони і не розкриті питання попередніх концептуальних підходів, які є неминучими при яскравій динамічності, турбулентності, інтеграції та глобалізації розвитку сучасного суспільства.

Одним з основних завдань підприємства, як правило, визначається задоволення потреб і потреб споживачів. Разом з тим актуальні потреби самих підприємств істотно знижуються.

Основна відмінність «потребного» концептуального підходу до формування конкурентної стратегії підприємства в порівнянні з попередніми підходами проявляється в її векторній спрямованості у майбутнє організації.

Таким чином, коренем концептуальної моделі конкурентної стратегії підприємства є поняття «Потреба», на основі якого формулюються стратегічні цілі підприємства. Перевага даного концептуального підходу, в порівнянні з існуючими, проявляється в тому, що критерієм, що дозволяє сформувати конкурентну стратегію, є потреба підприємства. Ця категорія характеризує стратегію з позиції «Погляд у майбутнє» після наслідків фінансово-економічної кризи та під час реформ, в той час як інші підходи, які використовують критерії ринкового стану або ресурсів підприємства, зосереджені в теперішньому часі.

Конкурентоспроможність підприємства визначається як здатність фірми до формування конкурентних переваг та ефективного управління ними.

Формування механізму управління конкурентоспроможністю підприємства полягає у виявленні факторів управління, на які необхідно впливати, щоб виконати завдання і добитися поставлених цілей. Такими факторами можуть вважатися властивості й елементи об'єкта управління в цілому, окремі властивості цих елементів, їх зв'язки з іншими елементами, зв'язку об'єкта управління з інвестиційним середовищем.

Основні характеристики конкурентоспроможного потенціалу підприємства: структура, тобто елементи, що утворюють потенціал, їх взаємозв'язок і взаємозалежність; можливості потенціалу підприємства як реалізовані, так і нереалізовані; ресурси, необхідні для реалізації можливостей; знання, навички та вміння, що дозволяють використовувати ресурси потенціалу підприємства.

Конкурентоспроможний потенціал підприємства - це сукупність фінансово-економічних, технологічних, організаційних, трудових, інформаційних, та інших ресурсів, які є у наявності підприємства. Підвищення конкурентоспроможності підприємства - це, по суті реалізація організаційно-економічного управління потенціалом в умовах жорсткої конкурентної боротьби на цільовому ринку.

Статус конкурентоспроможності, як керуючого об'єкта підтверджується тим, що він повинен охопити показники, що відображають вплив як зовнішніх, так і внутрішніх факторів, що мають вплив на виробничу діяльність та реалізацію продукції підприємства. Будучи по суті індикатором положення підприємства на цільовому ринку і його фінансового стану, він може бути використаний у якості датчика керуючих впливів, які можуть бути використані для впливу на ті ж різні сторони діяльності підприємства.

Під управлінням конкурентоспроможністю слід розуміти постійний, планомірний, цілеспрямований процес впливу на всіх ієрархічних рівнях на фактори та умови, забезпечує створення продукції оптимальної якості та

повноцінне її використання. Сутність управління полягає у виробленні керуючих рішень і подальшої реалізації передбачених цими рішеннями керуючих впливів на певний об'єкт управління.

При управлінні конкурентоспроможністю підприємства безпосередніми об'єктами управління, як правило, є процеси, від яких залежить якість продукції, що випускається, кадри підприємства, фінансові ресурси, виробничі можливості.

Формування того чи іншого керуючого рішення залежить від відповідності фактичного стану процесу з його характеристиками, заданими програмою управління. Суб'єкт управління - керівні органи всіх рівнів та відповідальні особи, покликані забезпечити досягнення і зміст планованого стану підприємства на цільовому ринку.

Мета управління конкурентоспроможністю підприємства - забезпечення випуску продукції, що відповідає заданим вимогам конкуренції на цільовому ринку при мінімізації витрат, з урахуванням інтересів споживача і вимог безпеки, та екологічності випущеної продукції підприємством.

Існуючі методологічні підходи, що базуються на розбитті системи управління конкурентоспроможністю на оперативний, тактичний і стратегічний рівні недостатньо повно відображають особливості функціонування підприємств в умовах економічної нестабільності, при реалізації трансформаційних процесів, і, зокрема, відсутній взаємозв'язок між рівнями за часовим і функціональним чинниками.