

Циганій С.В., студент,
Науковий керівник: доцент **Ковальчук А.М.**
Національний авіаційний університет, м. Київ

СУЧАСНІ АСПЕКТИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ

Анотація. Важливість стратегічної поведінки різко зросла за останнє десятиліття. У минулому багато фірм змогли успішно працювати, звертаючи увагу переважно на щоденну роботу над внутрішніми проблемами, пов'язаними із підвищенням ефективності використання ресурсів у поточній діяльності. Практика показує, що ті організації, які впроваджують інтегровану стратегію та управління та беруть це до уваги при формуванні її структури управління, працюють успішніше та отримують прибуток значно вищий за середній для галузі.

Ключові слова: управління, конкурентоспроможність, стратегічне управління, продуктивність, стратегія, ефективність.

Основні наукові результати. За останнє десятиліття ринкові трансформації в Україні призвели до змін у системі управління підприємствами, адекватних зовнішньому конкурентному середовищу. Конкурентоспроможність підприємства як об'єкта управління - це сукупність взаємопов'язаних елементів, спрямованих на забезпечення міцних конкурентних позицій, збереження існуючих та створення нових конкурентних переваг. В сучасних умовах в Україні спостерігається зростання конкуренції, внаслідок чого керівники підприємств знаходяться у постійному пошуку нових (адекватних умовам конкуренції) інструментів управління конкурентоспроможністю підприємства, що визначає актуальність вивчення цього питання.

Досягнення високого рівня конкурентоспроможності є стратегічною метою підприємства в ринкових умовах, що потребує консолідації всіх підрозділів та ланок системи управління підприємством. Однак управління конкурентоспроможністю не є еквівалентом усієї діяльності підприємства для досягнення кінцевих цілей, а включає ті функції, які стосуються розробки та реалізації стратегії конкуренції, стимули до реалізації стратегії, цільову спрямованість різних видів діяльності. Конкурентоспроможність підприємства в загальній класифікації об'єктів управління можна віднести до функціональних (на відміну від виробничих та структурних), які потребують розробки спеціального механізму управління [1].

Головною ознакою управління конкурентоспроможністю підприємства є його орієнтація на майбутнє. Необхідність управління конкурентоспроможністю підприємства обумовлена, насамперед, тривалими швидкими змінами зовнішнього середовища, появою важко передбачуваних економічних та фінансових ситуацій. Безсумнівно, що ефективна система управління конкурентоспроможністю підприємства забезпечить стабільне становище підприємства на ринку, створивши стабільне зростання його конкурентних переваг у середовищі, що швидко змінюється. Існують основні етапи оцінки та підвищення конкурентоспроможності підприємств (табл. 1). Для оцінки конкурентоспроможності підприємств, які виробляють широкий асортимент продукції, можна використовувати модель дезагрегації, використовуючи детальні показники кожної конкретної групи товарів/діяльності [2]. Це необхідно для визначення місця, яке займає ця група товарів (або окремі товари) у ряді подібних товарів на ринку.

Використовуючи етапи оцінки та підвищення конкурентоспроможності підприємства, можна проаналізувати та виявити основні проблеми та недоліки підприємства.

Таблиця 1

Модель поетапної оцінки та стратегії розвитку для підвищення конкурентоспроможності підприємств

Етапи	Стратегія
Перший етап	Аналіз показників, що визначають конкурентоспроможність підприємства: - аналіз конкурентного (ринкового) середовища; - аналіз внутрішнього середовища
Другий етап	Визначення характеристик галузі Формалізація методів оцінки конкурентоспроможності підприємства
Третій етап	Визначення знаків та встановлення на них обмежень Визначення необхідної інформації та джерела її отримання
Четвертий етап	Визначте додаткові ресурси, які мають бути залучені до оцінки Кількісна оцінка індивідуальних характеристик для кожного рівня градаций шкали з урахуванням вагового коефіцієнта
П'ятий етап	Розробка заходів щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства
Шостий етап	Контроль за дотриманням якості та термінів виконання Стратегія розвитку підвищення конкурентоспроможності підприємств

Підприємство повинно розробляти і застосовувати в залежності від умов, що складаються на ринку, різновиди стратегій, використовувати найефективнішу для конкретних умов. Як правило, успішні організації мають цілий набір таких розробок, до яких належать:

- стратегія зниження собівартості продукції;
- стратегія диференціації продукції;
- стратегія сегментування ринку;
- стратегія впровадження новин;
- стратегія негайного реагування на потреби ринку;
- стратегія диверсифікації [3].

Основний принцип поведінки успішної фірми на ринку – це вибір і реалізація проектів, найрентабельніших за поточних ринкових умов. Вибір стратегії, що найбільшою мірою відповідає особливостям підприємства і тенденціям розвитку ринкової ситуації, включає низку процедур:

- оцінку переваг і ризиків стратегії;
- аналіз відповідності ринкових умов, необхідних для реалізації стратегії, реальній ситуації на ринку;
- аналіз відповідності особливостей організації виробництва та управління на підприємстві пред'явленим вимогам [3].

Підприємства повинні знати своє місце в ієрархії конкурентоспроможності підприємств, щоб прагнути досягти більшого. Це неможливо здійснити без стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства.

Перевагами стратегічного управління конкурентоспроможністю є те, що діяльність підприємства орієнтована на те, щоб досягти успіху на ринку, позиціонувати організацію, враховуючи майбутнє конкурентний стан. Можливість здійснювати оцінку загроз і можливостей з зовнішньої сторони і відповідно на них реагувати. Обов'язково встановлюються стратегічні кращі сфери і масштаби діяльності, орієнтуючись на потенціал організації і привабливість галузі. Можливість знаходити альтернативні варіанти дій для створення конкурентних переваг, їх порівняльної оцінки і вибору кращого. Також можна створити систему планування та реалізації планів, які об'єднують всі рівні управління.

Висновки. Виходячи з усього вищесказаного, можна сказати, що стратегічне управління конкурентоспроможністю вкрай необхідно здійснювати підприємствам. Знання розташування організації на тому чи іншому рівні управління конкурентоспроможності, дозволяє керівництву правильно оцінити ситуацію і вжити необхідних заходів. Управління конкурентоспроможністю дозволяє організаціям досягти успіху в суперництві в порівнянні з конкурентами, і тим самим, зайняти більш вигідне місце на ринку, тобто отримати можливість для подальшого розвитку і вдосконалення діяльності підприємства.

Список літератури:

1. Белов О.В. Методичні підходи до оцінки рівня конкурентоспроможності торговельного підприємства. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка. 2011. Спецвипуск 33, Ч. 1. С. 18 –25.
2. Иванов Ю.Б. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток: монографія Х. : ІНЖЕК, 2008. –352 с.
3. Шевчук К.І. Економічні інструменти управління ефективністю і конкурентоспроможністю виробництва (підприємства) Міжвідомчий наук.-тех. зб. «Будівельне виробництво». -Вип.63.-К.:БП НДІБП, 2018

