

КОНКУРЕНЦІЯ ЯК ЗАСІБ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Демирова Софія Дмитрівна

Аспірантка

Науковий керівник: Побережець О.В., д.е.н., доцент

Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

(Одеса, Україна)

Визначення правильного стратегічного курсу є найбільш відповідальною справою для підприємства, оскільки формує пріоритети його діяльності на відносно довгострокову перспективу. Тому менеджменту компанії вкрай важливо підійти зважено до процесу розробки та реалізації стратегії, врахувавши багато внутрішніх і зовнішніх чинників і акцентувавши увагу на низці чинників. Глибоке розуміння важливості цього моменту надасть можливість своєчасно реагувати на зміни в бізнес-середовищі, забезпечувати формування та підтримання конкурентних переваг у ринкових умовах, максимально використовувати стратегічний потенціал підприємства. У зв'язку з цим, питання оптимізації процесу розробки та реалізації конкурентної стратегії підприємства є актуальним.

На сучасному етапі вже можна говорити про вагомий

науковий внесок щодо розробки теоретико-методичних засад формування та реалізації стратегії конкурентоспроможності підприємств, що засвідчують праці вітчизняних (З.Є. Шершньової, Т.В. Омеляненко, О.Б. Іванова, А.П. Наливайка,) і зарубіжних (Ф. Котлера, Г.Л. Азоєва, М. І. Книша, Р.А. Фатхутдинова) науковців [3, с. 322].

Глобалізація економічних процесів, зростання конкуренції між виробниками, збільшення впливу високотехнологічних компаній обумовили широке визнання стратегічного мислення як єдиного правильного підходу до управління підприємством в умовах ринку і вже у 80-90-х рр. стратегія стає невід'ємною частиною управління суб'єктами практично у всіх країнах з розвинутою економікою. При цьому в основі діяльності суб'єктів господарювання знаходяться конкурентні переваги, які дають можливість сформувати відповідні конкурентної стратегії підприємства.

В свою чергу, конкурентна стратегія – це спосіб отримання стійких конкурентних переваг підприємства шляхом конкурентної боротьби, задоволення різних і мінливих потреб покупців краще, ніж це роблять конкуренти.

В економічній літературі немає єдиного підходу до класифікації конкурентних стратегій та їх різновидів. Важливо підкреслити, конкурентні стратегії класифікуються за різними ознаками: взаємозв'язків, дій та протидій конкуруючих компаній на ринку тощо. У сучасних умовах не існує універсальної ідеальної стратегії для кожного конкретного підприємства: можуть бути різні стратегії для різних підрозділів або видів товарів. Кожне підприємство повинно визначити, яка стратегія краще всього спрацює, враховуючи його стан в галузі, цілі, можливості і ресурси, а також фактори впливу зовнішнього та внутрішнього середовища.

Основним стратегічним напрямом розвитку залишається постійне забезпечення конкурентними перевагами, тому що тільки ті суб'єкти господарювання зможуть ефективно функціонувати в економічному середовищі тривалий час, які дбають про рівень власної конкурентоспроможності в умовах векторної політики національної економіки. Проте процес забезпечення конкурентними перевагами генерує економічні стимули для того, щоб підприємство прагнуло до інтенсифікації зусиль щодо залучення нових клієнтів та створення сприятливіших умов для продажу власної продукції.

Слід зазначити, що процес формування конкурентної стратегії підприємства повинен характеризуватися комплексністю та завершеністю. Результатом дослідження останніх публікацій сучасних

вітчизняних і зарубіжних науковців з даної проблематики та власних міркувань виступає необхідність доповнення процесу розробки конкурентної стратегії етапами, що пов'язані з подальшою її реалізацією (див. табл. 1) [3, с. 340].

Таблиця 1

Етапи розробки та реалізації конкурентної стратегії підприємства

Етап	Характеристика етапів
Встановлення цілей	Розробка та встановлення коротко-, середньо- і довготермінових цілей підприємства потребує зваженого підходу, оскільки це фундамент у виборі конкурентної стратегії.
Аналіз зовнішнього середовища	Процес моніторингу організаційного оточення підприємства, що ідентифікується з поточними і майбутніми погрозами та сприятливими можливостями, які можуть впливати на досягнення її мети.
Визначення мети і постановка завдань	Реалізація обраної стратегії потребує формування набору стратегічних альтернатив, які враховують специфіку цільового ринку.
Аналіз стратегічних альтернатив і вибір стратегії	Реалізація обраної стратегії потребує формування набору стратегічних альтернатив, які враховують специфіку цільового ринку. Найбільш поширеними методами оцінки є розробка сценаріїв, аналіз портфелю замовлень, матричний аналіз, аналіз життєвого циклу, експертні оцінки тощо.
Планування реалізації	Розробка детального плану втілення у реальність обраної стратегії з визначенням термінів поетапної реалізації та очікуваних результатів.
Реалізація стратегічних рішень	Здійснюється у напрямках: 1) використання адміністративних важелів; 2) за допомогою економічних важелів, шляхом формування бюджету, застосування системи показників та управління за цілями.

Проте, запропонований перелік етапів та процедур на кожному з них не слід вважати універсальним, оскільки у окремій реальній ситуації необхідно враховувати поточні внутрішні та

зовнішні обставини. Кожен етап має самостійне значення і вимагає застосування специфічних, з погляду розробки і реалізації конкурентних стратегій, процедур і методик. Однією з обов'язкових умов ефективності вищезазначеного процесу є вибір і реалізація стратегії по кожній стратегічній зоні господарювання підприємства – певному сегменті середовища, на якому підприємство здійснює або має намір здійснювати свою діяльність [1, с. 3]. Успіх реалізації розробленої стратегії підприємства залежить від діючої системи контролю, який здійснюється протягом періоду дії стратегії. Контроль передбачає системний аналіз і оцінку виконання рішень відповідно до стратегічного плану і ступеня досягнення стратегічних цілей.

Отже, на сьогоднішній день підприємство повинно мати детально обґрунтовану стратегію дій, а також бути готовим адаптуватися до можливої зміни умов зовнішнього середовища. Тенденції сучасного розвитку економічної ситуації в Україні характеризуються високим динамізмом, активізацією структурних зрушень та загостренням конкурентної боротьби. Процеси у зовнішньому середовищі набувають ознак комплексності та взаємодоповнюваності.

Література:

1. Благун І.С. Концептуальні засади формування конкурентної стратегії підприємства / Благун І.С., Гринів Л.В. // Регіональна бізнес-економіка та управління. – 2016. – № 3 (15). – С. 3–11.
2. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства / За заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Іванова Ю.Б., д-ра екон. наук, проф. Тищенко О.М. – Х.: ІНЖЕК, 2016. - 384 с.
3. Управління конкурентоспроможністю підприємства: Навчальний посібник / С.М. Клменко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабась, О.С. Дуброва, А.В. Вакуленко. – К.: КНЕУ, 2016. – 520 с.