

ПОНЯТТЯ СТРАТЕГІЙ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ У СУЧАСНІЙ ТЕОРІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ

Перманентний розвиток ринку вимагає від теорії менеджменту формулювання чинників успіху та глибше дослідження вже існуючих важелів еволюції. Створення і реалізація конкурентної стратегії для сучасного підприємства є важливою складовою стратегічного управління [2, с. 122]. Проте саме поняття «стратегія» є неоднозначним, теоретично й методологічно дискусійним. У загальному вигляді це поняття являє собою точковий всебічний складний план реалізації цілей організації, спрямованих на досягнення наперед визначених намірів шляхом розподілу виняткових внутрішніх ресурсів з урахуванням її позиції та змін зовнішнього середовища.

Відповідно сучасних досліджень, стратегія репрезентує довгострокову програму діяльності компанії, що має на меті здобути конкретний результат та передбачає регулярний контроль і аналіз для необхідних модифікацій у випадку появи нових обставин. Конкурентна стратегія ж є певною програмою підприємства, спрямованим на досягнення стратегічних цілей, що сприяє формуванню конкурентних переваг на ринку [3, с. 67]; також, це поняття можна розуміти, як сукупність принципів діяльності підприємства та його взаємодії, перспективних цілей підприємства, відповідних рішень щодо вибору інструментів досягнення зазначених цілей та орієнтованості на ділову активність [6, с. 251]. Основним завданням розробки стратегії є досягнення конкурентних переваг і належного рівня рентабельності організації [1; 35]. Зауважимо, що управління конкурентними перевагами компанії реалізується за тими ж функціями управління, що і управління іншими об'єктами, вони безпосередньо впливають на конкурентоспроможність, прискорюють розвиток бізнесу, впливають на його адаптативність. Сам процес досягнення й утримання конкурентної переваги багатоскладовий і часто, у менеджменті, розглядається через призму індивідуальності та специфіки організації, її цілей, місії, завдань, ринків, місця розташування, масштабності тощо [5], проте на даному етапі ще не сформульовано чітко

Один з основних підходів до розробки конкурентних стратегій визначається двома факторами: цілями, які компанії переслідують на ринку та основою конкурентної переваги. Формування стратегії, можна представити, як акт послідовного моделювання, у рамках якого визначається взаємозв'язок конкурентоспроможності підприємницької структури з факторами зовнішнього та внутрішнього середовищ. В якості основних проблем стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства можна виділити формулювання цілей, завдань діяльності підприємства, побудова адекватної з точки зору ефективності виконання завдань або реалізації бізнес-процесів організаційної структури управління, набір і розподіл за завданнями або процесами різних рівнів кадрових ресурсів, формування баз даних і баз знань для прийняття управлінських рішень, створення системи їх реалізації, контролю та аналізу результатів [4, с. 63].

Отже, узагальнююче вищевикладене можна зробити висновок, що стратегія конкурентоспроможності являє собою довгостроковий план, який охоплює набір засобів і методів, спрямованих організацією задля досягнення поставленої мети у досягненні переваги над конкурентами у пропозиції товарів та послуг.

Список використаних джерел

1. Захарченко В., Меркулов М.М., Балахонова О.В. Розвиток стратегічних підходів до управління підприємством у нестабільних умовах: колект. моногр. / за ред. В.І. Захарченко. Одеський нац. ун-т ім. І.І. Мечникова. 2014. 187 с.
2. Іванов Ю.Б. Стратегія формування конкурентних переваг підприємства в умовах інтенсивної конкурентної боротьби / Ю.Б. Іванов, О.Ю. Іванова. Проблеми економіки. Харків : Видавничий Дім «ІНЖЕК», 2012. № 4. С. 121–128.
3. Клименко С.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства / С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабась та ін. Київ : 2019. 520 с.
4. Маркетинговий менеджмент конкурентоспроможності підприємства: стратегічний підхід та системні рішення: монографія / за заг. ред. О.В. Кендюхова Донец. нац. техн. ун-т. Донецьк : 2014. 201 с.
5. Павлова В.А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення : монографія. Дніпропетровськ : 2016. 276 с.
6. Ступак І.О. Конкурентні стратегії як управлінська категорія. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління : 2010. № 684. С. 249–254.