

КОНКУРЕНТНА СТРАТЕГІЯ ЯК ОСНОВА СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В роботі розглядається сутність конкурентної стратегії як основи стратегічного плану розвитку підприємства. Проведено узагальнення поглядів науковців на розуміння сутності конкурентної стратегії підприємства.

Ключові слова: конкурентна стратегія, стратегічний план, критерії, підприємство.

Abstract

The essence of the competitive strategy as the basis of the strategic plan of enterprise development is considered in the paper. A generalization of the views of scientists on understanding the essence of the company's competitive strategy has been carried out.

Keywords: competitive strategy, strategic plan, criteria, enterprise.

Забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємства та його економічної ефективності, а також урахування постійних інформаційних змін потребують використання новітніх та якісних інструментів стратегічного планування. Одним із таких інструментів є правильний та доцільний вибір конкурентної стратегії підприємства, що є важливим та невід'ємним етапом процесу формування конкурентної стратегії. У свою чергу, коректний стратегічний вибір дозволить підприємству досягти стійкої та довготривалої конкурентоспроможності у відповідній галузі, особливо в такому складному і непередбачуваному конкурентному середовищі.

Будь-яка загальна стратегія базується на обраних конкурентних стратегіях. Зв'язок між загальними та конкурентними стратегіями прямий: обираючи конкурентну стратегію, підприємство визначає спосіб досягнення своїх стратегічних орієнтирів. Поєднання загальних і конкурентних стратегій залежить від характеристик галузі, загальної конкурентної позиції підприємства в галузі, характеристик самого підприємства. Своїм змістом конкурентні стратегії підприємств відображають особливості їх функціонування, стадії розвитку, конкурентний статус тощо. Позначаються на них і особливості національної економіки, галузі, а також такі суб'єктивні чинники, як стратегічне бачення та мислення їх засновників та керівників.

У процесі дослідження наукової літератури (Л. В. Балабанова [1], Д. О. Барабась [2], К. Ю. Вергал [3], В. О. Горемикін [4], Д. А. Максим'юк [5], Л. П. Стеців [6]) з'ясовано, що кожен науковець пропонує власне розуміння процесу формування конкурентної стратегії, представляє власне бачення класифікації стратегій, методичного інструментарію аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища, вибору оптимальної стратегічної альтернативи, акцентуючи увагу на тому чи іншому етапі розробки стратегії.

Узагальнюючи погляди науковців на розуміння сутності конкурентної стратегії, та враховуючи особливості функціонування промислових підприємств, є очевидним, що конкурентна стратегія промислових підприємства являється логічною реакцією на необхідність забезпечення його ефективної діяльності шляхом досягнення динамічної рівноваги із зовнішнім середовищем; інструментом формування та утримання переваг у конкурентній боротьбі; основою оптимального розподілу й ефективного використання ресурсів і зусиль. А отже, визначимо конкурентну стратегію підприємства як узагальнену програму діяльності (модель дій), спрямовану на досягнення підприємством відповідного рівня конкурентних переваг завдяки ефективному розподілу, координації та використанню ресурсів та зусиль.

Отже, вибір конкурентної стратегії підприємства обумовлений сформульованими цілями підприємства, ризиком, на який може піти підприємство, а також реакцією на вплив змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі. Тому обрану конкурентну стратегію необхідно інтегрувати в стратегічний план розвитку підприємства, що сприятиме підвищенню його конкурентоспроможності та ефективності розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балабанова Л. В. Управление конкурентоспособностью предприятий на основе маркетинга / Л. В. Балабанова, А. В. Кривенко. – Донецк : Донец. гос. ун-т экономики и торговли, 2014. – 147 с.
2. Барабась Д. О. Управління конкурентними перевагами підприємства (на прикладі швейної галузі) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня екон. наук : спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / Д. О. Барабась. – Київ : КНЕУ, 2013. – 18 с.
3. Вергал К. Ю. Теоретичні підходи до класифікації інноваційних стратегій / К. Ю. Вергал // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – 2011. – № 2. – С. 214–219.
4. Горемыкин В. А. Экономическая стратегия предприятия : учеб. для студ. вузов по экон. спец. / В. А. Горемыкин, О. А. Богомолов. – Москва : Филинь : Рилант, 2011. – 506 с.
5. Максим'юк Д. А. Методи оцінки конкурентоспроможності : підручник / Д. А. Максим'юк. – Київ : Знання-Прес, 2011. – 252 с.
6. Стеців Л. П. Конкурентні переваги: підходи до трактування та їх відмінності / Л. П. Стеців // Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.-техн. пр. – Львів : РВВ НЛТУ України. – 2014. – Вип. 19.12. – С. 263–270.

Магденко Оксана Юрїївна – студентка групи МОв-14(б) факультету Менеджменту та Інформаційної Безпеки Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, e-mail: oksana.magdenko@gmail.com

Науковий керівник: Нікіфорова Лілія Олександрівна - к.е.н., доцент каф. ЕПВМ, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Magdenko Oksana – student of Management and Information Security Faculty of Vinnytsia National Technical University, e-mail: oksana.magdenko@gmail.com

Supervisor: Nikiforova Liliya Oleksandrivna – Ph.D. (Econ.), Associate Professor, Associate Professor of Business Economics and Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsa.