

УДК 621.326

Валицька Г. – ст. гр. БМмз – 61

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

## **ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВА**

Науковий керівник: к.е.н Юрик Н.Є

Valytcka H.

*Ternopil Ivan Pul'uj National Technical University*

## **FORMING COMPETITIVE STRATEGY OF ENTERPRISE**

Supervisor: Yuruk N.E.

Ключові слова: стратегія, конкурентоспроможність, ефективність

Keywords: strategy, competitiveness, efficiency

Найважливіша проблема будь-якого підприємства, що працює в сучасних умовах, – це проблема його виживання і забезпечення безупинного розвитку. Ефективне вирішення цієї проблеми полягає у створенні й реалізації конкурентних переваг, що значною мірою можуть бути досягнуті на основі грамотно розробленої й ефективної стратегії розвитку підприємства.

Конкурентна стратегія – здатність підприємства випускати конкурентоспроможну продукцію, а також конкурентної стійкості підприємства та можливість його адаптації до мінливих умов конкуренції. Процес вибору конкурентної стратегії буде вимагати від керівництва узгодженості дій на усіх рівнях управління та креативності при прийнятті управлінських рішень в процесі її формування та реалізації. Для розроблення чи зміни конкурентної стратегії компанії необхідно постійно проводити стратегічний аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища компанії. Для сучасного етапу кризової ситуації в Україні та подальшої її орієнтації на європейські економічні стандарти характерне посилення інтенсивності розвитку конкуренції між виробниками товарів та послуг. Саме тому конкурентну стратегію доцільно розглядати як засіб, завдяки якому фірма переміщається з поточної ринкової позиції до бажаної. Це здійснюється шляхом адаптації до зовнішніх сил: здорової конкуренції, радикальних ринкових змін, розвитку новітніх технологій, впровадження інновацій, а також за допомогою визначення і приведення ресурсів компанії відповідно до можливостей, які відкриваються перед фірмою.

При впровадженні ефективної конкурентної стратегії підприємство повинно враховувати комплексне системне використання внутрішніх потенційних можливостей створення конкурентних переваг, що забезпечуватимуть адекватну реакцію на зміни факторів зовнішнього середовища, упереджуватимуть заходи конкурентів і сприятимуть сталому розвитку підприємства у визначеному стратегічному періоді.

Таким чином, конкурентна стратегія повинна розроблятися за певною методикою, що забезпечуватиме контрольованість і керованість внутрішніх конкурентних факторів: інформаційних, ресурсних, фінансових, техніко-технологічних, маркетингових, організаційно-структурних. Сукупність цих факторів є складовим елементом внутрішніх функціональних сфер формування конкурентних переваг і саме вона дозволить фірмі випередити своїх конкурентів. Важливо відмітити, що в сучасних умовах підприємству доцільно також приділяти увагу удосконаленню товарів, сервісному обслуговуванню, створенню іміджу тощо.