

УДК 338.12

Федчак Т. – ст. гр. БМм-51

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ПРИНЦИПИ РОЗРОБЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Науковий керівник: д.т.н., професор Гевко І. Б.

Fedchak T.

Ternopil Ivan Pul'uj National Technical University

THE PRINCIPLES OF DEVELOPMENT OF ENTERPRISE COMPETITIVENESS STRATEGY

Supervisor: Gevko I.

Ключові слова: конкурентоспроможність, стратегія, підприємство.

Keywords: competitiveness, strategy, the company.

Глобалізація ринкового простору, насиченість ринків товарів і послуг, скорочення життєвого циклу досягнутої конкурентної переваги зумовлює необхідність розроблення нового ефективного підходу до формування стратегії підприємства, що сприятиме досягненню його стійкої конкурентоспроможності. У зв'язку з цим, на наш погляд, найбільш ефективним є інтегрований підхід до процесу формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства, який передбачає дії керівництва щодо досягнення стійкої конкурентної переваги, а також дії спрямовані на запобігання можливих атак конкурентів та безперервний розвиток підприємства, як основний принцип TQM (Total Quality Management – загальне управління якістю).

Стратегія повинна ґрунтуватися на комплексі стратегій конкуренції, за допомогою яких керівництво сподівається забезпечити успішну роботу підприємства і охоплює всі його основні функції і підрозділи: виробництво, маркетинг, трудові ресурси, наукові дослідження і розробки. У стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства одна з конкурентних стратегій є провідною («стрижневою»), інші стратегії – змінними. Дане визначення повною мірою розкриває подвійну природу категорії «стратегія» («проактивна» і «реактивна») і визначає зміст процесу формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства, спрямованого на досягнення стійкої конкурентоспроможності.

Виходячи із сучасних поглядів на характер конкуренції і створення конкурентних переваг, наукою розроблені принципи, які повинні лягти в основу формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства, зокрема: лідируюча роль керівництва; орієнтація на довгострокову перспективу та ефективні види діяльності; ув'язування внутрішніх можливостей підприємства з ринковими потребами; постійне поліпшення діяльності підприємства; збалансованість інтересів учасників ринкового ланцюга: постачальників-персоналу-посередників-споживачів; залученість персоналу до процесу формування та реалізації стратегії.

Дані принципи спрямовані на пошук підприємствами нових конкурентних переваг у відповідності з сучасними тенденціями ринкового розвитку і з урахуванням всіх груп інтересів, зацікавлених у діяльності підприємства. Природа цієї взаємодії повною мірою розкривається в рамках концепції TQM.