

конкурентоспроможності не лише окремих вітчизняних підприємств і організацій, але і всієї економіки країни в умовах виходу на європейський ринок.

Список використаних джерел:

1. Coyle J. Zarzadzanie logistyczne / J. Coyle, E. Bardi, C. Langley. – Warszawa: PWE, 2002. – 734 s.

УДК 658.011.1

О.В. Зернюк, к.т.н., доцент

М.О. Андреева, студент

*Полтавський національний технічний університет
імені Юрія Кондратюка*

РОЗРОБКА ТА РЕАЛІЗАЦІЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах нестабільність ринкової ситуації в Україні та мінливість кон'юнктури ринку обумовила виникнення певних труднощів, пов'язаних із визначенням перспективних напрямів розвитку підприємств, зміцненням їхніх конкурентних позицій, що ускладнюється недостатнім ресурсним забезпеченням для досягнення основної мети, зміною значної кількості економічних параметрів, що негативно позначається на функціонуванні підприємств у цілому.

Особливо важливим напрямом забезпечення стійкого функціонування підприємства є використання принципів стратегічного управління у процесі зміцнення його конкурентних позицій, оскільки таким чином формуються пріоритети діяльності на відносно довгострокову перспективу.

Оскільки найважливішою проблемою будь-якого підприємства, що працює в ринкових умовах, є його виживання і забезпечення безупинного стратегічного розвитку, тему даної доповіді можна вважати актуальною, адже 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.

Формуванням теоретичних і методичних засад розробки та реалізації конкурентної стратегії підприємства займалися як вітчизняні так і зарубіжні вчені: Р.А. Фатхутдинова, Т.Г. Філософовой, Г.Л. Азоєва, Ф. Котлера М.І., Віханського, Р.А. Дименка, О.С. Дубрової, І.М. Ліфица, А.Т. Зуб, Ю.Б. Іванова, О.С.Книша, М. Портера, А.А. Томпсона, М.Г. Міронова та інші, але в контексті кожного окремого підприємства ця тема і далі потребує поглибленого опрацювання.

За твердженням Ю.Б. Іванова та О.М. Тищенко, процес вибору стратегії включає наступні етапи: оцінка існуючої стратегії, формування стратегії, оцінка ризику, вибір стратегічних альтернатив [1]. Крім того, обираючи найприйнятнішу для підприємства стратегію, обов'язково враховують загальну ситуацію в галузі та конкурентний статус фірми на ринку.

Специфіка цільового ринку фірми обов'язково враховується в процесі формування набору стратегічних альтернатив. Оцінка імовірної економічної привабливості кожної альтернативи в перспективі може проводитися методами розробки сценаріїв, матричного аналізу, аналізу оцінки життєвого циклу, аналізу портфеля замовлень тощо. Важливим етапом процесу розробки та реалізації стратегії підприємства є формування детального плану втілення її в реальність. Визначення термінів поетапної реалізації та очікуваних результатів, повинні дати змогу вчасно отримувати інформацію для здійснення, потрібних на тому чи іншому етапі діяльності, коригувальних дій. Важливою передумовою успішної реалізації розробленої конкурентної стратегії є взаємоузгодженість цільових параметрів підприємства з визначеними напрямками та сферами її реалізації [2].

Таким чином, розробка ефективної конкурентної стратегії є складним процесом, але й необхідною передумовою досягнення стійкого функціонування підприємства. Реалізація конкурентної стратегії, з урахуванням ситуації на ринку та своєчасним аналізом та реагуванням на відхилення від цільових орієнтирів, а також вчасною та активною реакцією на зовнішні й внутрішні зміни, дозволить підприємству сформувати та зміцнити та розвинути свої конкурентні переваги та становище на ринку.

Список використаних джерел:

1. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства / За заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Ю.Б. Іванова, д-ра екон. наук, проф. О.М. Тищенко — Х.: ІНЖЕК, 2006 — 384 с.

2. Дуброва О.С. Процес розробки та реалізації конкурентної стратегії підприємства / О.С. Дуброва // Ефективна економіка. — 2010. — № 8.

УДК 65

О.В. Зернюк, к.т.н., доцент

С.Ю. Березинка, студент

*Полтавський національний технічний університет
імені Юрія Кондратюка*

УДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасна діяльність підприємств, щоб бути ефективною повинна ґрунтуватися на чітко визначених і послідовно втілюваних фінансових, виробничих, маркетингових, інвестиційних та інших стратегіях. Таким чином, стратегічна діяльність підприємства охоплює багато процесів. Загально вона складається із двох основних складових: стратегічного планування та реалізації стратегії підприємства. Стратегічне планування являє собою вид управлінської діяльності, який передбачає здійснення комплексу заходів, спрямованих на визначення стратегії діяльності організації [1].

Серед провідних дослідників, які займалися питаннями удосконалення стратегічної діяльності підприємств, слід назвати таких зарубіжних учених, як: І. Ансофф, Б. Берман, П. Друкер, А.Дж. Стрікланд, А.А. Томпсон, А.Д. Чандлер, а також вітчизняних науковців: О. Віханського, В. Герасимчука, З. Кіндрацьку, В. Колпакова, С. В. Оборську, А. Пушкаря та ін.

Для розробки стратегії кожне підприємство має усвідомити такі важливі елементи своєї діяльності: місію; конкурентні переваги; особливості організації бізнесу, ринки збуту, де діє фірма; продукцію, ресурси, структуру, виробничу програму, організаційну культуру [2].