

**РОЗРОБКА КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВА**

Сучасна конкуренція між підприємствами стала визначальним чинником реального зростання ефективності виробництва. Водночас, в реальних економічних умовах, в процесі функціонування нових бізнесових структур зростає невизначеність і генеруються додаткові ризики, пов'язані з виробництвом та збутом продукції й послуг. Тобто, підприємствам необхідно контролювати ринкову динаміку, рівень цін, специфіку взаємодій між конкурентами, партнерами, постачальниками і клієнтами. Тому, розробка дієвої конкурентної стратегії дуже важлива для ефективної діяльності підприємства в сучасному конкурентному середовищі.

Стратегія – це модель, що інтегрує основні цілі підприємства, її політику і дії в єдине ціле [1]. Стратегія – не це просто правила, як поводитися стосовно конкурента або супротивника. Вона торкається більш фундаментальних аспектів природи підприємства як інструмента колективного сприйняття, впливу й дії. Адекватно побудована стратегія дозволяє впорядкувати й розподілити обмежені ресурси підприємства найбільш результативним чином з урахуванням коливань зовнішнього й внутрішнього середовища.

Таким чином, стратегія підприємства – це засіб досягнення бажаних результатів (орієнтирів). Вона деякою мірою втілює в собі модель управління підприємством, а отже, формує поведінку підприємства. Так, Ю. Іванов [2] стверджує, що „конкурентна стратегія – це ретельно розроблена програма заходів, які мають бути реалізовані підприємством, з метою досягнення вигідної конкурентної позиції на ринку та адаптації підприємства до змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі”.

Оглянувши економічну літературу ми зробили висновок, що серед вітчизняних і зарубіжних вчених відсутня єдина думка щодо послідовності етапів формування конкурентної стратегії підприємств. Отже потрібно доповнити процес розробки конкурентної стратегії етапами, що пов'язані з подальшою її реалізацією, а саме:

- визначення мети, встановлення цілей та постановка завдань;
- аналіз зовнішнього середовища;
- дослідження внутрішнього середовища підприємства;
- оцінка існуючої стратегії;
- аналіз стратегічних альтернатив і вибір стратегій;
- планування реалізації конкурентної стратегії;
- реалізація стратегічних рішень.

Слід зазначити, що обираючи найбільш ефективну конкурентну стратегію, орієнтовану на ринок, підприємству необхідно спрямовувати свої дії на розробку заходів щодо підвищення споживчої цінності своїх товарів та послуг, постійно відстежуючи зміни у загальноекономічній ситуації у країні, своєчасно коригуючи стратегію відповідно до швидких змін конкурентного середовища.

Отже, розробка ефективної конкурентної стратегії є складним і багатограним процесом, необхідною передумовою досягнення стійкого функціонування підприємства і має безперечну практичну цінність. Реалізація конкурентної стратегії, з урахуванням ситуації на ринку та своєчасним аналізом та реагуванням на відхилення від цільових орієнтирів та реакцією на зовнішні й внутрішні зміни, дозволить підприємству сформувати та зміцнити свої конкурентні переваги та становище на ринку.

*Список літератури*

1. Бельтюков Є. А., Некрасова Л.А., Конкурентна стратегія підприємства: сутність та формування на основі оцінки рівня конкурентоспроможності. Економіка: реалії часу. Науковий журнал. 2014. № 2 (12). 6-13 с.
2. Іванов Ю.Б. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства. монографія. ХНЕУ. Харків:ВД «ІНЖЕК», 2006. 383 с.
3. Тищенко О.М. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства. Харків: ІНЖЕК. 2006. 384 ст.