

ТЕРЕХОВ Д. С.

к. е. н., доцент
ПВНЗ «Хмельницький економічний університет»

БЛІДАР О. В.

магістрант
ПВНЗ «Хмельницький економічний університет»

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто актуальні напрямки підвищення конкурентоспроможності господарської діяльності підприємства. Запропоновано можливі шляхи підвищення ефективності використання вітчизняними товаровиробниками стратегічних методів та акцентовано увагу на необхідності удосконалення існуючих управлінських систем, як головного елементу організаційної структури промислового підприємства, що відповідає за кінцеві результати його господарської діяльності. Встановлено, що підвищити конкурентоспроможність у зовнішньому середовищі підприємство може за допомогою безлічі факторів, найвагоміші з них: покращення якості продукції, зниження її ціни, випуск нового асортименту, формування та збереження іміджу підприємства. Всі ці заходи допоможуть підприємству ефективно конкурувати на зовнішньому ринку.

Ключові слова: стратегічне управління, виробниче підприємство, стратегія розвитку, конкурентоспроможність.

ТЕРЕХОВ Д. С.

к. э. н., доцент
ЧВУЗ «Хмельницький економічний університет»

БЛІДАР О. В.

магістрант
ЧВУЗ «Хмельницький економічний університет»

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассмотрены актуальные направления повышения конкурентоспособности хозяйственной деятельности предприятия. Предложены возможные пути повышения эффективности использования отечественными товаропроизводителями стратегических методов и акцентировано внимание на необходимости усовершенствования существующих систем управления, как главного элемента организационной структуры промышленного предприятия, отвечающего за итоговые результаты его хозяйственной деятельности. Установлено, что повысит конкурентоспособность во внешней среде предприятие может с помощью множества факторов, наиболее значимые из них: улучшение качества продукции, снижение ее цены, выпуск нового ассортимента, формирование и сохранение имиджа предприятия. Все эти меры помогут предприятию эффективно конкурировать на внешнем рынке.

Ключевые слова: стратегическое управление, производственное предприятие, стратегия развития, конкурентоспособность.

TEREKHOV D. S.

candidate of economic sciences, associate professor
PHE «Khmelnitskyi Economical University»

BLIDAR O. V.

master's degree student
PHEI «Khmelnitskyi Economical University»

STRATEGIC MANAGEMENT OF COMPETITIVENESS AT THE ENTERPRISE

The actual directions of improving the competitiveness of the entity activity are described in this article. The possible ways to improve the efficiency of usage of strategic methods by producers are suggested and the need to improve the existing control systems, as the principal element of the organizational structure of the industrial enterprise, which is in charge of the final results of its economic activity, is stressed. It has been

established that increasing the competitiveness in the external environment of the enterprise can be performed by variety of factors, the most significant are: improving product quality, reducing its prices, output of new assortment, the formation and preservation of the image of the enterprise. All these measures will help the enterprise to compete effectively in foreign markets.

Key words: strategic management, productive enterprise, strategy of development, competitiveness.

dsterekhov@gmail.com

Постановка проблеми. Поточна економічна ситуація виставляє найвищі вимоги підприємствам в умовах попиту, що падає, і високої конкуренції між виробниками продукції. Економічна криза змушує максимально ефективно управляти витратами підприємства, адже ринок вимагає зниження цін на продукцію, скорочення термінів постачання, підвищення якості продукції, забезпечення високого рівня сервісу. Для того щоб виконувати ці вимоги ринку і залишатися конкурентоздатними, підприємства змушені знижувати прямі і непрямі витрати, скорочувати запаси і рівень незавершеного виробництва, скорочувати тривалість виробничих циклів, підвищувати ефективність виробничих процесів. Досягнення даних цілей вимагає використання сучасних методів стратегічного управління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Процес стратегічного управління підприємством досліджувало багато вітчизняних і зарубіжних учених-економістів, зокрема: І. Ансофф, О. Скібіцький, В. Василенко, Л. Довгань, З. Шершньова, Г. Клейнер, В. Немцов, Л. Забродська, А. Міщенко, В. Пономаренко та ін.

Постановка завдання. Метою статті є пошук та визначення ефективних напрямків стратегічного забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Виклад основного матеріалу. Стратегічне управління охоплює все підприємство та потребує значних ресурсів. Основою стратегічного управління конкурентоспроможністю є стратегія розвитку виробництва, яка направлена на тривалу перспективу, що дає можливість підприємству підлаштуватись до певного ринку та зберігати конкурентоспроможність. Однією з цілей забезпечення ефективного виробництва є впровадження та вдосконалення системи стратегічного управління.

Стратегічне управління конкурентоспроможності має (рис. 1):

- направляти на дослідження умов, у яких розвивається підприємство;
- ґрунтуватись на теоретичних напрямках і різних підходах до функціонування підприємства;
- приділяти увагу базам «стратегічної інформації»;
- передбачати засоби та методи розвитку підприємства;
- прогнозувати наслідки від різноманітних прийнятих рішень та відповідно ефективно розподіляти ресурси [2, с. 223].

Ввести в дію організовану систему, для отримання необхідної мети, можна за допомогою впливу на неї керуючого органу чи особи.

Розглядаючи систему стратегічного управління як розвиток підприємства, можна помітити, що воно спрямоване на створення ефективної позиції стратегії та створення конкурентних переваг підприємства, які допоможуть йому забезпечити стійку життєву позицію підприємства в мінливих життєвих умовах. Також основними стратегічними цілями підприємства є освоєння нової продукції, збільшення рентабельності та продуктивності, завоювання нової частки ринку.

Для удосконалення системи стратегічного управління підприємством потрібно оновлення організаційної структури підприємства, тобто перш за все необхідно встановити оптимальну кількість та структуру управління підприємством, також чисельність працівників на виробництві відповідно реальної необхідності підприємства.

Підвищення рівня управління виробничими ресурсами і запасами – використання енергозберігаючих технологій, правильне використання всіх видів матеріальних ресурсів, контроль використання запасів виробництва.

Потрібно покращити систему планування, обліку і контролю основних показників роботи підприємства, здійснювати за допомогою використання обчислювальної техніки,

розвитку комп'ютерних мереж зв'язку впровадження ефективної системи внутрішнього контролю, застосування сучасних ІТ.

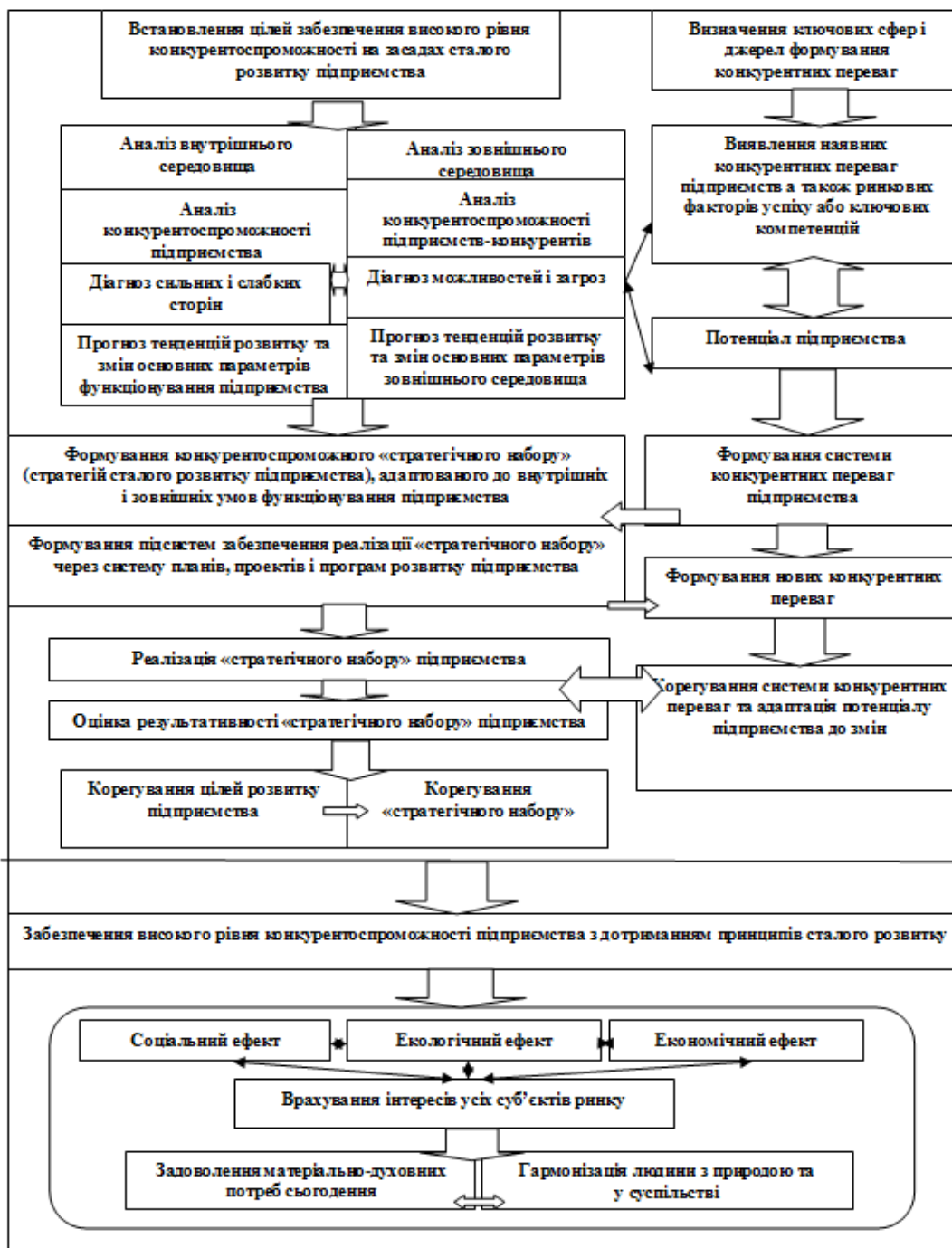


Рис. 1. Модель системи стратегічного забезпечення управління конкурентоспроможністю підприємства

Одним із напрямків удосконалення системи управління є об'єктно-цільовий підхід із закінченим циклом управління при визначенні організаційної структури, нових прав і обов'язків працівників, а також міри відповідальності за свої посадові функції керівників і фахівців різних рівнів.

Цільова об'єктно-функціональна структура апарату управління дозволить компетентно, комплексно, компактно і своєчасно здійснювати процеси управління, як це і потрібно при ринковій економіці. Цільовими об'єктами управління є ресурси: матеріальні, трудові, фінансові, а також основні засоби виробництва, готова продукція та інші активи. Увесь процес управління тим чи іншим ресурсом розглядається як одне ціле, в рамках якого діють

взаємозалежні інформаційні потоки, що проходять через усі функції управління (планування, облік, контроль тощо) [3, с. 15].

Одним із напрямів покращення системи стратегічного управління є організація системи автоматизації збору й оброблення економічної інформації, що покращує побудову раціональної структури управління підприємством та поліпшеному його застосуванню у цілях виробництва.

Ця система сприяє створенню умов для збільшення управлінської культури та звільняє фахівців і різних працівників від ручної роботи по збору й редагуванню інформації, покращує якість управлінських рішень і зменшує термін їх затвердження.

Стратегічне управління на підприємстві здійснюється за допомогою системи методів стратегічного управління. Отже, стратегія удосконалення системи управління конкурентоспроможністю зосереджується на:

- цілях розвитку і порядку удосконалення комплексної системи управління підприємством і його складовими частинами для забезпечення ефективних рішень і взаємного погодження інформаційних потоків і процесів прийняття рішень, а також організаційних, кадрових і технічних рішень;

- впровадження сучасних засобів і методів керування в межах вибраної комплексної концепції системи керування (інтегроване керування автоматизованим процесом виробництва);

- удосконалення організаційних структур керування підприємством, головним чином шляхом використання сучасних гнучких форм (адаптивні, програмно-цільові та інші структури);

- покращення інформаційної системи для керування підприємством з метою покращення якості інформаційного масиву і розширення можливостей його швидкого використання;

- використання засобів автоматизації і обчислювальної техніки для вдосконалення техніко-економічного рівня і якості виробництва (роботизація, гнучкі виробничі ділянки);

- використання світового досвіду, а також співпраця з іноземними партнерами для забезпечення необхідного рівня розвитку системи управління.

Своєчасний та динамічний процес стратегічного управління підприємства є тим дахом, під яким підприємство може впевнено рухатись до поставленої мети, незважаючи на несприятливі впливи навколишнього середовища.

Реалізація програми підвищення конкурентоспроможності продукції має включати сукупність організаційних, науково-технічних, екологічних, інвестиційних, управлінських та інших рішень, пов'язаних між собою єдиною метою. Для досягнення позитивного результату керівництво повинно забезпечити зростання якісного рівня продукції та максимальне задоволення вимог іноземних споживачів при одночасній мінімізації витрат на її виготовлення й реалізацію. З цією метою необхідно розробити комплекс заходів з удосконалення організації виробництва, звернувши особливу увагу на оновлення й модернізацію основного технічного парку підприємства, раціоналізацію та стимулювання ефективності виробництва, створення системи мотивації управління персоналом.

Кожне підприємство має власний імідж, який впливає на його статус на зовнішньому ринку. Яким він буде: сильним, прозорим та винятковим або хаотичним, непевним і фрагментарним – цілком залежатиме від уміння менеджера застосувати цей не завжди використовуваний ресурс.

Починається цей процес із опрацювання стратегії комунікацій, тобто серед багатьох засобів комунікаційної політики обираються саме ті, які, на думку фахівців відповідної галузі, сприятимуть привертанню уваги потенційних споживачів продукції, що випускає підприємство. На основі обраної комунікаційної стратегії визначається стратегія маркетингу, яку буде сповідати підприємство залежно від сфери своєї діяльності, товарного асортименту, частки зовнішнього ринку, якою воно вже володіє чи сподівається оволодіти. Наступним кроком буде формування маркетингової концепції управління підприємством залежно від

обраної мети та напрямків розвитку. І, нарешті, визначальним фактором у становленні позитивного іміджу підприємства на зовнішньому ринку виступає розробка майбутнього образу підприємства, в якому вирішальну роль відіграє такий засіб, як зв'язки із громадськістю [1, с. 189].

Слід зазначити, що секрет успіху далеко не в кількості появ рекламних матеріалів у газетах, на радіо і телебаченні, а в правильності концепції розвитку суспільних зв'язків. Якою б непередбаченою не була реакція громадськості в період реформування вигляду підприємства на зовнішньому ринку, вся система обов'язково повинна підпорядковуватися єдиній концепції логіки.

Імідж дає підприємству вагому перевагу, це допомагає тоді, коли підприємство не дуже відрізняється від конкурентів. Найбільше використовують свій імідж підприємства харчування, через високу конкуренцію в цій галузі з закордонною та вітчизняною продукцією.

Висновки. Підвищити конкурентоспроможність у зовнішньому середовищі підприємство може за допомогою безлічі факторів, найвагоміші з них: покращення якості продукції, зниження її ціни, випуск нового асортименту, формування та збереження іміджу підприємства. Всі ці заходи допоможуть підприємству ефективно конкурувати на зовнішньому ринку.

Враховуючи попит на продукцію та можливості підприємства, отримані результати проведених досліджень можуть бути застосовані керівництвом підприємства для оптимізації стратегічної управлінської системи, що дозволить повноцінно реалізувати конкурентні переваги та підвищити загальну фінансову стійкість підприємства.

Список використаних джерел

1. Довгань Л. Є. Стратегічне управління : навч. посіб. / Л. Є. Довгань, Ю. В. Каракай, Л. П. Артеменко. – К. : Центр учб. л-ри, 2009. – 440 с.
 2. Катькало В. С. Эволюция теории стратегического управления : монография / В. С. Катькало ; С.-Петербур. гос. ун-т, Факультет менеджмента. – СПб : Изд. дом С.-Петербур. гос. ун-та, 2006. – 548 с.
 3. Клейнер Г. Б. Стратегический менеджмент: актуальные проблемы и новые направления / Г. Б. Клейнер // Проблемы теории и практики управления. – 2009. – № 1. – С. 15-22.
 4. Мінцберг Г. Зліт і падіння стратегічного планування / Г. Мінцберг. – К. : Вид. О. Капусти (Підрозділ агенції «Стандарт»), 2008. – 389 с.
-