

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ В КОНТЕКСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Божидай І.І., асп.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Смачило В.В.**
Харківський національний університет будівництва та архітектури

Сучасний етап розвитку економіки характеризується посиленням конкуренції на ринку, швидкими темпами змін у зовнішньому середовищі, інформатизацією суспільства, факторами глобалізації та кризовими явищами. За цих умов значно підвищується роль стратегічного управління підприємством. У зв'язку з цим постають питання щодо удосконалення методології процесу розробки стратегії, на різних рівнях управління.

Процес формування конкурентної стратегії доцільно відобразити як сукупність послідовних та взаємопов'язаних блоків: цілевизначення, аналітичного, прогнозного та планового, що включають проміжний контроль, оцінку та можливість коригування.

Блок цілевизначення формує цілі підприємства, що мають бути досягнуті в процесі розробки та реалізації конкурентної стратегії. Сформовані цілі повинні відповідати наступним вимогам: бути узгодженими з місією підприємства та загальнокорпоративними цілями, реальними, досяжними, мати часові рамки.

В аналітичному блоці повинні бути відображені вхідні потоки внутрішньої і зовнішньої інформації та проведений ретроспективний аналіз. У якості вихідної інформації – визначені конкурентні переваги, конкурентна позиція підприємства, що є основою для розробки конкурентної стратегії.

Прогнозний блок складається на основі даних, що були отримані на попередньому етапі. За допомогою економіко-математичного модулювання на даному етапі розробляються прогнози щодо майбутнього стану галузі, конкурентної позиції підприємства, конкурентів, їх поведінки, споживчих уподобань, власної бажаної конкурентної позиції тощо.

Плановий блок будується на основі прогнозів та визначає заходи і перелік дій підприємства щодо покращення своєї конкурентної позиції або підвищення ефективності діяльності.