**Н.І. Кропівцова,** доц. *(ХДУХТ, Харків)*

## СУТНІСТЬ ТА ОСНОВНІ АСПЕКТИ ВИБОРУ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

В контексті дослідження ефективності управління підприємством зростає актуальність розуміння питания конкурентної стратегії підприємства. Як відомо, стратегія необхідна підприємствам для того, щоб управляти процесом досягнення раніше поставлених целей.

Загальна стратегия підприємства розробляється на підставі певного досвіду, а також планов, що формуються спеціалістами для здійснення принципово нових і сміливих кроків.

Конкурентна стратегія є базою, на основі якої компания спроможна зберігати і збільшувати свою конкурентоздатність в довгостроковій перспективі.

На сучасному етапі роз витку підприємств виключно важливим стає здійснення такого управління, яке забезпечує адаптацию фірми до швидкозмінних умов ведения бізнесу. Поява нових прогресивних можливостей для бизнесу, що відкриваються завдяки досягненням науки і техники, прискоренням змін у навколишньому середовищі, роз виток інформаційних мереж, що роблять можливим блискавичне поширення та отримання інформації. Широка доступность сучасних технологий, зміна ролі людских ресурсов, а також ряд інших, не манш важливих, причин призвели до резкого зростання значения стратегічного управління.

Під стратегією організації розуміється розробка та визначення цілей і завдань організації, що знайшли конкретне вираження в річних і перспективних планах, що дозволяють передбачити і зафіксувати майбутній стан організації в поточний момент часу. Чітко розроблена стратегія забезпечує організації гнучкість в управлінні, здатність і вміння швидко змінюватись, не втративши нових можливостей, що відкриваються на ринку.

Чітко і гнучко реагуючи на зміни в оточуючому діловому середовищі, підприємства постійно переглядають свої стратегії, вносять в них необхідні корективи.

Кожне підприємство унікальне і його поведінка на ринку характеризується визначеною, тільки йому властивою комбінацією стратегічних ідей.

Окремі автори рекомендують розглядати стратегію «як філософію, якою повинна керуватися організація»; організаційно-

управлінську, яка визначає стратегію як певний шаблон логічної і послідовної поведінки, що складається на підприємстві свідомо, або стихійно, і як найголовніший елемент самовизначення на ринку у швидкозмінних умовах зовнішнього середовища.

Стратегія є способом встановлення взаємодії підприємства із зовнішнім середовищем, а тому формується на основі дуже узагальненої неповної та недостатньо точної інформації та постійно уточнюється в процесі діяльності. Багатоцільовий характер діяльності підприємства має складну внутрішню структуру, а тому слід формувати системи стратегій у вигляді «стратегічного набору», що є основою для розробки стратегічних планів, які є системною характеристикою усіх напрямків розвитку підприємства. Кожен процес або явище можуть давати лише ті, що є в їхньому потенціалі, а тому стратегія зовнішньоекономічної діяльності є багатогранною та має здійснюватись на вищому рівні управління підприємством.. Зокрема, на стадії ухвалення рішення – необхідно оцінити альтернативні шляхи міжнародної підприємницької діяльності підприємства і вибрати оптимальні варіанти для досягнення поставлених цілей.

Вибір конкурентної стратегії здійснюється керівництвом на основі аналізу ключових факторів, що характеризують стан підприємства, з урахуванням характеру і сутності реалізованих стратегій. Сильні сторони підприємства найчастіше можуть відігравати вирішальну роль при виборі стратегії росту підприємства. Слабкі підприємства, які здійснюють міжнародну підприємницьку діяльність повинні вибирати ті стратегії, що можуть привести до збільшення їхньої сили.

Підхід до вибору ефективної стратегії відкриває різні можливості, тому, кожне підприємство може зіштовхнутися з великою кількістю альтернативних стратегій. Саме потенціал підприємства, його сильні та слабкі сторони визначають можливість його успішного функціонування на міжнародному ринку. Конкурентна стратегія вибирається із наявної для поточного періоду комбінації фактора, а основна увага зосереджується на вдосконаленні механізму адаптації до існуючої ситуації в ринковому конкурентному середовищі. Крім того, формування конкурентної стратегії є процесом, де збігаються інтелектуальні. Інтуїтивні та раціоналістичні прийоми, які дають змогу поєднати формальний і неформальний аспекти управління для забезпечення впорядкованості заходів щодо реалізації стратегій й досягнення поставлених цілей.