

патерном у цьому випадку розумітимемо фіксовану закономірність у впливах чинника, яка повторюється, наприклад: довгострокові циклічні коливання у фінансово-економічній системі країни, певні ритми роботи підприємства, зміна стандартів управління якістю продукції тощо. Незважаючи на неочевидність або прихований у більшості випадків характер патернів, вони мають істотний вплив на ефективність функціонування підприємства і його конкурентоспроможність, надаючи можливість формалізації безлічі впливів середовища для ефективного управління якістю продукції в сучасних умовах.

**Науковий керівник: А.О. Зайнчковський, д-р екон. наук**

## **СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

**Н.С. Беляєва, асп.**

*Київський національний університет технологій  
та дизайну, м. Київ, Україна*

Конкурентоспроможність підприємства в сучасному світі — запорука його успіху, прибутковості і процвітання. Зростаючий чинник конкуренції передбачає постійну боротьбу суб'єктів економіки за поліпшення своїх економічних позицій.

Управління конкурентоспроможністю підприємства зводиться до формування конкурентних переваг у всіх сферах діяльності підприємства, але не окремими блоками впливу, а комплексним, цілеспрямованим вирішенням завдань з управління конкурентоспроможністю підприємства.

Процес управління конкурентоспроможністю, як і управління будь-яким іншим об'єктом, носить циклічний, відносно замкнутий характер. Цей процес починається з постановки мети, завдань і закінчується виконанням цих завдань, тобто досягненням певного результату. На основі отриманої інформації про результати (досягнення або недосягнення мети) конкретизуються й уточнюються раніше поставлені завдання, ставляться нові, можливо, висувається нова мета, і цикл починається спочатку.

Зміст управління конкурентоспроможністю підприємства як наукової категорії проявляється в реалізації внутрішніх взаємозв'язків [1, с. 106], один з яких передбачає виділення трьох рівнів управління конкурентоспроможністю: стратегічного, тактичного та поточного (оперативного) управління.

Стратегічне управління здійснюється на рівні вищого керівництва підприємства і орієнтується на довгострокові (від трьох років і більше) перспективи розвитку. Стратегічною метою управління конкурентоспроможністю підприємства є формування, підтримання та розвиток стратегічної конкурентної переваги.

Конкурентна перевага організації може бути визнана стратегічною конкурентною перевагою, якщо вона є глобальною, тобто стійкою в часі і привертає широку і постійну увагу з боку зовнішнього оточення підприємства [2, с. 198]. Показником, що характеризує результат стратегічного управління, є показник стратегічного успіху чи неуспіху діяльності організації на ринку (зростання або падіння його ринкової частки).

В стратегічному управлінні найчастіше конкурентоспроможність розглядається в двох аспектах:

1) конкурентоспроможність товару (продукції), тобто ступінь його відповідності на певний момент вимогам цільових груп споживачів або обраного ринку за найважливішими характеристиками: технічними, економічними, екологічними тощо.

2) конкурентоспроможність підприємства — це рівень його компетенції відносно інших підприємств-конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу певної спрямованості, а також його окремих складових: технології, ресурсів, менеджменту (особливо — стратегічного поточного планування), навичок і знань персоналу тощо, що знаходить своє відображення в таких результатуючих показниках, як якість продукції, прибутковість, продуктивність тощо.

Загалом, у розвитку методології стратегічного управління виділяють кілька етапів:

– управління з урахуванням контролю над виконанням, у якому реакція організацій зміни з'являється після виконання подій. Це реактивна адаптація, що найбільш природна в організацію, але потребує багато часу на усвідомлення неминучості змін, вироблення нової стратегії і адаптацію до неї системи. За умов наростання темпів змін це неприйнятно;

– управління з урахуванням екстраполяції, коли темп змін пришвидшується, але майбутнє ще можна пророкувати шляхом екстраполяції минулих тенденцій (довготривале планування);

– управління з урахуванням передбачення змін, коли почали з'являтися несподівані явища і темп змін прискорився, проте настільки, щоб не міг вчасно передбачити майбутні тенденції і побачити реакцію ними шляхом вироблення відповідної стратегії (стратегічне планування);

– управління з урахуванням гнучких екстрених рішень, яке складається у час, за умов, коли багато питань завдання виникають настільки стрімко, що й неможливо вчасно передбачити (стратегічне управління реальному масштабі часу).

Таким чином, виникнення і практичне використання методології стратегічного управління викликані об'єктивними причинами, що впливають з характеру змін, насамперед, у зовнішньому середовищі організації. Суть стратегічного управління у тому, що, з одного боку, існує чітко організоване комплексне стратегічне планування, з іншого — структура управління організацією відповідає «формальному» стратегічному плануванню.

## ЛІТЕРАТУРА

1. *Дафт Р.* Менеджмент / Р. Дафт; [пер. с англ. под ред. С.К. Мордовина]. — [8-е изд.]. — СПб.: Питер, 2010. — 800 с.

2. *Павлова В.А.* Конкурентоспроможність підприємства: оцінка і стратегія забезпечення: [монографія] / В.А. Павлова. — Д.: Вид-во ДУЕП, 2006. — 276 с.

## МАТРИЦІ ФІНАНСОВИХ СТРАТЕГІЙ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО ФІНАНСОВОГО АНАЛІЗУ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

**В.А. Гросул, д-р екон. наук,**

**Т.С. Колеснік, асп.**

*Харківський державний університет харчування  
та торгівлі, м. Харків, Україна*

Формування стратегії підприємства є одним із ключових питань стратегічного управління. У теорії менеджменту існують різні методологічні підходи до процесу розробки стратегій [1; 2 та ін.]. Автори неоднаково підходять до