Використана література:
1. Саати Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий / Т. Саати; [пер. с англ.]. – М.: Радио и связь, 1993. – 320 с.

Конкурентна стратегія підприємства: сутність та вимоги до формування

Сумець О. М., *д.е.н., професор кафедри менеджменту і адміністрування Національного фармацевтичного університету*
Приходько А.*, магістрант кафедри менеджменту і адміністрування НФаУ*
Кот О., *здобувач освіти першого рівня (бакалаврського) 3 курсу спеціальності «менеджмент» кафедри менеджменту і адміністрування НФаУ*
Шостак С., *здобувач освіти першого рівня (бакалаврського) 3 курсу спеціальності «менеджмент» кафедри менеджменту і адміністрування, НФаУ*

Фахово розроблена конкурентна стратегія є підставою для формування відповідей на такі вкрай важливі для підприємства питання:

– як вести конкурентну боротьбу?;
– як розподілити найефективніше обмежені ресурси;
– в якій галузі або на яких ринках повинне функціонувати підприємство саме на цей момент часу?

Конкурентна стратегія як план дій підприємства в ринковій ситуації окреслює конкретні рамки, які надають можливість оцінити і виявити зміни внутрішніх і зовнішніх умов розвитку останнього і зумовлені цими змінами потреби в удосконаленні процесу господарювання.

Формування «потужної» конкурентної стратегії є важливою справою для підприємства. Тому його менеджмент повинен підійти зважено до процесу її створення з урахуванням чисельної кількості внутрішніх і зовнішніх чинників ринкового середовища, оскільки формує пріоритет підприємства на його відносно довгострокову перспективу конкурентоспроможності.

Питання конкурентних стратегій досить широко досліджувалося іноземними та вітчизняними науковцями, зокрема такими вченими, як М. Портером [1], І. Ансоффом [2], Ю. Івановим [3], А. А. Томпсоном і А. Дж. Стріклендом [4], М. Наєнко [5], З. Шершньовою [6], Н. Треньовим [7] та ін.

Розуміння і трактування терміну «конкурента стратегія» у дослідників різне. Так, Ю. Іванов її трактує у такий спосіб: «… це ретельно розроблена програма заходів, які мають бути реалізовані організацією, з метою досягнення вигідної конкурентної позиції на ринку та адаптації організації до змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі» [3]. Своєю чергою, М. Портер вважає, що «конкурентна стратегія спрямована на те, щоб зайняти стійку і вигідну позицію, яка надасть змогу організації протистояти натиску тих сил, які визначають конкурентну боротьбу в галузі» [1].

Відомий американський вчений Ігор Ансофф вказує, що конкурентна стратегія концентрується на діях та підходах, які пов’язанні із управлінням та спрямовані на забезпечення успішної діяльності в одній специфічній сфері бізнесу (стратегічній зоні) [2]. З. Шершньова стверджує що конкурентна стратегія «…це ділова стратегія організації, основою якої є стійка конкурентна перевага» [6]. А. А. Томпсон і А. Дж. Стрікленд схиляються до думки, що конкурентна стратегія – це «…розробка

управлінських рішень, які спрямовані на встановлення і зміцнення довгострокової конкурентної позиції підприємства в конкретній галузі» [4]. Н. Треньов дотримується тієї думки, що конкурентна стратегія – це «…стратегія конкурентної боротьби за кожною складовою портфелю бізнесів у різних видах діяльності» [7].

Проблема формування конкурентної стратегії полягає в тому, що комплексного бачення процесу розробки та реалізації стратегії на цей момент часу дослідниками приділено недостатньо уваги, що і потребує більш глибокого вивчення. Це обумовлюється тим, що кожен науковець пропонує власне розуміння процесу формування конкурентної стратегії, представляє власне бачення класифікації стратегій, методичного інструментарію аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища, вибору оптимальної стратегічної альтернативи, акцентуючи увагу на тому чи іншому етапі розробки стратегії.

Доцільно звернути увагу на те, що розробка та вибір практичної стратегії для реалізації процесу формування конкурентоспроможності підприємства повинні опиратися на результати діагностики його фінансового стану та привабливості для споживачів. Однак на теперішній час виникає ряд проблем. Однією із головних проблем є встановлення зв’язку конкурентоспроможності підприємства та інструментів її досягнення. Також варто звернути увагу і на той момент, що дослідниками не надана форма вибору конкурентної стратегії, яка націлена на конкретну галузь для досягнення тривалих конкурентних позицій. Бракує також і рекомендацій для посилення конкурентоспроможності щодо знаходження конкурентних переваг для підприємства.

У процесі формування конкурентної стратегії слід враховувати, що остання націлена на виконання таки завдань:

1) не завищувати свої переваги і не занижувати стратегічні переваги конкурентів і бути помірно ризикованою;

2) реалізовувати в собі досягнення в галузі управління, економіки, техніки тай інших наук;

3) сполучати в собі економічні, екологічні, технічні, управлінські та інші погляди об'єкта керівництва);

4) тримати курс на досягнення стратегічних цілей, які задовольнять інтереси підприємства;

5) зосереджувати конкурентні переваги управління, досвід, знання, вміння всього колективу;

6) рахуватися з багатьма варіантами стратегічних ситуацій, бути гнучкою.

Дотримання принципів розробки стратегії дозволить топ-менеджменту підприємства забезпечити високу гнучкість та конкурентоспроможність, створити дієвий спосіб виконання цілей підприємства, які потрібні в теперішніх умовах ринку.

У висновку слід зазначити, що завдяки конкурентній стратегії підприємство буде підвищувати рівень конкурентоспроможності, забезпечувати свій подальший розвиток на ринку, створювати власні конкурентні переваги, реалізовувати поставлені цілі.

Використана література:

1. Портер М. Конкурентна стратегія: методика аналізу галузі й конкурентів; пер. с англ. – М.: Альпіна Бізнес Букс, 2005. – 234 с.

2. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф; пер. с англ.; под ред. Л. И. Евенко. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.

3. Іванов Ю. Б. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства: Монографія / Ю. Б. Іванов та ін.; за заг. ред. Ю .Б. Іванова. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006. – 383 с.

4. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд; 17-е изд.; пер. с англ. – М.: ИД «Вильямс», 2007. – 928 с.

5. Саєнко М. Г. Стратегія підприємства: підручник / М. Г. Саєнко. – Тернопіль: «Економічна думка», 2006. – 390 с.

6. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: підручник / З. Є. Шершньова. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с.

7. Тренев Н. Н. Стратегическое управление: учеб. пособие / Н. Н. Тренев. – М.: ПРИОР, 2000. – 282 с.

Стратегічні напрями розвитку фінансового сектору України

***Торяник Ж. І.**, к.е.н., доцент кафедри*
менеджменту та соціально-гуманітарних дисциплін
ХННІ ДВНЗ «Університет банківської справи»
zhannator17@gmail.com

Комплексною програмою розвитку фінансового сектору України до 2020 року розпочато всеосяжне реформування фінансової системи України. У межах реалізації програми реформ пройдено стадії очищення та перезавантаження банківського ринку, проведено заходи із запровадження міжнародних стандартів діяльності на ринках небанківських фінансових послуг та цінних паперів. Завершуючи роботу над реалізацією Комплексної програми та з метою подальшого розвитку фінансового сектору України міжвідомча робоча група у складі представників Національного банку, Секретаріату Кабінету Міністрів, Міністерства фінансів, Фонду гарантування вкладів фізичних осіб, Національної комісії з цінних паперів і фондового ринку, Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг, у проекті Стратегії розвитку фінансового сектору України до 2025 року визначила такі пріоритетні напрями розвитку фінансового сектору: зміцнення фінансової стабільності; сприяння макроекономічному розвитку та зростанню економіки; розвиток фінансових ринків; розширення фінансової інклюзії; впровадження інновацій у фінансовому секторі [1].

Однією зі стратегічних цілей Національного банку України, а також одним із пріоритетних завдань реформування фінансового сектору в межах Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом є розширення фінансової інклюзії, яка нерозривно пов’язана з фінансовою грамотністю та захистом прав споживачів фінансових послуг при наданні цифрових фінансових та квазіфінансових послуг, P2P та P2B кредитування, краудфандингу, застосування блокчейну, машинного навчання, нових стандартів кібербезпеки тощо.

Фінансова інклюзія означає, що громадяни і бізнес мають доступ до фінансових продуктів і сервісів, незалежно від доходу, віку, місця проживання чи виду діяльності. У сучасному світі фінансова інклюзія розглядається як один із найважливіших драйверів економічного розвитку.

Сьогодні провідні країни світу, зокрема США, Великобританія, Канада, Нідерланди, Австралія, Нова Зеландія, спрямовують багато зусиль на підвищення