УДК 338.2

07 Управління та адміністрування

Тарас Дмитрик

магістр кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування,

Ірина Боришкевич

к.е.н., доцент кафедри менеджменту в інформаційних технологіях,

Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника,

м. Івано-Франківськ, Україна

ВПЛИВ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ КОМПАНІЇ

Сучасні економічні умови змушують компанії активно шукати способи стимулювання свого розвитку, щоб забезпечити їм високий рівень конкурентоспроможності. Одним із таких інструментів є використання стратегічного управління у процесі розвитку бізнесу, оскільки успішна реалізація даного процесу дозволяє зберігати або підвищувати конкурентну позицію компанії на ринку. Конкурентоспроможність компанії передбачає її спроможність підтримувати чи розширювати своє позиціонування на ринку і впливати на ситуацію на ньому шляхом надання якісної продукції чи послуг, що відповідають конкретним потребам споживачів.

Як зазначають С. М. Савченко та В. Г. Нікітін, «стратегічне управління є складною системою взаємопов’язаних структурних елементів в межах стратегічного планування й реалізації механізмів, що спрямовані на підвищення рівня фінансово-економічної продуктивності діяльності компанії» [1]. Мета стратегічного управління компанією повинна відповідати загальній місії, баченню компанії та її стратегічним напрямкам розвитку.

Серед ключових функцій стратегічного управління, що забезпечують підвищення рівня конкурентоспроможності компанії, слід виокремити наступні:

1) планова функція, що передбачає формування стратегій, які спрямовані на забезпечення необхідного рівня економічної стійкості у довгостроковій перспективі та уникнення ризиків її зниження під впливом негативних факторів внутрішнього та зовнішнього середовища;

2) організаційна функція, що полягає в оптимізації організаційної структури управління економічною стійкістю компанії та полягає у підвищенні ефективності виконання завдань структурними підрозділами й раціональному розподілі обов'язків між учасниками управлінського процесу, що спрямований на забезпечення економічної стабільності компанії;

3) аналітична функція передбачає аналіз економічної стійкості та конкурентоспроможності компанії, оцінку впливу внутрішніх та зовнішніх факторів на їх рівень, а також виявлення можливостей для нарощення конкурентних переваг та прогнозування діяльності на майбутні періоди;

4) контролююча функція забезпечує контроль ефективності реалізації стратегічних рішень в системі управління конкурентоспроможністю компанії, контроль виконання планових показників та її складових елементів;

5) регулююча функція, що передбачає моніторинг результативності впровадження стратегічних рішень у системі управління конкурентоспроможністю компанії, а також контроль за досягненням запланованих показників щодо її рівня [2, с. 32].

Управління конкурентоспроможністю компанії є ключовим напрямком організаційного менеджменту, оскільки пояснює її спроможність існувати та функціонувати на ринку. Даний процес передбачає дотримання усіх функцій управління, а саме: планування, організації, мотивації, контролю й регулювання. Окрім того, керівництву компанії слід також враховувати традиційні підходи до управління та дотримуватись принципів управління, зокрема науковості, комплексності, безперервності, оптимальності, ефективності, гнучкості тощо.

Відомий американський оглядач глобального бізнесу Дж. Манзелла виокремив п'ять основних стратегій, що дають змогу підвищити рівень

конкурентоспроможності компанії [3]:

1) приваблення та утримання необхідних талантів, оскільки висококваліфіковані працівники здатні критично мислити, вирішувати складні аналітичні завдання та працювати з інноваціями;

2) максимальна сфокусованість на бажаннях клієнтів;

3) зосередження на основних компетенціях компанії, що дає змогу краще сконцентруватись на основному продукті (послузі) та делегувати несуттєві функції іншим бізнесам;

4) зниження витрат через постійне вдосконалення процесів, оптимізацію роботи та сприяння більшій комунікації й координації між усіма структурними підрозділами компанії;

5) вихід на міжнародні ринки через експорт або інвестиції. Створення стратегічних партнерств може бути ефективною стратегією для розуміння потреб ринку та споживчих тенденцій.

Таким чином, ефективне стратегічне управління допомагає компанії вирішувати важливі питання, такі як напрямки розвитку та вибір оптимальних стратегій, що відповідають ринковим умовам, тим самим підвищуючи її конкурентоспроможність. Ефективне стратегічне управління дозволяє компанії адаптуватись до змін у середовищі, інноваційно підходити до вирішення проблем та використовувати свої ресурси з максимальною ефективністю.

Література

1. Савченко С. М., Нікітін В. Г. Сутність та принципи стратегічного управління ефективністю діяльності підприємства. *Ефективна економіка.* 2021. № 2. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2021/94.pdf (дата звернення: 25.05.2024).

2. Гринько Т. В., Гвініашвілі Т. З., Алещенко В. І. Стратегічне управління як елемент організаційно-економічного механізму забезпечення економічної стійкості підприємства. *Економіка та держава.* 2021. № 12. С. 30-34.

3. John Manzella. Five Essential Strategies To Enhance Competitiveness. URL: http://www.manzellareport.com/index.php/strategies-section/826-five-essential-strategies-to-enhance-competitiveness (дата звернення: 25.05.2024).