**Чечетова-Терашвілі Тетяна Михайлівна. Формування сталої конкурентної позиції підприємства : дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / Харківський національний економічний ун-т. — Х., 2006. — 266арк. : табл., рис. — Бібліогр.: арк. 185-204**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | **Чечетова-Терашвілі Т. М. Формування сталої конкурентної позиції підприємства. - Рукопис.**  Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.01 – економіка, організація і управління підприємствами. - Харківський національний економічний університет, Харків, 2006.  Дисертацію присвячено комплексу питань, пов’язаних із узагальненням і розвитком теоретичних і методичних підходів, а також розробленням практичних рекомендацій щодо формування сталої конкурентної позиції підприємства з урахуванням мінливого стану зовнішнього середовища.  У роботі на основі узагальнення літературних джерел проаналізовано сутність і уточнено визначення понять «конкуренція», «конкурентоспроможність» та «конкурентна позиція підприємства». Визначено сталу конкурентну позицію підприємства на основні принципів його позиціонування. Дисертація містить аналіз впливу конкурентного середовища підприємства на його ринкову позицію, який включає його моніторинг, аналіз діяльності основних конкурентів на основі матриці групового ранжування підприємств та впливу факторів зовнішнього середовища. Проведено діагностику відповідності конкурентної стратегії стану зовнішнього середовища підприємства за допомогою факторного, таксономічного та експертного аналізу. Розроблено метод обгрунтування коригування конкурентної стратегії в залежності від зміни зовнішнього середовища. | |
| |  | | --- | | У результаті проведеного дослідження вирішено важливе науково-практичне завдання щодо узагальнення і розвитку теоретичних і методичних підходів, а також розроблення практичних рекомендацій з формування сталої конкурентної позиції підприємства з урахуванням стану зовнішнього середовища.  1. Дослідження поглядів вітчизняних і закордонних вчених щодо категорій «конкуренція» та «конкурентоспроможність» виявило, що саме вони визначають конкурентну позицію підприємства, яка певною мірою характеризує положення підприємства у конкурентному середовищі відносно підприємств-конкурентів, і сталу конкурентну позицію, тобто можливість підтримувати підприємством досягнутої конкурентної позиції та ефективне адаптування до змін у зовнішньому середовищі, на які підприємство не може впливати.  2. Формування сталої конкурентної позиції підприємства здійснюється за результатами постійного його позиціонування на ринку, що є процесом визначення та оцінки його позиції, в основу якого покладено принципи: системності, об'єктивності, динамічності, оптимальності, безперервності, наукової й методичної обґрунтованості, конструктивності, наслідування, альтернативності, зворотного зв'язку, гнучкості.  3. При ухваленні стратегічних рішень щодо вибору відповідної конкурентної стратегії, оцінку конкурентної позиції підприємства слід здійснювати на основі застосування матричних методів. Стратегічне позиціонування підприємств доцільно виконувати за допомогою запропонованої в роботі динамічної матриці групового ранжування, в основу якої покладено показники темпів зростання рівня конкурентоспроможності і частки ринку підприємств, що аналізуються.  4. Вибір та коригування конкурентної стратегії для формування сталої конкурентної позиції здійснюється з урахуванням результатів аналізу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища. Зовнішнє середовище є нестабільним, і можливості впливу підприємства на нього обмежені. На основі системного підходу та аналізу існуючих фундаментальних наукових розробок різних авторів вдосконалено методичний підхід до обґрунтування індивідуального для кожного підприємства набору зовнішніх факторів та оцінки їх впливу на сталу конкурентну позицію підприємства.  5. Одним з механізмів забезпечення сталої конкурентної позиції підприємства має стати аналіз діяльності основних конкурентів, який являє собою спеціально організоване систематичне й безперервне спостереження за діяльністю конкурентів, визначення границь, у межах яких можливо стратегічне просування конкурентів, а також оцінку їх стратегічного потенціалу. Запропонована послідовність аналізу основних конкурентів базується на використанні динамічної матриці.  6. Ефективним методичним прийомом визначення конкурентних позицій підприємств, тенденцій й умов їх перебування в майбутньому конкурентному середовищі, який базується на вивченні, спостереженні за різними процесами в зовнішньому середовищі, є моніторинг. Запропонований методичний підхід до організації моніторингу конкурентного середовища та сформульовані принципи його реалізації, відрізняється новою послідовністю дій його процесу з застосуванням розробленої групи показників, на які впливає стан відповідних факторів зовнішнього середовища,  7. Вибір конкурентної стратегії підприємства базується на запропонованому методі її розробки та реалізації з урахуванням впливу нестабільності зовнішнього середовища. Вдосконалена методика діагностики відповідності конкурентної стратегії стану зовнішнього середовища передбачає виявлення латентних факторів, що характеризують ступінь змін у зовнішньому середовищі. За допомогою узагальнюючого інтегрального показника, розрахованого на основі узагальнюючих показників таксономічного аналізу мікросередовища та експертного аналізу макросередовища, приймається управлінське рішення щодо доцільності здійснення коригування діючої конкурентної стратегії підприємства. | |