

УДК 656.078:656.7:061.5(045)

Василенко В.А.

ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ АВІАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглядається стратегія управління конкурентоспроможністю авіаційного підприємства, як невід’ємна складова менеджменту компанії. Визначено загально-методичні підходи у дослідженнях процесу формування стратегії управління конкурентоспроможністю авіаційного підприємства з використанням порівняльного аналізу.

Ключові слова: стратегічне управління, конкурентоспроможність, організаційно-економічний механізм, управлінські рішення, партнерство.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Загальні питання та проблеми управління конкурентоспроможністю розкрито в працях М.Портера, Ж.-Ж. Ламбена, І.М. Кирчата, Н.П. Тарнавської та ін. Однак, у науковій літературі відсутній підхід щодо визначення поняття процесу формування стратегії управління конкурентоспроможністю авіаційного підприємства.

Метою статті є визначення процесу формування стратегії управління конкурентоспроможністю авіаційного підприємства та обґрунтування його структури.

Виклад основного матеріалу. Конкурентоспроможність підприємства – це здатність підприємства займати лідируюче положення на ринку завдяки своїй діяльності, ефективної та злагодженої роботі різних систем на основі грамотного виявлення і використання конкурентних переваг в порівнянні з конкурентами.

Сам по собі факт існування відмінностей дає дуже мало для розробки конкретних заходів щодо вдосконалення. Важливо визначити причини існування відмінностей в порівнюваних процесах. Для цього використовують метод прямого порівняння блок-схеми двох процесів, діаграму причин і результатів, діаграму спорідненості, аналіз корінних причин [3].

Для формування та реалізації механізму управління

конкурентоспроможністю авіаційного підприємства поставлені наступні цілі:

- 1) представити механізм управління конкурентоспроможністю авіаційного підприємства у вигляді, зрозумілим всім співробітникам;
- 2) чітко розділити відповідальність за виконання стратегії між учасниками;
- 3) створити механізм контролю, що дозволяє відстежувати виконання стратегії.

Коли перелік стратегічних цілей визначений, авіаційному підприємству необхідно побудувати карту стратегічних цілей діяльності.

Стратегічна конкурентоспроможність – це засіб реалізації місії авіаційного підприємства, що являє собою сукупність методів, способів, важелів та алгоритмів для встановлення довготермінових цілей, які комплексно охоплюють усі сфери діяльності авіаційних підприємства, враховують можливі майбутні зміни зовнішнього середовища, циклічність розвитку національної та світової економік, а також інтереси кожного з членів трудового колективу; окрім того, стратегія – довгостроковий план розвитку авіаційного підприємства, що являє собою сукупність цілей різних видів і рівнів, упорядкованих у єдину ієрархічну ранжировану систему, та механізмів їх досягнення.

Стратегія управління конкурентоспроможністю авіаційного підприємства – це програма дій, спрямованих на досягнення довготермінових конкурентних переваг підприємства, основана на принципах гнучкості й адаптивності до змін зовнішнього середовища, інноваційності, системності та ситуаційності.

Процес формування стратегії управління конкурентоспроможністю авіаційного підприємства поданий на рис. 1.

Управління конкурентоспроможністю здійснюється на рівнях авіаційного підприємства, групи авіаційних підприємств та державному рівні. На кожному з них вирішується низка завдань, які мають сприяти підвищенню рівня конкурентоспроможності національних авіаційних підприємств.

Стратегія управління конкурентоспроможністю авіаційного підприємства має бути направлена на збалансування економічних зв'язків між підприємствами-контрагентами, формування ефективного внутрішнього економічного механізму й системи менеджменту авіаційних підприємств. Процес управління конкурентоспроможністю має охоплювати всі сфери діяльності авіаційного підприємства з метою формування сталих конкурентних позицій на цільовому ринку та забезпечення стратегічної конкурентоспроможності.

Управління конкурентоспроможністю авіаційних підприємств можна розглядати у двох аспектах – внутрішньому та зовнішньому. Внутрішнє управління конкурентоспроможністю здійснюється на рівні авіаційного підприємства або групи авіаційних підприємств, зовнішнє – на національному рівні. При внутрішньому управлінні конкурентоспроможністю суб'єктами виступають керівники та менеджери різних рівнів авіаційного підприємства, а об'єктом – процеси планування, організації, мотивації, координації та контролю виробничо-збутової діяльності авіаційних підприємства.



Рисунок 1. – Модель процесу формування стратегії управління конкурентоспроможністю авіаційного підприємства

Складність процесу управління конкурентоспроможністю визначається кількістю підрозділів, ефективністю механізму їх поєднання, взаємодії, спеціалізації та кооперації, розгалуженістю організаційної структури управління.

У ринкових умовах важливе значення має постійне оновлення техніко-технологічної бази на інноваційній основі, що потребує додаткових капіталовкладень. Тому в даному контексті актуальності набуває управління фінансово-інвестиційною діяльністю авіаційного підприємства.

Ще однією важливою складовою системи управління конкурентоспроможністю авіаційних підприємства є операційний менеджмент, основою якого є управління незначним за обсягом та не тривалим за часом самостійний елементом технологічного процесу. Важливими складовими цієї підсистеми є сукупність оперативної документації, спеціалізація та кооперація виробництва, швидкість реагування на накази та розпорядження.

Висновки. Формування стратегії управління конкурентоспроможністю авіаційного підприємства є досить складним творчим процесом, що потребує високої кваліфікації менеджерів. Насамперед, формування стратегії базується на прогнозуванні окремих напрямів діяльності авіаційних підприємств, зокрема, кон'юнктури ринку в цілому та окремих його сегментів. Складність цього процесу зумовлюється також тим, що при формуванні стратегії йде розширений пошук та оцінка альтернативних варіантів стратегічних управлінських рішень, які найбільш повно відповідають місії авіаційного підприємства та завданням його розвитку. Певну складність формування стратегії управління конкурентоспроможністю становить те, що вона не є незмінною, а потребує періодичної корекції з урахуванням змін умов зовнішнього середовища та виникаючих нових можливостей для розвитку авіапідприємства.

Список використаних джерел

1. Кирчата І.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства в глобальному середовищі: монографія / І.М. Кирчата, Г.В. Поясник – Харківський національний автомобільно-дорожній ун-т. – Харків: ХНАДУ, 2009. – 160 с.

2. Ламбен, Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива [Текст]: пер. с фр. / Ж. –Ж. Ламбен – СПб.: Наука, 1996. – 589 с.

3. Решетнікова Т.П. Організаційно-економічні методи управління конкурентоспроможністю підприємства: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.01 / Т.П. Решетнікова. – Донецький нац. ун-т. – Донецьк, 2003. – 16 с.

4. Тарнавська Н.П. Управління конкурентоспроможністю суб'єктів господарювання на засадах інноваційного розвитку: автореф.

дис. д-ра екон. наук: 08.00.03 / Гарнавська Н.П. – Тернопільський нац. Економічний ун-т. – Тернопіль, 2009. – 40 с.

5. Porter, M. Competitive Advantage-Creating and Sustaining Superior Performance [Текст] / М. Porter, – The Free Press, 1985 – P. 557.