

Використані джерела

1. Давидова І. Технологія блокчейн: перспективи розвитку в Україні. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Chac_2017_26_10
2. Технологія блокчейну уже змінює світ фінансів. URL: https://msfz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/FZ001579
3. Перспективи використання технологій блокчейну у фінансовій сфері. URL: <http://khibs.ubs.edu.ua/wp-content/uploads/2018/04/%D0%94%D0%BE%D1%86%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE.pdf>
4. Закон про публічні електронні реєстри прийнято за основу. URL: <https://news.dtki.ua/state/laws-and-regulations/58658>
5. BitFury Group. Proof of stake versus proof of work. 2015. URL: <http://bitfury.com/content/4-whitepapersresearch/2-proof-of-stake-vs-proof-of-work/posvs-pow-1.0.2.pdf>

Валентина ГОРБАТЮК

аспірантка кафедри менеджменту
Одеського національного економічного університету

Інна КУЗНЕЦОВА

Науковий керівник – доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри менеджменту,
Одеський національний економічний університет

КОНКУРЕНТНА СТРАТЕГІЯ: СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ

Діяльність підприємства складається з багатьох взаємозв'язаних процесів. Першочерговим серед цих процесів є визначення цілей підприємства та обрання напрямків і способів діяльності, для їх досягнення, тобто розробка стратегії.

Загальновідомо, що універсальної стратегії, для розвитку різних підприємств не існує. Вчені А.Томпсон та А.Стрікленд для вузькопрофільних компаній пропонують розробляти піраміду стратегій, що складається з ділової (конкурентної), функціональних та операційних стратегій. [16, с.72].

Поняття конкурентної стратегії визначали низка вітчизняних та закордонних вчених: І.В. Суха, К.А. Лужинська, Ф. Котлер, Є.А.Бельтюков, О.С. Віханський, А.Томпсон, Є.П.Голубков, І.Ансофф, Г.Мінцберг, М. Портер та багато інших. Огляд наукових джерел дозволяє дійти висновку, що сьогодні немає однозначного підходу до встановлення сутності терміну «конкурентна стратегія». Ми систематизували існуючі визначення конкурентної стратегії та виділили три їх типи (табл. 1).

У рамках першого підходу, конкурентна стратегія направлена на створення стійкої позиції на ринку. За другим підходом конкурентна стратегія направлена на створення стійкої конкурентної переваги. Третя група визначає головною

Таблиця 1

Систематизація визначень терміну «конкурентна стратегія»

Автор	Характеристика підходу	Трактування
Ю.Іванов [3, с. 70]	Направлена на створення стійкої позиції на ринку	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
І.В. Суха [14, с. 8]		це комплекс розроблених заходів, які дають можливість утримувати і покращувати існуюче положення на ринку , розвиваючи заздалегідь визначені перспективні види продукції з метою розширення пропозиції, збільшення ринкової частки в певних сегментах
А.П. Лозенко [6, с. 5]		перелік заходів, спрямованих на переміщення підприємства з існуючої конкурентної позиції на порівняно кращу шляхом адаптації його до впливу зовнішніх конкурентних сил
А.М. Ніколаєва [8, с.7]	Направлена на створення стійкої конкурентної переваги	цілеспрямований комплекс послідовних дій і заходів, що базується на баченні майбутнього підприємства й амбіційних цілях, орієнтованих на досягнення, підтримку і посилення його конкурентних переваг з метою задоволення потреб споживачів та забезпечення домінування підприємства над конкурентами
М.Сасенко [13, с.234]		спосіб отримання стійких конкурентних переваг в кожній СОБ підприємства шляхом конкурентної боротьби, задоволення різноманітних і мінливих потреб покупців краще, ніж це роблять конкуренти
Г.Костюк І.Дубровська [5, с.1]		спосіб, через який підприємство отримує стійкі конкурентні переваги шляхом конкурентної боротьби та задоволення потреб споживачів краще, ніж конкуренти
К.А. Лужинська [7, с.158]		довгостроковий план дій, який обмежений у часі з розвитком сильних сторін .
Б.Карлоф [4, с.60]	Направлення на досягнення переваги над конкурентами	сукупність правил, якими керуються підрозділи компанії, для досягнення та підтримки конкурентоспроможності в відповідній галузі
І. Азоев [2, с.116]		основа конкурентної поведінки компанії на ринку, яка описує схему забезпечення переваги над конкурентами та формує стратегію управління підприємством
Н.Тренъов [16, с. 23]		стратегія конкурентної боротьби за кожною складовою портфелю бізнесів у різних видах діяльності

Примітка. Систематизовано автором

характеристикою конкурентної стратегії – досягнення переваги над конкурентами.

М.Портер досліджуючи конкурентне середовище з точки зору п'яти конкурентних сил, визначав конкурентну стратегію як «наступальні чи оборонні дії, спрямовані на створення стійкого становища в галузі, з метою успішного подолання п'яти чинників конкуренції» [11, с. 51]. У подальших роботах М. Портер зазначає, що «конкурентна стратегія визначає як кожен бізнес компанії може досягти конкурентної переваги на відповідному ринку» [10, с. 157]. Також, з точки зору Портера, «конкурентна стратегія полягає в тому, щоб відрізнятись від конкурентів» [9, с. 123].

Досліджуючи умови існування бізнесу в час інтернет-технологій, М.Портер вказує на те, що для стійкості компанії необхідна здібність визначити унікальну пропозицію та здібність стійкості до нових можливостей, які виникають, але від яких необхідно відмовитись для виконання обраної стратегії. З цієї точки зору, конкурентна стратегія визначається як напрямок діяльності, для створення та підтримки унікальної особливості товару чи сервісу компанії [1, с. 74].

Проаналізувавши генезис поняття «конкурентна стратегія» в роботах М.Портера, ми бачимо, що він аналізував конкурентну стратегію з точки зору всіх трьох виділених нами підходів. Останнє визначення враховує сучасні дослідження ресурсного підходу, та дослідження В.Прахалада та В.Рамасвами. В роботі «Майбутнє конкуренції» вони зазначають, про необхідність спільного творення споживчої цінності виробника та споживача [12, с.10].

Підеумовуючи результати проведеного нами критичного аналізу стосовно визначення конкурентної стратегії та виходячи з визначення стратегії, конкурентна стратегія – це напрямки і способи діяльності для формування конкурентних переваг підприємства на підставі надання унікальної цінності споживачу.

Використані джерела

1. Porter, M. E. 2001. Strategy and the internet. Harvard Business Review (March): С. 63-78
2. Азоев Г.Л., Челенков А.П. Конкурентные преимущества фирмы. – М.: ОАО"Типография "Новости", 2000. 255 с.
3. Иванов Ю.Б. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства : Монографія / Ю.Б. Иванов та ін.; За заг. ред. Ю.Б. Иванова ; ХНЕУ. Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006, 383 с.
4. Карлоф Б. Деловая стратегия: Пер. с англ. / Науч. ред. и авт. послесл. В. А. Приписное. – М. : Экономика, 1991. – 239 с
5. Костюк Г. В. Дослідження сучасних конкурентних стратегій / Г.В. Костюк, І.О. Дубровська. *Ефективна економіка*. 2015. № 11
6. Лозенко Андрій Павлович. Обґрунтування конкурентної стратегії підприємства : Дис. канд. наук: 08.06.02 – 2002.
7. Лужинська К.А. Конкурентна стратегія: сутність і основні характеристики. *Управління розвитком*. 2013. № 20. С. 158-161
8. Ніколаєва А.М. Формування стратегії досягнення конкурентних переваг підприємств

- м'ясної промисловості : автореф. днс... канд. екон. наук : 08.00.04 / А. М. Ніколаєва; Терноп. нац. екон. ун-т. Т., 2008. 20 с. – укр.
9. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость : [пер. с англ.] / М. Портер. Альпина Бизнес Букс, 2005. 715 с.
10. Портер М. Конкуренция / М. Портер // Пер. с англ. О.Л. Пелявского, М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. 608 с.
11. Портер М. Стратегія конкуренції: Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів / А. Олійник (пер. з англ.), Р. Скільський (пер. з англ.). К.: Основи, 1998. 390 с.
12. Рамасвами В., Прахалад К. Будущее конкуренции. Создание уникальной ценности вместе с потребителями. М.: Олимп-бизнес, 2006.
13. Саєнко М.Г. Стратегія підприємства: підручник. / М.Г. Саєнко. – Тернопіль: «Економічна думка». 2006. 390 с.
14. Суха І.В. Вибір стратегій для забезпечення конкурентоспроможності підприємств молочної промисловості : автореф. днс... канд. екон. наук : 08.00.04 / І. В. Суха; Нац. ун-т харч. технологій. К., 2008. 20 с. – укр
15. Томпсо А.А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: Учебник для вузов/ Пер. с англ. под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. М: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. 576 с.
16. Тренив Н.Н. Стратегическоеуправление: учеб. пособие / Н.Н. Тренив. М.: ПРИОР, 2000. 282 с.

Оксана ГОРШНА

аспірантка ДЗВО Університет менеджменту освіти
Науковий керівник – д.п.н., доцент кафедри менеджменту
освіти ТНПУ Оксана БОНДАР

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА В УМОВАХ ЗМІН

Культура – це один з основних інструментів, якими володіють керівники для забезпечення життєдіяльності, конкурентоспроможності й розвитку організації. Культура організації визначає цілі через призму цінностей та переконань, направляє й коректує діяльність через спільні обов'язки й групові норми. Культура відображається в невербальній поведінці колективу, ментальності й соціальних моделях.

Вітчизняні науковці приділяють увагу західному досвіду, західним теоріям і стандартам культури організації. У більшості робіт розглядається корпоративна культура організацій комерційної сфери. Для розробки програм, технологій удосконалення діяльності організацій необхідний аналіз стану корпоративної культури в управлінській галузі, факторів її формування і розвитку [2, с.41].

Корпоративну культуру досліджували Г. Атаманчук, О. Бабич, Т. Базаров, М. Вебер, О. Віханський, О. Занковський, А. Кібанов, В. Колпаков,