# **ВСТУП**

**Актуальність теми**. Глобалізація бізнесу, посилення конкуренції, підвищення ролі споживача у формуванні попиту на товари, широке включення українських підприємств у міжнародний поділ праці висувають нові вимоги до системи управління підприємствами та використання інструментів стратегічного менеджменту і маркетингу для досягнення конкурентних переваг й довгострокового успіху. Обираючи конкурентну стратегію, слід врахувати вплив зовнішнього середовища та оцінити внутрішні ресурси, якими володіє підприємство. Від того, наскільки внутрішнє середовище відповідатиме конкурентній стратегії, залежать можливості розвитку підприємства.

Доцільно зазначити, що на практиці вибір та розробка стратегій щодо реалізації конкурентних переваг повинні базуватися на результатах діагностики фінансового стану підприємств та їх споживчої привабливості, що проводиться в рамках оцінки конкурентоспроможності. Постає гостра потреба у дослідженні процесу глобалізації бізнесу, аналізі впливу факторів його розвитку на зміну як макро-, так і мікроекономічних процесів, конкурентного середовища, розробці маркетингових заходів підприємства та їх адаптації в умовах розвитку глобалізації.

Все вищевикладене і обумовлює актуальність проблеми, яка полягає в необхідності продовження досліджень в даному напрямку: обґрунтування теоретичних положень забезпечення конкурентоспроможності, розробки комплексної оцінки рівня конкурентоспроможності та рекомендацій щодо вибору та формування конкурентної стратегії підприємства на основі цієї оцінки.

Сучасна наука і практика постійно висувають низку нових вимог, щодо методології та методичного забезпечення конкурентоспроможності підприємств та їх продукції в умовах розвитку глобалізації. Одним з інструментів вирішення цієї проблеми є адекватний вибір, розробка й реалізація конкурентної стратегії, що забезпечує стійке й довгострокове фінансове становище підприємства у відповідній галузі.

На сьогодні вітчизняними та зарубіжними економістами створена певна методологія вибору конкурентної стратегії організації.

Дану тему розкривали такі дослідники, як Г. Л. Азоев, Г. Л. Багієв, О. С. Віханський, І. М. Герчикова, Є. П. Голубков, Г. Я. Гольдштейн, І. Ансофф, A. A. Марченко, М. І. Книш, P. A. Фатхутдінов, Ф. Буккерель, А. Дайан, Діксон, Ф. Котлер, Ж.-Ж. Ламбен, Г. Мінцберг, М. Портер, А. Дж. Стрікленд, A. A. Томпсон і багато інших.

Глибоке і всебічне вивчення наукових робіт зазначених авторів дозволило зробити висновок, що, незважаючи на різноманіття підходів до розгляду досліджуваної проблеми, в даний час не існує.

Проте ціла низка проблем теоретичного, методологічного й практичного характеру щодо формування конкурентних стратегій, функціонування й розвитку підприємства в умовах конкурентного середовища потребують подальшого вивчення.

На сьогодні ці проблеми є актуальними і практично значущими, як в усьому світі, так і в Україні. Все це й визначило актуальність дослідження, його теоретичне і практичне значення.

**Метою роботи** є практика формування і обґрунтування конкурентних стратегій як інструменту розвитку і існування підприємства в ринкових умовах для отримання довгострокових і стійких конкурентних переваг. Досягнення поставленої мети зумовлює вирішення таких **завдань**:

* вивчити сутність конкурентної стратегії в умовах ринку;
* оцінити фактори впливу на конкурентоспроможність підприємства;
* проаналізувати методи формування та оцінювання конкурентної стратегії підприємства;
* привести організаційно-економічну характеристику підприємства;
* провести діагностику конкурентної стратегії підприємства;
* оцінити конкурентоспроможність підприємства та чинники його розвитку;
* розробити пропозиції щодо формування конкурентної стратегії підприємства та механізмів її реалізації;
* впровадити напрямки адаптації внутрішнього середовища до обраної конкурентної стратегії;
* обґрунтувати економічну доцільність запропонованих заходів щодо розроблення конкурентної стратегії підприємства.

**Об’єктом дослідження** є система методів діагностики конкурентної стратегії підприємства.

**Предметом дослідження** є управлінський інструментарій забезпечення конкурентоспроможного розвитку ТОВ «Алзо».

**База дослідження** – базою дослідження обрано Товариство з обмеженою відповідальністю «Алзо».

**Методи дослідження**. Методологічною базою дослідження є логіко-діалектичний метод пізнання явищ і процесів у сучасних світових і національних економіках, концептуальні положення сучасної економічної теорії, фундаментальні дослідження теорій стратегічного менеджменту й маркетингу, а також науково-теоретичні розробки вчених з проблем стратегічного планування та аналізу у бізнесі.

У дипломній роботі використано методи аналізу, синтезу та порівняльного аналізу; метод системного аналізу (при обґрунтуванні методичних підходів до комплексної оцінки стратегічної конкурентної позиції підприємства), метод SWOT аналіз, табличний та графічний методи – для компактного та наочного зображення різних аспектів досліджуваного явища.

**Практична значущість для підприємства.** Запропоновані та обґрунтовані у роботі управлінські механізми забезпечення конкурентоспроможного розвитку підприємства можуть бути використані на практиці вітчизняними промисловими підприємствами, які спеціалізуються на виробництві обладнання для підприємств видобувної промисловості.

**Обсяг і структура роботи.** Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Робота містить 45 таблиць, 20 рисунків, 3 додатки, список використаних джерел налічує 72 найменування. Загальний обсяг дипломної роботи становить 108 сторінок.