

# УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ОРГАНІЗАЦІЙ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ СФЕРИ

*Доцент Валентин Нехай*

*Студентка Христина Романенко*

**Національний університет «Чернігівський колегіум»  
імені Т. Г. Шевченка**

На сучасному етапі розвитку економіки держави – заклади соціокультурної сфери функціонують в умовах жорсткої конкуренції, розвитку НТП, стрімких змін в усіх сферах життя суспільства. При цьому важливим є адекватне реагування на зміни у зовнішньому оточенні та вимоги ринку й впровадження якісних рішень у діяльність організацій, в тому числі виважений вибір конкурентної політики.

Конкурентна політика – це важлива складова економічної політики підприємства. Вона виступає загальним керівництвом до дій та прийняття рішень, що мають на меті полегшення досягнення завдань конкурентного розвитку [1].

Г. Паламарчук обґрунтовує конкурентну політику як «комплекс заходів щодо створення конкурентного середовища» [2].

Тобто конкурентне середовище визначає характер конкурентної політики організації, а саме, систему принципів, інструментів, методів та методик ведення конкурентної боротьби.

Фактично конкурентна політика – це своєрідний кодекс поведінки організації у її конкурентній боротьбі за виживання, мета якої забезпечення стабільного функціонування організації та підвищення рівня конкурентоспроможності.

Процес розробки механізму конкурентної політики є

необхідною умовою ефективної діяльності організації в реаліях сьогодення, що вимагає:

– врахування чинників зовнішнього і внутрішнього середовищ, що впливають на конкурентний розвиток організації;

– визначення детермінант розвитку як сукупності чинників, що формують конкурентні переваги чи створюють для цього належні передумови;

– використання сучасних підходів до формування конкурентної політики для врахування особливостей та складності функціонування організацій у сучасних умовах господарювання;

– вибір сучасних інструментів та способів досягнення конкурентних переваг [3].

Розробка механізму конкурентної політики організацій повинно відбуватися на основі клієнт орієнтованої ціннісно-компетентісної інноваційної спрямованості та викликів й запитів сьогодення. Адже тільки такий підхід передбачає, що конкурентоспроможність організації визначається насамперед ступенем відповідності потребам клієнтів і високим темпам розширення клієнтської бази, а також здатністю витримувати конкуренцію з іншими організаціями, які задовольняють потреби, що є на споживчому цільовому ринку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Горбаль Н. І., Романишин С. Б., Ціхоцький П. І. Становлення та сучасні особливості конкурентної політики в Україні. Бізнес Інформ. 2019. №2. С. 72–77.
2. Паламарчук Г. Конкурентна політика в перехідній економіці. Актуальні проблеми економіки. 2001. № 3–4. С. 20.
3. Довгань Л. Механізм формування конкурентної політики підприємств. Актуальні проблеми економіки. 2014. № 4. С. 32–40.