

УДК 338.242.2

СУЧАСНІ КОНКУРЕНТНІ СТРАТЕГІЇ

MODERN COMPETITIVE STRATEGIES

*I.V. Воловельська, канд.екон.наук, А. Говорушенко
Український державний університет залізничного транспорту (м.Харків)*

*Volovelska I. V., PhD (Econ.), A. Govorushenko
Ukrainian State University of Railway Transport (Kharkiv)*

Конкурентна стратегія – це генеральний план підприємства щодо досягнення цілей, пов'язаних із розширенням або збереженням поточної ринкової позиції.

Для досягнення переваг в агресивній конкурентній боротьбі підприємство має знати своїх конкурентів настільки добре, щоб зуміти уникати їх атак і в той же час атакувати самим.

Підприємству необхідно досліджувати як свої сильні і слабкі сторони, а й позицію конкурента. Це потрібно для того, щоб згодом просувати свої сильні сторони із проведенням одночасного маркетингового удару по слабких сторонах супротивника.

Підприємство має бути лідером у кожній сфері своєї діяльності. Можна сфокусувати свої зусилля у кількох сферах, досягти у них відмінних результатів, і навіть лідирувати, залишаючись в інших сферах послідовником чи претендентом.

У статті розглянуто класифікацію сучасних конкурентних стратегій для подальшої побудови генеральної стратегії підприємства на основі та з урахуванням особливостей та специфіки розвитку підприємств у нестабільному зовнішньому середовищу.

Вибір компанією конкурентної стратегії визначається взаємодією трьох факторів:

1. Конкурентною позицією фірми. (Чи є вона лідером ринку, претендентом на лідерство, послідовником або мешканцем ніші)
2. Стратегічним завданням. (Чи прагне фірма домінувати на ринку або розраховує зайняти зручну прибуткову нішу)
3. Ринковою ситуацією. (Чи знаходиться фірма на ранньому етапі зростання або у фазі пізньої зрілості)

Стратегія лідера підходить для підприємств, які займають основну частку ринку.

Для збереження своєї позиції такі підприємства використовують стратегії щодо розширення ринку, залучення нових споживачів, вони

можуть собі дозволити незначне зниження цін за рахунок збільшення обсягів виробництва.

Стратегії претендентів на лідерство. Претенденти на лідерство-це агресивно атакуючі лідера та інших конкурентів підприємства.

Претендент може вести цінову війну, знижувати витрати виробництва, отже, і ціни, виробляти престижні чи незвичайні товари, розширювати асортимент продукції, розробляти нові продукти, удосконалювати канали розподілу, підвищувати рівень послуг чи розгортати блискучу рекламну кампанію.

Стратегії послідовників. До них відносяться компанії, які прагнуть зберегти свою частку на ринку, випускаючи продукцію, аналогічну до продукції лідерів після того, як продукція лідера зарекомендувала себе на ринку.

Стратегії для мешканців ніш. Фірма обслуговує невеликі сегменти ринку і не становить особливої конкуренції великим фірмам. Її особливість – це спеціалізація на конкретному товарі/послуги. Проте останнім часом цієї стратегії стали приділяти увагу і великі фірми.

Такі підприємства відрізняються від підприємств масового виробництва тим, що виробляють вузькоспеціалізовану продукцію.

Використовуючи наведену систематизацію конкурентних стратегій, значно швидше та простіше можливо значно простіше обрати стратегію для обраного підприємства.

[1] Гевко О.Б., Шведа Н.М. Стратегічне управління: навч. посіб. для студентів усіх форм навчання напряму 6.030601 «Менеджмент». Тернопіль ФОП Паляниця В. А., 2016. – 152 с.

[2] Глебова О.А., Голуб О.М. Особливості формування корпоративної стратегії на підприємствах в умовах кризи. Економічний форум. 2016. №3. С.182-188.

[3] Дикань, В.Л. Економічна безпека підприємства [Текст]: навч. посібник / В.Л. Дикань, І.В. [4] Воловельська, О.В. Маковоз. – Х.: УкрГАЗТ, 2011. – 243 с.

[5] Дикань, В.Л. Управління бізнесом [Текст]: підручник / Дикань, В.Л., Панченко С.В., Маслова В.О., Воловельська І.В.- Х.: УкрДАЗТ, 2017. – 315 с.

[6] Дикань В.Л. Дослідження міжнародних стандартів управління ризиками [Текст] / В.Л. Дикань, І.М.

[7] Воловельская И.В. Основные типы и характеристика негативного воздействия на экономическую безопасность предприятия [Текст] / И.В. Воловельская // Вісник економіки транспорту і промисловості. – Вип. 29. – Х.: УкрДАЗТ, 2010. – С. 317-320.

[8] Портер, М. Конкуренція / М. Портер; Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. – 608 с.: ил. – Парал. тит. англ. – ISBN 5- 8459-0794-2.

[9] Проблеми конкурентоспроможності національної економіки сучасні проблеми економічного розвитку (матеріали «круглого столу») [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.niurr.gov.ua/ukr/publishing/panorama%203~4_99/11.htm

[10] Porter, M.E. The competitive advantage of Nations [Електронний ресурс]: EBSCOhost / M.E. Porter // Harvard Business Review. – 1990. – March/April. P. 73-93. – Режим доступу: <http://search.ebscohost.com>.

[11] Офіційний сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу www.rada.gov.ua