

СУТНІСТЬ І ЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Гур'єва Ю.М., Безручко О.О.

*Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського,
м. Кременчук*

Нині в Україні спостерігається тенденція посилення конкуренції у зв'язку з цим особливого значення набуває питання розробки конкурентної стратегії. Сучасні умови господарювання зумовлюють необхідність посилення стратегічного напрямку діяльності підприємств. Важливе місце в стратегічній діяльності підприємства посідає конкурентна стратегія, яка, використовуючи його конкурентні переваги, забезпечує стратегічну конкурентоспроможність підприємства. Оскільки конкурентна стратегія є однією з найважливіших складових стратегії розвитку підприємства, то важливим етапом її дослідження є розгляд і оцінювання теоретичних підходів до її сутності. Конкурентна стратегія – це комплекс дій, які спрямовані на забезпечення стійких позицій підприємства на ринку, отримання і підтримку довгострокових конкурентних переваг у діяльності підприємства [1, 3]. При розробці конкурентної стратегії глибоко вивчають конкурентне середовище та оперують такими поняттями як конкурентна сила і конкурентна позиція, що визначають конкурентну перевагу підприємства на ринку. Конкурентна перевага – це перевага, що забезпечує міцні позиції підприємства на ринку і доходи на рівні вищому середнього по галузі, завдяки кращій компетенції і можливостям в певній сфері чи напрямку діяльності [2]. Класифікація М.Е. Портера охоплює такі конкурентні стратегії підприємства: стратегія лідерства за витратами; стратегія оптимальних витрат; стратегія диференціації; стратегія фокусування на низьких витратах; стратегія фокусування на попиті [2]. Дана класифікація ґрунтується на концепції про два основні стратегічні напрями, один із яких зосереджує зусилля на якості продукції і послуг, а другий – на зниженні витрат і цін. Значною мірою вони суперечать один одному, адже підвищення якості, поліпшення споживчих властивостей товарів і послуг потребує додаткових витрат. Таким чином, важливе місце в управлінні підприємством займає формування та реалізація конкурентної стратегії. Для забезпечення успіху в сучасній економіці, підприємству слід орієнтуватися на своїх конкурентів, тобто уникати їх сильні сторін і шукати їх слабкі місця, щоб потім почати маркетингову атаку на ці слабкі місця.

Література:

1. Благун І. С. Концептуальні засади формування конкурентної стратегії підприємства / І. С. Благун, Л. В. Гринів // Регіональна бізнес-економіка та управління. – 2007. – № 3 (15). – С. 3–11.
2. Боровських Н. Конкурентні стратегії: методологія формування і розвитку / Н. Боровських // Маркетинг. – 2005. – С. 37-48.
3. Маслак О.І. Стратегічна стійкість машинобудівного підприємства: фактори впливу / О.І. Маслак, І.В. Коробкова // Вісник Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського. Серія «Економічні науки». – 2014. – №6 / 2014 / (89). – Ч. 2. – С. 9-18.