

**Гетманцев В.Б.**

## **РОЗРОБКА КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА**

Вибір стратегії є запорукою успіху діяльності фірм. Фірма може бути в кризі, якщо не зуміє передбачати обставини, що змінюються, і відреагувати на них вчасно.

В умовах ринкової економіки керівництву недостатньо мати якісний продукт, він повинен уважно стежити за появою нових технологій і планувати їхнє впровадження на своєму підприємстві, щоб не відстати від конкурентів.

Стратегію можна визначити як процес прийняття рішень. Все більше число фірм визнає необхідність стратегічного планування й активно впроваджує його. Це обумовлено зростаючою конкуренцією. Не можна жити тільки сьогоднішнім днем, доводиться передбачати й планувати можливі зміни, щоб вижити й виграти в конкурентній боротьбі.

Ефективні стратегії базуються на стійкій конкурентній перевазі.

Стратегія конкуренції підприємства складається як з як з наступальних, так і оборонних дій з переходами від одних до інших відповідно до змін ринкових умов.

Конкурентна стратегія має більш вузький розмах, ніж стратегія бізнесу.

Існує п'ять основних конкурентних стратегій:

1. Стратегія лідерства за низькими витратами.
2. Стратегія широкої диференціації
3. Стратегія забезпечення оптимальних витрат.
4. Стратегія, сфальцьована (сконцентрована) на низьких витратах у ринковій ніші.
5. Стратегія, сконцентрована на диференціації у вузькій ринковій ніші.

Стратегія як конкурентна позиція - особливо важлива тема для лідерів типів «фахівець з політичних ризиків» і «жрець конкурентоспособности», ця концепція, з одного боку, пов'язана з концепцією «стратегія як влада» і, з іншою, - здатна забезпечити менеджеру визнання його власної кваліфікації.

Конкурентна перевага (вищезазначене перевищення середньо галузевої прибутковості) досягається за допомогою створення більшої різниці між собівартістю і продажною ціною, чим у основних конкурентів. Це, у свою чергу, в ринкових умовах, при яких конкуренція постійно оновлює процеси і виробу, щоб вирватися вперед, вимагає постійної уваги до таких цілей як ефективність, задоволення вимог замовника, зростання частки виробу на ринку, а також потенціал інновацій. Ці завдання вимагають ускладнення зв'язків адміністрації, стратегічного планування розвитку, сфокусованої організаційної структури, використання зобов'язань і полегшення мережевого спілкування.

Конкурентна перевага і позиція підприємства на ринку повинні бути захищені від копіювання конкурентами і бути привабливими для покупців

Отримані результати відіграють дуже важливу роль, оскільки дозволяють оцінити стан підприємства, і коректно вибрати і розробити конкурентну стратегію для підприємства.

---

Робота виконана під керівництвом доцента каф ЕПОД Черноіванової  
Г.С.

