**Волкова М. Г.**

**ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИЙ КОММЕРЧЕСКИХ ФИРМ В ПОСТКРИЗИСНЫХ УСЛОВИЯХ**

* современных условиях происходит усиление конкуренции, вследствие чего руководители фирм находятся в постоянном поиске новых инструментов управления предприятиями и рычагов повышения конкурентоспособности.

Конкурентоспособность является важнейшим фактором обеспечения безопасности коммерческой фирмы, то есть ее выживания в «суровых условиях действительности» и ее последующего эффективного развития.

* посткризисный период небольшие и средние компании будут расти за счет уникального предложения. Поиск и предъявление своей уникальности - главная стратегическая задача бизнеса в ближайшее время.

Кроме того, в условиях рыночной экономики фирма не может длительное время занимать устойчивые позиции, опираясь в своей стратегии только на показатели конкурентоспособности товара, не учитывая мировые уровни качества и издержки по созданию и реализации товара.

* соответствии с теорией конкуренции М.Портера, можно выделить три основных стратегических подхода к ведению конкурентной борьбы:

- стремление иметь самые низкие в отрасли издержки производства (стратегия концентрации на издержках производства);

- поиск путей дифференциации производимой продукции от продукции конкурентов (стратегия дифференциации);

- фокусирование на узкой части, а не на всем рынке (стратегия фокусирования или нишера).

Согласно стратегии фокусирования товар обязан в максимальной степени отвечать потребностям соответствующей группы потребителей. Фирма детально изучает рынок с целью выявления оптимального сегмента своей деятельности и анализирует сегменты по экономическим, коммерческим и социальным характеристикам.

Можно сделать вывод, что отечественным коммерческим фирмам реализовать идею создания уникального качественного продукта по приемлемым ценам сегодня крайне сложно из-за растущих издержек. Однако, интеллектуальный потенциал позволит предпринимателям реализовать стратегию уникальности, изменить подходы к менеджменту и выйти на новый уровень развития.



Работа выполнена под руководством доц. кафедры Менеджмента Дудневой Ю. Э.