

Студент 6 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

КЛАСИФІКАЦІЇ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Проаналізовано класифікації конкурентних стратегій, запропоновані різними авторами. На їх основі запропоновано класифікацію, яка найкраще підходить для поведінки українських підприємств у сучасних ринкових умовах.

Аннотация. Проанализированы классификации конкурентных стратегий, предложенные различными авторами. На их основе предложена классификация, которая лучше всего подходит для поведения украинских предприятий в современных рыночных условиях.

Annotation. Some classifications of competition strategies, which were offered by different authors have been analysed. A new classification which befits more for the conduct of the Ukrainian enterprises in modern market condition has been offered on this basis.

Ключові слова: конкурентна стратегія, конкурентоспроможність, конкурентна поведінка.

Основним принципом ринкової економіки є боротьба підприємств на ринку за споживача. Тому запорукою вдалого існування будь-якого підприємства в сучасних ринкових умовах є його конкурентоспроможність. Конкурентоспроможність визначає, наскільки ефективною є робота підприємств, тому їх основною метою є підвищення конкурентоспроможності. Для цього підприємства використовують різноманітні конкурентні стратегії, комплекс яких, зважаючи на динаміку часу, називається конкурентною поведінкою.

Конкурентна поведінка підприємства визначається рядом факторів як зовнішніх, так і внутрішніх, зважаючи на які підприємство обирає ту чи іншу конкурентну стратегію.

Дослідженнями та упорядкуванням конкурентних стратегій за ознаками займалися такі вчені: М. Портер, І. Ансофф, Ф. Котлер, Д. Хулей, Д. Лінч, Д. Джоббер, М. Тресі, Ф. Вірсем, А. Д. Літл, Р. Майлз, Ч. Сноу, О. Уолкер, Х. Бойд, Ж. Лярош, Е. Райс, Дж. Траут, П. Друкер.

Більшість авторів займалися вивченням цієї теми в США та Європі, тому виділені типи стратегій більше підходять для розвинутої європейської чи американської ринкової системи.

М. Портер зробив найбільш універсальну класифікацію, виділивши стратегію диференціації, стратегію цінового лідерства та стратегію фокусування, яка виходить з конкурентної переваги фірми на ринку. Підприємство використовує свої найбільш сильні переваги для досягнення конкурентоспроможності [1]. Підприємство повинне знайти те джерело, яке дозволить йому мінімізувати затрати і таким чином максимізувати прибуток.

Е. Райс та Дж. Траут виділили дві стратегії: наступу та оборони. Цей підхід характеризує підприємство лише з двох боків: коли воно обходить конкурентів та коли конкуренти намагаються обійти підприємство. Підхід характеризується грою з ризиками та прибутком, які прямо пропорційні один одному [2].

П. Друкер виділив такі стратегії: "найспритнішого серед найкращих", "поцілити в слабкі місця", "пошуку екологічної ніши" та зміни екологічних характеристик продукту, ринку або галузі. Всі ці стратегії є егоїстичними та лідерськими, тобто підприємство має бути найкращим, незважаючи ні на що [3]. У кожній конкретній ситуації треба домінувати за допомогою маси або за допомогою одиничних факторів, які є ключовими для даного етапу.

Таким чином, кожний з вчених характеризує стратегії зі свого боку. Можна простежити дещо схоже в різних класифікаціях, але існують і відмінності, а найголовніше те, що всі вони більше характеризують конкурентну поведінку західних підприємств, яка дещо відрізняється від вітчизняної.

Виходячи з наведеного ряду класифікацій конкурентних стратегій для західних підприємств, можна виділити такі і для вітчизняних. Автор пропонує таку класифікацію: стратегія швидкого захвату ринку (підприємство швидко наповнює ринок своєю продукцією); стратегія слабких місць конкурентів (використання слабких місць конкурентів для домінування над ними); стратегія "подвійна гра" (демонстрація слабкості при впевненому становищі та демонстрація сили при хиткому становищі підприємства).

Наук. керівн. Шишмарьова Л. О.

Література: 1. Белоус О. П. Менеджмент: конкурентоспособность и эффективность / Белоус О. П., Панченко Е. Г. – К. : Знання України, 1992. – 400 с. 2. Кныш М. И. Конкурентные стратегии : учебн. пособ. / Кныш М. И. – СПб. : б. и., 2000. – 284 с. 3. Борисенко З. М. Основы конкурентной политики : підручник / Борисенко З. М. – К. : Таксон, 2004. – 704 с.