

# УДОСКОНАЛЕННЯ ВИБОРУ ОПТИМАЛЬНОЇ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

*Вінницький національний технічний університет*

## **Анотація**

В роботі проаналізовано основні типи можливої стратегії підприємств та виділено основні фактори, які повинні бути враховані при виборі оптимальної конкурентної стратегії підприємства.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, підприємство, стратегії, переваги.

## **Abstract**

*The paper analyzes the main types of possible business strategy and identifies the main factors that should be taken into account when choosing the optimal competitive strategy of the enterprise.*

**Keywords:** competitiveness, enterprise, strategy, advantages.

Одна з ключових проблем підприємства – це можливість конкурувати на ринку [1]. Проблема конкуренції виникає в багатьох підприємств. Вирішення проблеми конкуренції полягає у створенні й реалізації певних конкурентних переваг, які можуть бути досягнуті за допомогою вибору оптимальної стратегії підприємства. Щоб обрати стратегію потрібно обрати галузь в якій підприємство буде працювати, як ефективно вести конкурентну боротьбу на ринках.

Значний науковий внесок в дослідження теоретичних проблем конкурентоспроможності та конкурентних переваг підприємств здійснили такі вчені, як Г. Азоєв, М. Саєнко, В. Герасимчук, А. Градов, П. Забелін, Б. Кваснюк, Є. Бельтюков., Ж.-Ж. Ламбен, М. Портер, Е. Клименко, Р. Фатхутдинов, А. Юданов та ін. Однак низку завдань стосовно формування конкурентних переваг підприємства розроблено недостатньо повно, і за сучасних умов підвищення інтенсивності конкурентної боротьби вони вимагають уточнення та розвитку.

Одним із головних завдань кожного підприємства є розробка стратегії формування конкурентних переваг з урахуванням інтенсивності конкурентної боротьби, яка виключить можливість прийняття необґрунтованих рішень, які негативно вплинуть на конкурентоспроможність підприємства. Основою формування конкурентоспроможності підприємств є індивідуальними для кожної галузі в кожен конкретний момент часу і багато в чому залежать від її структури. У загальному випадку, на підприємстві може бути розроблено та реалізовано чотири основних типи стратегій [2]:

*Стратегії концентрованого зростання* - стратегія посилення позицій на ринку, стратегія розвитку ринку, стратегія розвитку продукту.

*Стратегії інтегрованого зростання* - стратегія зворотної вертикальної інтеграції, стратегія вперед йде вертикальної інтеграції.

*Стратегії диверсифікаційного зростання* - стратегія центральної диверсифікації, стратегія горизонтальної диверсифікації.

*Стратегії скорочення* - стратегія ліквідації, стратегія «збору врожаю», стратегія скорочення, стратегія скорочення витрат.

Будь-яка стратегія включає загальні принципи, на основі яких менеджери даної організації можуть брати взаємопов'язані рішення, покликані забезпечити координований і впорядковане досягнення цілей у довгостроковому періоді.

Для формування і вибору стратегії існує велика кількість моделей і матриць, однією з них є матриця ADL. Вона дозволяє планувати стратегію компанії, товару або послуги у відповідності зі стадією життєвого циклу галузі і силою компанії на ринку [3].

Для того, щоб підприємство було конкурентоспроможним на ринку, йому потрібно сформувати таку стратегію, яка буде акцентована на внутрішні можливості підприємства та на ринкові умови, в яких воно функціонує [4]. Дана стратегія має враховувати такі фактори:

- 1) формування чітких цілей виходу на ринок;
- 2) попит на даний товар;
- 3) потенціал та розмір ринку;
- 4) кон'юнктура ринку, наявність товарів-аналогів, конкурентів тощо.

Отже, одним з головних елементів управління конкурентоспроможністю підприємства є вибір оптимальної конкурентної стратегії підприємства. У сучасних умовах вибір оптимальної конкурентної стратегії підприємства країни є важливою умовою вироблення державної політики економічної безпеки, регіональної та галузевої політики в цілому. В роботі проаналізовано чотири основні типи можливої стратегії підприємств та виділено основні фактори, які повинні бути враховані при виборі оптимальної конкурентної стратегії підприємства.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Нікіфорова Л. О. Оптимізація маркетингової діяльності у сфері «business to business» / Нікіфорова Л.О., Мещерякова Т.К., Ковтун Р. // Вісник Хмельницького національного університету. – Хмельницький: ХНУ, 2013 – № 2. – С. 46 – 49.
2. Саєнко М. Г. Стратегія підприємства : [навч. посіб.] / М.Г. Саєнко. – Тернопіль : ТАЙП, 2010. – 223 с
3. Бельтюков Є. А. Конкурентна стратегія підприємства: сутність та формування на основі оцінки рівня конкурентоспроможності / Є.А. Бельтюков, Л.А. Некрасова // Економіка: реалії часу. – 2014. – №2(12). – С. 6-13.
4. Клименко Е. Н. Критерии выбора маркетинговой стратегии и ее виды / Е. Н. Клименко // Економіка: проблеми теорії та практики – 2010.– № 8.– С. 36-40.

*Магденко Оксана Юріївна – студентка групи МОв-14(б) факультету Менеджменту та Інформаційної Безпеки Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, e-mail: oksana.magdenko@gmail.com*

*Науковий керівник: Нікіфорова Лілія Олександрівна - к.е.н., доцент каф. ЕПВМ, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.*

*Magdenko Oksana – student of Management and Information Security Faculty of Vinnytsia National Technical University, e-mail: oksana.magdenko@gmail.com*

*Supervisor: Nikiforova Liliya Oleksandrivna – Ph.D. (Econ.), Associate Professor, Associate Professor of Business Economics and Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsa.*