

УДК 338.12/017

Флейтуга О. - ст.гр. БКз – 61

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ОСНОВНІ НАПРЯМИ ПОСИЛЕННЯ РИНКОВИХ ПОЗИЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА

Науковий керівник: к.е.н., доц. Семенюк С.Б.

В умовах ринкової економіки і формування жорсткого конкурентного середовища особливо гостро постає проблема збереження та посилення ринкових позицій підприємства, що досягається, перш за все, підвищенням конкурентоспроможності його продукції. Стратегічна стабільність підприємства на ринку можлива лише за умови його конкурентоспроможності та можливості адаптації до змін мінливого ринкового середовища. Для того щоб бути конкурентоспроможним, підприємство повинно володіти конкурентними перевагами.

Існує три основних шляхи отримання конкурентних переваг: стати краще самому, безпосередньо послабити конкурентів або змінити саме ринкове середовище. За першого випадку підприємство застосовує сукупність заходів, спрямованих на удосконалення власної діяльності. За другого – діяльність підприємства спрямовано на безпосереднє послаблення конкурентів. У випадку неможливості використання двох перших шляхів або вичерпаності їх підприємства часто, особливо останнім часом, як в Україні, так і на Заході, намагаються змінити саме середовище, в якому вони конкурують. На даному шляху підприємства використовують кооперативні стратегії або політико-правову (пряме лобювання власних інтересів; базова реклама).

Отже, конкурентні переваги можна отримати за рахунок влади чи інновацій. На отриманні переваг за рахунок влади ми не будемо акцентувати свою увагу тому, що такий підхід зупиняє інноваційний рух, консервує на деякий час суспільство і робить його неадекватним світовій ситуації. Інноваційний підхід є єдиним адекватним кроком реагування підприємства та суспільства на зовнішні та внутрішні зміни.

Конкурентні переваги підприємство може досягти за рахунок вдосконалення: 1) персоналу; 2) організації; 3) техніки; 4) використання природних та соціальних обставин. Але вдосконалення є лише реакцією пристосування, в той час коли інноваційне рішення є адекватною реакцією на зміни.

Концепція конкурентної переваги повинна базуватися на попереджуючому, превентивному характері тактичних і стратегічних дій фірми в конкурентному середовищі. Ефективне управління конкурентним потенціалом підприємства сприятиме реалізації концепції конкурентної раціональності підприємства, яку доцільно розглядати як науковообґрунтований задум (проект) підприємства, який ґрунтується на ухваленні обґрунтованих ефективних рішень, що забезпечують оптимальний конкурентний потенціал, адаптивну конкурентну поведінку і одержання довгострокових стійких конкурентних переваг. Основними умовами успішного стратегічного управління конкурентним потенціалом в розрізі стратегічного бачення є: 1) наявність чітких конкурентних цілей і постійний перегляд портфеля конкурентних маркетингових стратегій, заснованих на стрижньовій ідеї підприємства, на специфіці конкурентного середовища і на бажанні досягти певних конкурентних переваг; 2) перспективне бачення – повинне бути присутнє переконання в правильності стратегій; 3) систематичне програмування використання конкурентного потенціалу; 4) концентрація головних зусиль в потрібному місці і в потрібний час; 5) гнучкість стратегічної поведінки, що забезпечує використання мінімуму ресурсів для досягнення максимального результату; 6) скоординований порядок дій керівництва.