

УДК 339.13

**Зоряна Бугера**

**Zoryana Bugera**

Науковий керівник – к.е.н., доцент Оксентюк Б.А.

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

## **ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ**

### **ПІДПРИЄМСТВА**

### **BASIS OF FORMATION A COMPETITIVE STRATEGY OF**

### **ENTERPRISE**

Розробляючи на початковому етапі діяльності конкурентну стратегію, фірма прагне знайти і втілити спосіб вигідно і довготривало конкурувати в своїй галузі. Універсальної конкурентної стратегії не існує; тільки стратегія, узгоджена з умовами конкурентної галузі промисловості, навиками і капіталом, якими володіє конкретна фірма, може принести успіх. Будь-яка фірма, яка розпочинає свою діяльність або що вже діє на початку нового проекту, зобов'язана чітко представити потребу у матеріальних, трудових, фінансових, і інтелектуальних ресурсах, джерела їх отримання, а також уміти точно виконувати розрахунки ефективності використання ресурсів, що є в наявності в процесі діяльності певної фірми. Головним напрямом стратегічного планування є конкурентна перевага фірми, яка передбачає перспективу розвитку підприємства і відповідає на найважливіше для підприємця питання, – чи варто вкладати гроші в той або інший проект, чи принесе він доходи, які зможуть окупити всі витрати сил і засобів.

Конкурентні переваги є концентрованим проявом переваги над конкурентами в економічній, технічній, організаційній і інших сферах діяльності підприємства, яке можна зміряти економічними показниками. Конкурентні переваги є результатом низької собівартості продукції, високого

ступеня диференціації товарів, розумної сегментації ринку, впровадження нововведень, швидкого реагування на потреби ринку. До них також можуть відноситися вищий рівень продуктивності праці і кваліфікації виробничого, технічного, комерційного персоналу; якість і технічний рівень вироблюваних виробів; управлінська майстерність, стратегічне мислення на різних рівнях, що відбиваються в економічному зростанні.

Стратегія конкуренції є планом дій фірми, направленим на досягнення успіху в конкурентній боротьбі на даному ринку. Кажучи, що конкурентна стратегія фірми стосується її планів по вибиванню ґрунту з-під ніг її конкурентів. Тобто цей план, який безперервно адаптується у відповідь на зміну ринкових і конкурентних умов, містить заходи, що передбачають реалізацію наступальних або оборонних заходів в цілях подолання п'яти сил конкуренції.

Фірма має конкурентну перевагу, коли вона краще за своїх суперників долає сили конкуренції і виконує роботу по залученню покупців. Розуміння цілей і намірів конкурентів дозволяє визначити ступінь їх задоволеності поточною позицією на ринку, а також передбачати можливі дії із зміни існуючої постановки сил. Це дасть можливість обкреслити напрями зміни конкурентній ситуації, що склалася.

Оскільки конкурентні переваги виникають в результаті суперництва при проектуванні, виробництві, реалізації і експлуатації продукції, на їх формування серйозний вплив робить конкурентне середовище: потенційні і діючі конкуренти, споживачі продукції і постачальники, виробники товарів-замінників, а також державне регулювання. У цих умовах формування конкурентних переваг трансформується в завдання активної адаптації системи управління підприємством до змін конкурентного середовища. Реальні позитивні результати досягаються там, де дана робота доведена до рівня технологій управління.