

УДК 339.13

**Шпилик Світлана, Бабій Юрій**

**Shpylyk Svitlana, Babiy Yuriy**

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

**КОНКУРЕНЦІЯ ТА ЇЇ РОЛЬ У ФОРМУВАННІ СТРАТЕГІЇ  
ПІДПРИЄМСТВА**

**COMPETITION AND ITS ROLE IN THE FORMATION OF  
ENTERPRISE STRATEGY**

Таке явище в економіці, як конкуренція трактується по-різному науковцями. А.Сміт вважав конкуренцію „невидимою рукою” ринку, яка автоматично зрівноважує ринок, і, таким чином, регулює відповідність приватних і суспільних інтересів. Вона повинна зрівноважувати приватні інтереси і економічну ефективність. К.Р. Макконелл і С.Л. Брю вважали, що конкуренція – це наявність на ринку великої кількості незалежних покупців і продавців, можливість для покупців і продавців вільно виходити на ринок і залишати його. Й. Шумпетер визначав конкуренцію як суперництво старого з новим, з інноваціями. За сучасним трактуванням конкуренція – не тільки боротьба суб’єктів господарювання, але і специфічна форма співіснування, співробітництва бізнесових структур на внутрішньому ринку й у сфері міжнародних відносин. Узагальнивши вище подане можна підсумувати, що конкуренція в загальному значенні може бути визначена як суперництво між окремими особами і господарюючими одиницями, зацікавленими в досягненні однієї і тієї ж мети – переваги над своїми суперниками (конкурентами). З точки зору підприємництва такою метою є максимізація прибутку за рахунок завоювання споживачів. Якщо цю мету конкретизувати з погляду концепції маркетингу, то ринковою конкуренцією, на думку автора, називається боротьба фірм за обмежений обсяг платоспроможного попиту споживачів, що ведеться фірмами на доступних їм сегментах ринку.

Кожне підприємство, що веде конкурентну боротьбу в галузі, так чи інакше користується стратегією конкуренції, яка може розроблятися через процес планування або розгортатися приховано через діяльність різних відділів фірми. Маючи свободу дій, кожен підрозділ використовуватиме методи, продиктовані його професійною орієнтацією та стимулами, проте їх суму навряд чи можна назвати найкращою стратегією. Основне призначення конкурентної стратегії – створення комплексу конкурентних переваг для досягнення успіху у бізнесі в довгостроковій перспективі. Ознака відсутності стратегічного підходу – концентрація організації на внутрішніх ресурсах. Тим самим ігноруються всі можливі загрози з зовні (вони сприймаються тільки як факт, що здійснився) та упускаються сприятливі тенденції. Стратегічний підхід полягає у перетворенні будь-яких змін у позитивні можливості та їхнє використання. Отже, найважливішим процесом для діяльності підприємства, є аналіз зовнішнього середовища, з якого і починається розробка моделі стратегічного розвитку. Розробка стратегії конкуренції значною мірою означає вироблення широкого підходу до того, яким буде бізнес, якими повинні бути його цілі та яка політика є необхідною для їх досягнення.

Аналіз літературних джерел виявив, що під стратегією прийнято розуміти набір правил та засобів, за допомогою яких забезпечується досягнення підприємством своїх цілей. Існує багато поглядів на поняття стратегії, проте, загальноприйнятого та узгодженого немає, усі автори вказують на важливість формування стратегії та слідування стратегічному плану. На нашу думку, стратегія – це сукупність засобів для ефективного управління та перемоги у конкурентній боротьбі на ринку.

Сьогодні на стратегічному плануванні робиться наголос, який, відображає думку, що через експліцитний процес формулювання стратегії можна одержати значний зиск і скоординувати та спрямувати на досягнення мети якщо не діяльність, то хоч політику підрозділів.