

СУЧАСНЕ ПІДПРИЄМСТВО ТА ЙОГО КОНКУРЕНТНІ СТРАТЕГІЇ

Юрчишина Л.І.

Державний ВНЗ «Національний гірничий університет»

Глобалізація економічної діяльності є однією з головних тенденцій у розвитку сучасного світу, яка істотно впливає не лише на економічне життя, але й має політичні та соціальні наслідки. Ці наслідки все більше відчують на собі практично всі країни і серед них, звичайно, Україна, яка усвідомлено і цілеспрямовано рухається в напрямку інтеграції в міжнародну економіку.

Нині головною особливістю глобалізації на мікроекономічному рівні є передусім загальна стратегічна орієнтація підприємств на ринки збуту по всьому світі, джерела постачання, а також, на розміщення виробництва в різних країнах. Цей перелік основних рушійних сил глобалізації відображає переважаючу послідовність у розвитку цього процесу: збут-постачання-виробництво. Тому проблема підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств посідає провідне місце у теорії стратегічного розвитку, оскільки її вирішення забезпечує успішне функціонування підприємств і є основою забезпечення конкурентної здатності держави. При цьому категорія «конкурентоспроможність» є синтетичною, тобто такою, що пов'язана з низкою факторів довго - та короткострокового економічного розвитку, таких, як: просторова орієнтація підприємства (цільовий ринок, галузева належність, мікросередовище, регіональні особливості); динамічність (трансформування конкурентоспроможності із короткострокової у стратегічну, міжнародну та світову); системність (урахування дії максимально можливої кількості факторів зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства у процесі реалізації стратегії, побудова стратегічного балансу підприємства для нарощення конкурентного потенціалу); самодостатність (формування системи компетенцій як здатностей забезпечення неперервного розвитку конкурентного потенціалу); унікальність (випуск висококонкурентної продукції); ієрархічність (конкурентоспроможність факторів виробництва, товару, підприємства, галузі, регіону, держави).

Підприємства, які впевнено і надійно утримують свої конкурентні позиції на ринку, мають у своєму арсеналі чітко продуману стратегію, яка складається з запланованих, продуманих цілеспрямованих дій у різному масштабі часу і простору на непередбачений розвиток ситуації і на конкурентну боротьбу, що підсилюється. З цього приводу П. Дойль відзначає наступне: «Організації, що не звертають належної уваги на ринки, які постійно змінюються, та не відслідковують ринкову ситуацію, приречені бути викинутими на берег» [1]. Це свідчить про те, що виживаність будь-якої організації залежить від уміння постійно підтримувати високу конкурентоспроможність підприємства на ринку, вчасно реагувати на зовнішні зміни, на вимоги ринку, на конкуренцію.

Справедливим буде твердження, що ділові стратегії будь-якого підприємства будуть перемагати за умови, якщо їхньою основою є стійка конкурентна перевага, тобто конкурентна стратегія.

Склад конкурентної стратегії підприємства можна представити за допомогою графічної схеми (рис.1).

По суті своїй конкурентна стратегія хоча і є забезпечуючою діловий рівень управління підприємством, однак вона більш вузька по масштабності, ніж загальна стратегія того ж підприємства. Це природним чином і визначає конкретну спрямованість останньої – виконання планів курівництва з ведення конкурентної боротьби.

Запропоновані М. Портером у книзі «Стратегія конкуренції», яка була видана в 1980 р., загальні конкурентні стратегії сьогодні претендують на деяку універсальність, оскільки практика довела їхню ефективність.

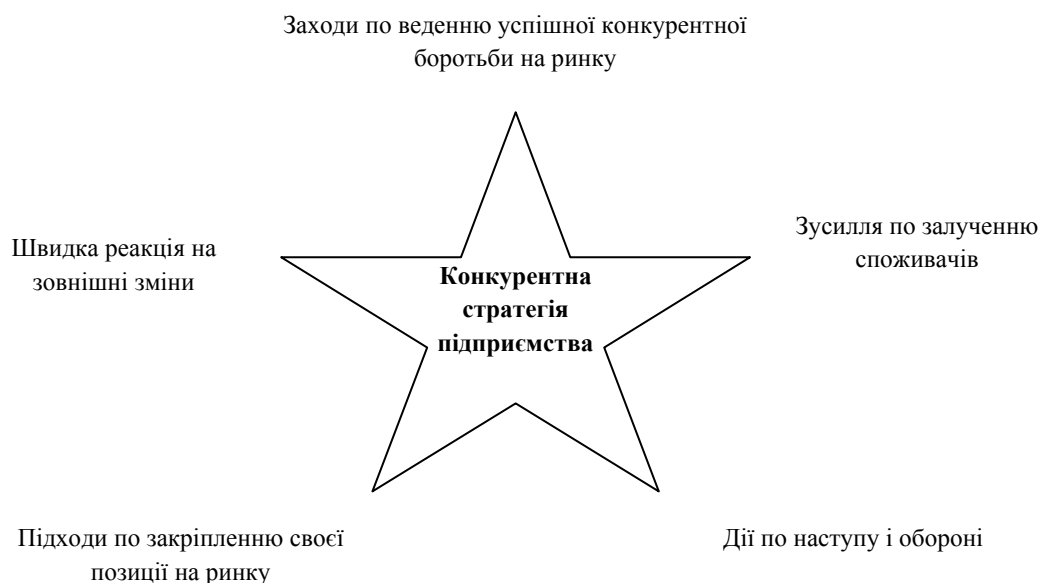


Рис. 1. Склад конкурентної стратегії

М. Портер указує, що загальні конкурентні стратегії існують у вигляді:

- а) стратегій лідерства у зниженні витрат;
- б) стратегій диференціації;
- в) стратегій фокусування.

Характерними рисами зазначених конкурентних стратегій є: а) часткове їхнє взаємопроникнення одна у другу так, що часом останні важко розділити; б) взаємопов'язування даних стратегій у єдиний процес досягнення конкурентної переваги на ринку.

Суть зазначених характеристик зручно показана у матриці загальних конкурентних стратегій М. Портера (рис.2).

Зазначена матриця демонструє п'ять варіантів підходів до побудови стратегії конкуренції підприємства, а точніше, п'ять основних конкурентних стратегій:

- а) стратегію лідерства по витратам;
- б) стратегію широкої диференціації;
- в) стратегію оптимальних витрат;
- г) сфокусовану стратегію на низьких витратах;

д) сфокусовану стратегію диференціації.

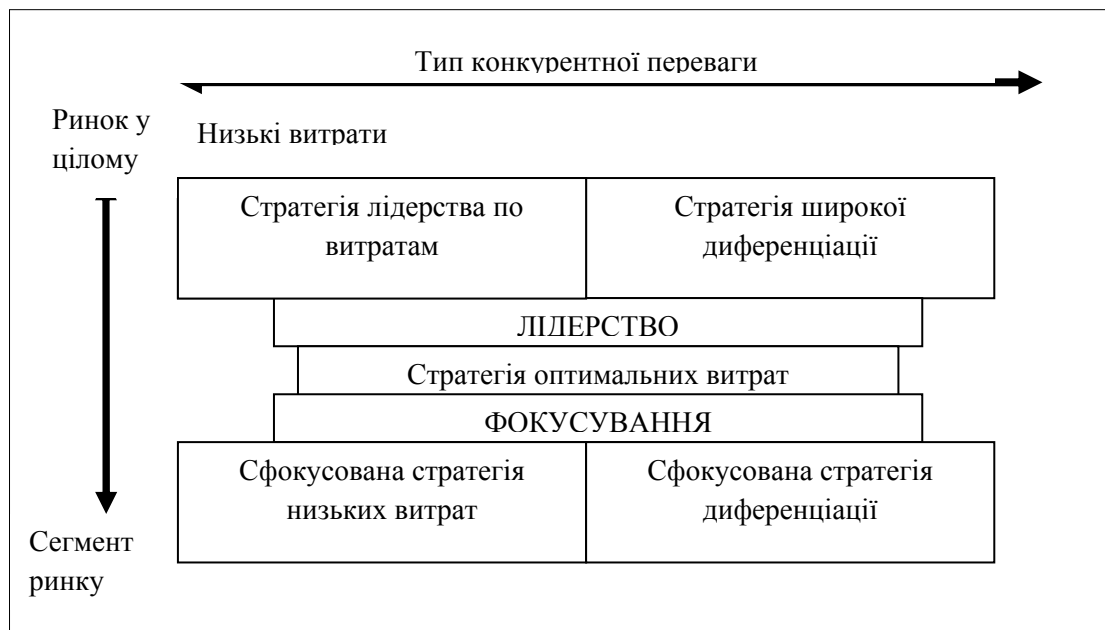


Рис. 2. Загальні стратегії М. Портера

Усе вищенаведене дає підстави стверджувати наступне.

1. На сьогодні розвиток сучасної економіки усе більше підпорядковується довгостроковим стратегіям і пріоритетам особливо у частині, інноваційного та інвестиційного забезпечення сталого розвитку економіки і її промислового сектору.

2. Стратегічний аспект розвитку економіки України та її промислового сектору є домінуючим у вітчизняному державному регулюванні з одночасним рухом його до стану істотної відповідності європейським та міжнародним стандартам.

Література:

1. П. Дойль Менеджмент: стратегия и тактика: Пер. с англ. М.: 1999 – 327с.
2. Портер М. Международная конкуренция: Пер. с англ./Под. ред. и с предисловием В. Д. Щетинина. – М.: Междунар. отношения, 1993. – 896 с.