

Войцелёнок Э.И.

Научный руководитель: к.э.н. Л.И. Пугина

Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23

E-mail: evkaxotok02@icloud.com

### Виды конкурентных стратегий предприятия

В настоящее время наша российская экономика идет по пути рыночной трансформации. Конкуренция между организациями усиливается, поэтому в этих условиях необходимо выбрать оптимальную стратегию развития организации и конкурентную стратегию. Какое правило, успешная работа любой организации в долгосрочной перспективе, ее экономический рост зависят от правильного выбора стратегии развития организации, позволяющей организации максимально использовать свои ресурсы.

Столкнувшись с жесткой конкуренцией и быстро меняющейся рыночной ситуацией, организации должны не только сосредоточиться на состоянии дела в рамках своего бизнеса, но и разработать долгосрочную стратегию поведения, которая позволит им своевременно реагировать на их изменения. Таким образом, учет конкурентных преимуществ организации и правильная оценка рынка позволяет компаниям различных форм собственности выстраивать оптимальную конкурентную стратегию для сохранения своей доли на рынке.

Несмотря на большой объем научной и учебной литературы по вопросам стратегии и стратегического планирования на микроуровне, однозначное и четкое определение конкурентной стратегии, и ее места в системе функционирования предприятия не сформировалось.

Альфред Чандлер первым дал определение стратегии. Он считает, что стратегия, должна «определять долгосрочные цели предприятия, а также намечать действия и размещать необходимые для решения поставленных задач ресурсы» [6, с. 980].

Игорь Ансофф определяет стратегию следующим образом. «Стратегия - один из нескольких наборов правил принятия решения относительно поведения организации» [2, с. 159-160]. А также «стратегию как, набор правил для принятия решений, которыми организация руководствуется в своей деятельности» [1, с. 68].

Несколько иной подход к определению стратегии находит Майкл Портер. «Стратегия - это создание уникальной и выгодной позиции, предусматривающей определенный выбор видов деятельности» [7, с. 65]. М. Портер исходит из того факта, что для повышения эффективности и результативности своей деятельности компания должна определиться свои продукты и рынки и объединить (расположить) их так, чтобы получить конкурентное преимущество перед другими игроками. Другими словами, он считает позиционирование самой важной частью стратегии.

Рассмотрим следующие виды стратегий. Ф. Котлер рассматривает базисные стратегии роста (стратегия роста, стратегия стабильности, стратегия выживания, стратегия сокращения) [5]. М. Портер описывал конкурентные стратегии (стратегии фокусированные, стратегия дифференциации, стратегия преимущества в издержках) [7]. Также выделяют стратегии по уровням иерархии: корпоративные, бизнесмен-стратегии и функциональные (производственные стратегии, финансовые стратегии, маркетинговые стратегии, стратегия управления) [8].

Остановимся на конкурентных стратегиях предприятия. Создание конкурентной стратегии компании направлено на достижение конкурентного преимущества. Известный экономист Майкл Портер выделил три основные конкурентные стратегии, которые универсальны по своей природе и используются для достижения любого конкурентного преимущества. Эта сила выражается в преимуществах стоимости, дифференциации и сосредоточенности.

Организация, которая выбирает сфокусированную стратегию, определяет отдельный сегментный и направляет деятельность только на данный сегментный. Оптимизирует свою стратегию с соответствующими целевыми сферами, организация может получить некие конкурентные преимущества в данных областях, хотя общими конкурентными преимуществами во всех отрасли, организация не может и не обладает. Организации, которые реализуют сфокусированные стратегии, всегда должны осуществлять контроль за надобностями, которые принимают их конкурентный с широкой сферой деятельности [3].

При определенных преимуществах целенаправленной стратегии можно выделить множество рисков, например, применение технологий и методов, лежащих в основе стратегии фокусировки компании, демпинг со стороны конкурентов и лица если продукты и лица услуги являются узко специализированными, они могут быть неконкурентоспособными.

Также необходимо сказать, что каждая отдельная взятая сфера деятельности имеет свои характерные черты, особенности, которые стимулируют применение той или иной стратегии [4].

Реализация любой конкурентной стратегии требует от компании создания непреодолимых препятствий, мешающих конкурентам следовать стратегии. Поскольку такие препятствия не могут быть созданы, компания становится «движущейся мишенью» для конкурентов, занимая прибыльные позиции и инвестируя в деятельность, которая способствует этому. Потенциальная угроза для организации - это конкурентная стратегия, отличная от стратегии организации.

Таким образом, можно сказать, что описанные стратегии представляют собой общие варианты способов конкуренции и могут использоваться организациями в качестве основы для выбора направления своего развития. Стратегии конкуренции охватывают широкий спектр различных ситуаций, в которых могут оказаться современные организации. И, как правило, конкурентные стратегии дают основу для принятия мер по борьбе с конкурентами и предлагают наиболее оптимальные пути этой борьбы.

## Литература

1. Ансофф, И. Стратегическое управление / И. Ансофф. - М.: Экономика, 1989. - 519 с.
2. Ансофф, И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. - СПб.: Питер Ком, 1999. - 416 с.
3. Винокуров В.А. Организация стратегического управления на предприятии: монография. М.: Центр экономики и маркетинга, 2011. - 287 с.
4. Герчишкова И.Н. Менеджмент М, 2012. - №1. - 387 с.
5. Котлер, Ф. Стратегический менеджмент по Котлеру: Лучшие примеры и методы. / Ф. Котлер. - М.: Альпинарий Паблицер, 2016. - 132 с.
6. Карлофф, Б. Деловая стратегия: концепция, содержание, символы / Б. Карлофф. - М.: Экономика, 1991.
7. Портера, М. Конкуренция: учеб. пособие: пер. с англ. / М. Портер. - М.: Издательский дом «Вильямс», 2001. - 495 с.
8. Шифрин, М.Б. Стратегический менеджмент. Краткий курс / М.Б. Шифрин. - СПб.: Питер, 2017. - 320 с.