

ВЫБОР КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ

студент гр. 101910 Дроздов Р.А.

Научный руководитель – ст. преподаватель Зубрицкий А.Ф.

При решении такого важного для каждого предприятия вопроса как выбор конкурентной стратегии необходимо всегда иметь в виду, что не существует двух абсолютно идентичных предприятий. Каждое предприятие имеет свои характерные особенности, в соответствии с которыми и должна выбираться оптимальная конкурентная стратегия. При этом руководство должно четко представлять, кем является его предприятие: лидером рынка, претендентом на лидерство, последователем или же обитателем ниш. Только имея четкое представление о том, какое место занимает предприятие на данном рынке, можно разработать адекватную конкурентную стратегию, которая бы максимально соответствовала бы данному предприятию и приносила бы наибольший результат.

Лидерам рынка необходимо придерживаться активной стратегии, заключающейся в стимулировании спроса на свои товары, защиты своего сегмента рынка от конкурентов и расширения своего сегмента рынка.

Стратегия претендента на лидерство заключается в выборе между борьбой с лидером за расширение доли рынка или же в пассивном, но безопасном следовании за лидером.

Стратегия для последователей предусматривает не изматывающую погоню за лидерами, а в подражании, имитации и копировании товаров и услуг передовых предприятий. Зачастую последователи даже не гнушаются в прямой подделке товаров-конкурентов и их сбыте на черном рынке или через сомнительных посредников.

Для аутсайдеров рынка рациональными действиями будут являться: деятельность на рынках, не представляющих интереса для фирм-гигантов, специализация на узкой номенклатуре товаров, ориентацию на получение прибыли не за счет больших объемов реализации товаров и услуг, а за счет высокой маржи, которая обусловлена высоким качеством товара.