DOI: 10.17117/na.2016.11.01.216

Поступила (Received): 03.11.2016

<http://ucom.ru/doc/na.2016.11.01.216.pdf>

Лихова Д.З., Расуев С.-М.Р.
Подходы к формированию конкурентных стратегий

Likhova D.Z., Rasuev S.-M.R.
Approaches to the development of competitive strategies

Уточнены подходы к определению конкурентных преимуществ, выявлены факторы конкуренции в условиях рыночно ориентированной системы, рассмотрены этапы разработки конкурентной стратегии. Стратегия конкурентной борьбы определена авторами как результат выбора менеджментом компании методов ведения конкурентной борьбы в рамках поведенческих стратегий

Ключевые слова: конкуренция, стратегия, конкурентные преимущества

Лихова Дарина Замировна

Магистрант

Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х.М. Бербекова

г. Нальчик, ул. Чернышевского, 173

Расуев Саид-Магомед Решитович

Студент

Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х.М. Бербекова

г. Нальчик, ул. Чернышевского, 173

Refined approaches to determining the competitive advantages identified factors of competition in a market-oriented system, the stages of development of competitive strategy. Competitive strategy defined by the authors as a result of the choice of the management methods of competitive struggle within the behavioral strategies

Key words: competition, strategy, competitive advantage

Lihova Darina Zamirovna

Master

Kabardino-Balkarian state university named Kh.M. Berbekov

Nalchik, Chernyshevsky st., 173

Rasuev Said-Magomed Reshitovich

Student

Kabardino-Balkarian state university named Kh.M. Berbekov

Nalchik, Chernyshevsky st., 173

В настоящее время в мире в условиях обострения конкуренции и глобализации формирование и реализация четкой и долгосрочной стратегии становятся необходимой потребностью существования предприятий, основой эффективной модели становления и развития предприятия. Имеются в виду не только крупные или преуспевающие предприятия, но и о малые их формы, а также организации в базовых отраслях, которые больше не способны работать по старинке не оглядываясь на партнеров и конкурентов по инерции. В данное время только стратегическое долгосрочное видение и активные действия с подключением различных сетевых взаимодействий может дать шанс на выживание и использование новых возможностей.

В период развития рыночной экономики особенно прослеживается актуальность формирования и функционирования долгосрочных перспектив

развития организаций. Данная особенность обуславливает появление и существование множества фирм, тем самым повышая общую рыночную конкуренцию.

В многообразии научных работ в деятельности стратегического менеджмента понятие конкурентной стратегии определяет свод правил и приемов, которыми следует руководствоваться организации, если основой деятельности является реализация и эффективное функционирование конкурентных стратегий данного сегмента рынка.

Таким образом, правильным управленческим решением является ориентация на осуществление конкурентных преимуществ, которые обеспечат наилучшее финансовое положение фирмы. Следовательно, при формировании конкурентных стратегий главной целью будет выявление основных факторов стратегического успеха предприятия, основанных на общих принципах конкуренции.

Грамотно сформулированная стратегия организации зависит от существования долгосрочных преимуществ в конкурентной среде. Долгосрочность конкурентного преимущества основывается на способности организации выдержать и обеспечить его сохранность от возможных угроз со стороны конкурентов.

Стабильность конкурентного преимущества характеризуется некоторыми факторами, среди которых источники конкурентных преимуществ и способность предприятия изыскивать дополнительные возможности реализации конкурентных преимуществ.

Однако, на сохранность и функционирования конкурентного преимущества также имеют влияния общие механизмы деятельности организации, которые несут свой вклад в процессе производства и реализации различных групп товаров.

Основными воззрениями создания и поддержания конкурентных преимуществ являются:

- улучшение основных хозяйственных аспектов предприятия;
- нарастание основных элементов, позволяющих находить новые конкурентные преимущества;
- функционирование системного подхода к формированию конкурентного преимущества [2, с. 74].

Исходя из выше перечисленного выделяют два подхода к определению конкурентных преимуществ и формированию конкурентной стратегии, позволяющих оказать на фирму положительный эффект:

- рыночная ориентация;
- ресурсная ориентация.

Последователи рыночной ориентации полагают, что стратегический успех предприятия исходит из четкой ориентации на рынки сбыта и следованию принципам стратегий рыночных лидеров, таких, как лидерство в издержках, дифференциация, фокусирование на одном из перспективных направлений, применительно к определенной группе покупателей, определенной части продукции или на определенном географическом рынке (на узкой нише рынка) [3, с. 76].

Сторонники ориентации на рынок обуславливают стратегический успех фирмы показателями парных переменных: узнаваемость отрасли, конкурирующих предприятий, и конкурентному положению предприятия в этой отрасли.

Для экономического успеха предприятию стоит выбрать грамотную конкурентную стратегию, не только относительно данной ситуации, но и относительно привлекательности конкурентной позиции структуры отрасли.

Противоположным является ресурсный подход, который функционирует как альтернатива рыночноориентированной схеме формирования стратегии.

Сторонников ресурсного подхода (Э. Рюли, Р. Холл) отталкиваются от мнения, что ориентация на рынки сбыта не всегда может гарантировать долговременное улучшение состояния фирмы [4].

Помимо этого, предполагается, что рыночно ориентированная система не уделяет достаточного вниманию следующим факторам:

- организационным;
- научно-психологическим;
- социальным факторам поведения предприятия в стратегическом отношении.

Таким образом, в данном подходе предполагается, что конкурентоспособность предприятия в длительном периоде зависит от имеющихся ресурсов и их комбинировании.

Можно сделать вывод о том, что ресурсный подход к формированию стратегии основывается на заключении о том, что при всем многообразии ресурсообеспеченности предприятия, главным является грамотное распределение этих ресурсов и сопоставление со существующими целями предприятия.

Упомянутые подходы к формированию стратегии выявляют следующие этапы ее разработки:

- уточнение целей и направлений развития предприятия;
- анализ факторов макросреды;
- анализ факторов микросреды.

Детальный анализ всех видов конкуренции оказывает помощь при выборе наиболее эффективного метода. Сперва стоит уделить внимание конкурентной стратегии проникновения на рынок и конкурентной стратегии.

Стратегия проникновения влияет на длительность прибывания продукта на рынке и предполагает выработку долгосрочной конкурентной стратегии. Общий смысл формирования подобной стратегии предполагает принятие ряда управленческих решений, таких, как решение о времени выхода на рынок, решения о величине инвестиций, а также уточнение характеристик товара и учет влияния перечисленных элементов на длительность жизненного цикла товара. Критериями эффективности процессов формирования и реализации стратегии в этом случае являются прибыль и доля рынка.

Конкурентная стратегия присутствия на рынке подразделяется на стратегию поведения предприятия на рынке и конкурентную стратегию. Данное разделение позволяет понять причины долгосрочного успеха предприятия.

Поведенческие конкурентные стратегии различаются в зависимости от уровня активности или проявления агрессии в поведении компании при

продвижении товаров. В данном контексте стратегии можно классифицировать как оборонительные, наступательные, стратегии отступления или ухода.

Стратегия конкурентной борьбы представляет собой результат выбора менеджментом компании методов ведения конкурентной борьбы в рамках поведенческих стратегий. Как известно, преимущества, которые предприятия получают в процессе глобализации, являются весомым дополнением к преимуществам, которые предприятия получают в сегменте своего функционирования.

С этой позиции под глобальной стратегией, следует понимать стратегию, ориентации на мировой рынок посредством производства и реализации продукции или услуг в соответствии с мировыми стандартами.

Подводя итоги исследования, можно сделать следующие выводы:

1. Обоснование выбора стратегии конкуренции следует осуществлять с учетом стратегии развития компании.

2. Стратегия конкуренции формируется с учетом видов деятельности компании, ее возможностей и системы ценностей.

3. Конкурентная стратегия уточняет основные направления деятельности компании, в рамках которой формируется цепочка ценности относительно конкурентов.

4. Выбор конкурентной стратегии сопряжен с риском неадекватной оценки факторов конкурентной борьбы, в том числе возможностей конкурентов, собственного потенциала, конкурентной ситуации, кризиса в экономике, и прочих факторов микро и макросреды.

Список используемых источников:

1. Федцов В.Г., Федцов В.В. Менеджмент в предпринимательской деятельности. М.: Рус. деловая лит., 2015. 256 с.
2. Хамел Г., Прахалад К.К. Конкуренция за будущее: создание рынков завтрашнего дня. М.: Олимп-Бизнес, 2013. 288 с.
3. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2013. 576 с.
4. Гурков И.Б. Стратегический менеджмент организации. М.: ТЕИС, 2014. 239 с.