

УДК 338:658

ВПЛИВ ВИБОРУ СТРАТЕГІЇ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

THE INFLUENCE OF THE CHOICE OF STRATEGY ON THE COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE

докт. екон. наук Каличева Н.Є.¹, Лобанова Є.В.¹,

¹*Український державний університет залізничного транспорту (м. Харків)*

D.Sc. (Econ) N.E. Kalicheva¹, E.V. Lobanova¹

¹*Ukrainian State University of Railway Transport (Kharkov)*

Стратегія підприємства — це загальний термін для різних стратегій підприємства, включаючи не тільки стратегію конкуренції, але й стратегію маркетингу, стратегію розвитку, стратегію бренду, стратегію фінансування, стратегію розвитку технологій, стратегію розвитку талантів, стратегію розвитку ресурсів тощо [1].

Стратегії підприємств з'являються нескінченно, наприклад, інформатизація є абсолютно новою стратегією. Хоча існує багато типів корпоративних стратегій, основні атрибути однакові. Всі вони є стратегіями для підприємства, і всі вони є стратегіями для загальних, довгострокових і фундаментальних питань підприємства. Наприклад: стратегія корпоративної конкуренції — це стратегія корпоративної конкуренції, стратегія чесності, довгострокових і основних питань корпоративної конкуренції; корпоративна маркетингова стратегія — це стратегія корпоративного маркетингу і стратегія корпоративної маркетингової чесності, довгострокових та фундаментальних питань корпоративного управління, стратегія проблеми; стратегія розвитку технології підприємства - це стратегія розвитку технології підприємства і стратегія для загальних, довгострокових і основних проблем розвитку технології підприємства; стратегія талантів підприємства — це стратегія розвитку талантів підприємства, а також загальні стратегії для постійних, довгострокових і фундаментальних проблем і т.д. [2].

Стратегія підприємства означає, що підприємство обирає відповідні сфери діяльності та продукти відповідно до власних ресурсів і сили відповідно до змін у навколишньому середовищі, формує власну основну конкурентоспроможність і виграє конкуренцію через диференціацію [3].

Обираючи стратегію, підприємство обирає серед різних способів, за допомогою яких зможе конкурувати. У цьому сенсі стратегічний вибір вказує на те, що компанія має намір робити, а чого вона робити не буде [4].

Типи стратегій підприємств включають: стратегію розвитку, стабільну стратегію, стратегію скорочення, стратегію злиття та поглинання, стратегію лідерства за витратами, стратегію диференціації та централізовану стратегію [5].

Підприємство отримує конкурентну перевагу, коли реалізує стратегію, яку конкуренти не можуть відтворити або імітувати її занадто дорого. Лише після того, як спроби конкурентів імітувати її стратегію припиняться або зазнають невдачі, організація може бути впевнена, що її стратегія створює одну чи більше корисних конкурентних переваг. Крім того, компанії повинні розуміти, що жодна конкурентна перевага не є постійною. Швидкість, з якою конкуренти набувають навичок для повторення стратегії створення вартості фірми, визначає, як довго зберігається конкурентна перевага підприємства.

Таким чином, конкурентоспроможність підприємства прямо залежить від правильного вибору стратегії та спроможності її адаптації до умов ринку.

[1] Дикань В. Л. Стратегічне управління: навч. посібник / В. Л. Дикань, В. О. Зубенко, О. В. Маковоз, І. В. Токмакова, О. В. Шраменко. – К. : «Центр учбової літератури», 2013. – 272 с.

[2] Дикань В. Л., Кірдіна О. Г. Сутнісні аспекти конкурентоспроможності національної економіки. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2009. № 28. С. 13-20.

[3] Василюк С.М. Поняття стратегії розвитку підприємства. *Економіка та держава*. 2020. №1. С. 121-125

[4] Каличева Н. Є., Політаєв Д. Б., Торопова Д. Д. Формування конкурентного середовища як фактор забезпечення сталого розвитку залізничного транспорту. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2019. № 66. С. 22-28.

[5] Дикань В. Л., Обруч Г. В. Дослідження теоретичних аспектів підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. *Сучасні напрямки розвитку економіки і менеджменту на підприємствах України*: матеріали II Всеукр. наук.-практ. конф. (26 жовтня 2016 р. м. Харків). Харків: ХНАДУ, 2016. С. 357-360.