

**К.е.н. доцент Карапетян Е.Т.
доцент Пода А. К.
кафедра економіки
підприємств і корпорацій
ТАНГ**

Основні параметри стратегій, які характерні для підприємств та умови їх реалізації

Характеристики стратегії зниження собівартості продукції

Переваги

- 1) додатковий ріст обсягу продаж і отримання надприбутку за рахунок зменшення ринкової долі конкурентів з більш висою ціною за аналогічні вироби;
- 2) руйнування стратегій конкурентів в області диференціації продукції і локалізації ринку за рахунок цінової доступності своїх виробів;
- 3) жорсткість вхідного бар'єру по собівартості для підприємств, які прагнуть в даний бізнес;
- 4) наявність великих резервів при підвищенні цін на сировину, матеріали, комплектуючі вироби і напівфабрикати;
- 5) гарантоване отримання прибутку в випадку, якщо споживачі зможуть знизити ціни в найближчих конкурентів;
- 6) витіснення товарів-замінників за рахунок масовості і низьких витрат виробництва;
- 7) створення іміджу добросовісного і надійного партнера, який піклується про бюджет споживачів.

Необхідні ринкові умови

- 1) підприємство володіє великою долею на ринку і має широкий доступ до дешевих сировинних ресурсів;
- 2) попит на продукцію, що випускається еластичний по ціні і досить однорідний по структурі;
- 3) конкуренція проходить переважно в ціновій області;
- 4) споживачі втрачають значну частину своїх доходів при підвищенні цін;

5) підприємства галузі виробляють стандартизовану продукцію і в існуючих умовах нема ефективних шляхів її диференціації.

Характеристики стратегій диференціації продукції

Переваги

- 1) додатковий ріст обсягу продаж і отримання надприбутку за рахунок завоювання переваг різних груп споживачів на базі переваг в технології;
- 2) розруха стратегій конкурентів в області зниження собівартості стандартної продукції локалізації ринку за рахунок різновиду продукції, яка пропонується і діяльності споживачів;
- 3) жорсткість вхідного бар'єру в галузь за рахунок наявності сформованих переваг споживачів;
- 4) гарантоване отримання прибутку від реалізації продукції підприємствам, які користуються послугами тільки однієї фірми;
- 5) витіснення товарів-замінників шляхом укріплення зв'язків з споживачами;
- 6) створення іміджу добросовісного і надійного партнера, який піклується про різних споживачів і їх специфічні запити.

Необхідні ринкові умови

- 1) існує багато методів виділення товарів на ринку; відмінні характеристики продукції сприймаються і ціняться споживачами;
- 2) попит на продукцію, що випускається за структурою досить різновидний; споживачі використовують різні варіанти продукції, що пропонується;
- 3) конкуренція проходить переважно в ціновій області;
- 4) продукція підприємства займає не значну частину в бюджеті споживачів;
- 5) не багато підприємств галузі використовують стратегію диференціації.

Вимоги до організації виробництва і управління

- 1) наявність виробництва, яке легко переналагоджується; високий рівень конструкторської підготовки виробництва; власні НДДКР і досвідне виробництво; потужна маркетингова служба, орієнтована на весь ринок; роздрібна або мілко оптова реалізація продукції.

Характеристики стратегії негайного реагування на потреби ринку

Переваги

- 1) отримання надприбутку за рахунок високої ціни на дефіцитну продукцію;
- 2) висока заінтересованість споживачів в придбанні товару;
- 3) невелика кількість товарів замінників;
- 4) створення іміджу підприємства, яке готове пожертвувати всім для негайного задоволення потреб, які з'явилися в споживачів.

Необхідні ринкові умови

- 1) попит на продукцію не еластичний;
- 2) «вхід» в галузь і «вихід» з неї не представляє труднощів;
- 3) невелика кількість конкурентів;
- 4) нестабільність ринку.

Вимоги до організації виробництва і управління

- 1) невелике гнучке неспеціалізоване підприємство з високою ступеню диверсифікації; проектна структура; висока ступінь мобільності персоналу; маркетингова служба, яка орієнтована тільки на високорентабельні не довгострокові проекти.

Характеристики стратегії впровадження нововведень

Переваги

- 1) отримання надприбутку за рахунок монопольних ціни;
- 2) блокування входу в галузь за рахунок монопольного володіння винятковими правами на продукцію, техніку, послуги і інше;
- 3) гарантоване отримання прибутку на протязі дії виняткових прав;
- 4) відсутність товарів замінників;
- 5) створення іміджу новатора, який використовує власні досягнення в області науки та техніки для повної реалізації потенційних можливостей споживачів.

Необхідні ринкові умови

- 1) відсутність аналогів продукції, наявність потенційного попиту на нововведення які пропонуються, і великі підприємства, які готові підтримати інновацію.

Вимоги до організації виробництва і управління

- 1) висока науково-технічна кваліфікація персоналу, проектна (матрична) структура управління, венчурна організація бізнесу на початкових етапах нововведення.