

Ареф'єва О.В., д.е.н., професор,
Говсєєв Д.Д., магістрант кафедри економіки
повітряного транспорту,
Національний авіаційний університет,
м. Київ, Україна

СТРАТЕГІЇ ЗАХИСТУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕДОБРОСОВІСНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

В умовах економічної глобалізації конкуренція повинна забезпечувати зростання підприємства не стільки на традиційній основі через ціни, якість, нарощування виробничих потужностей, скільки через здатність підприємства створювати нові конкурентні переваги, зберігати конкурентний статус, не зважаючи на динамічні зміни й нові економічні, інформаційні та технологічні диспропорції. Сучасні глобалізаційні виклики, сформованих пандемією й міжнародними обмеженнями, потребують активізації усіх накопичених резервів, пошуків нових джерел та форм економічного розвитку. У цих умовах перед вітчизняними транспортними підприємствами постає необхідність прийняття нових стратегічних засад щодо адаптації, забезпечення стійкого розвитку і збереження конкурентних переваг.

Реалізація розвиткових процесів на підприємстві вимагає певної підготовки та використання методів і прийомів стратегічного управління із відповідним прогнозуванням складових зовнішнього середовища. Саме це дозволить розробити заходи для адаптації елементів економічного потенціалу підприємства до змін та прийняти обґрунтоване управлінське рішення при побудові організаційної структури із удосконаленим наповненням функцій на підставі удосконалених компетенцій. В даному контексті зазначимо, що необхідно формування стратегії як основної (ділової), так і конкурентних за наявними напрямками бізнесу, які можуть бути як орієнтовані на розвиток, збільшення сегменту ринку, так і на звуження його і скорочення комерційно-виробничої діяльності [1, с. 179.].

В ринкових умовах господарювання на високодохідних ринках завжди існує конкуренція, частіше всього вона насить недружній характер. Дії конкурентів перешкоджають безперервній комерційно-маркетинговій діяльності, що може привести до зниження продажів і, як наслідок, падіння прибутків. Саме вони є джерелом розширеного відтворення підприємства, фінансування модернізаційних процесів, реалізації інноваційних стратегій, ринкових програм. Негативні впливи поводують небезпеки і кризові явища, які гальмують внутрішні процеси на підприємствах.

Ухвалення будь-яких управлінських рішень найчастіше супроводжується ризиками, а ризик є попередником кризових явищ на підприємстві. Управлінські процеси, які здійснюються на сучасних підприємствах, повинні включати в себе антикризові заходи. Важлива роль в антикризовому управлінні відводиться використанню інноваційного потенціалу, оскільки від можливості впровадження інновацій залежить подальший розвиток підприємства. [2, с. 179.].

До основних елементів зовнішнього мікросередовища (безпосереднє оточення) підприємств відносяться компоненти, які безпосередньо (прямо) впливають на функціонування підприємств. Тобто все те, що визначає місцезнаходження підприємства на ринку серед конкурентів і формує його конкурентні позиції, від яких залежить його подальше фінансове добробут. Чим інтенсивніше конкурентна боротьба, тим складніше підприємству вижити і підтримувати свою фінансову стійкість. До факторів мікросередовища відносяться:

- галузеві умови функціонування (середньогалузева рентабельність, інтенсивність конкуренції, структура обігу витрат, розмір інвестицій в галузь, розмір і темпи зростання відповідного ринку, кількість працюючих і т.д.);

- стан і динаміка конкурентного середовища в галузі, наявність нових агресивних конкурентів, обмеженість ресурсів що визначається під впливом боротьби «п'яти сил конкуренції»; конкуренція з боку товарів-субститутів, що є незамінним і конкурентоспроможним за показниками якості і ціни; загроза появи нових конкурентів; економічні можливості і здатності постачальників; економічні можливості покупців послуг. Визначення найбільш впливових сил значним чином покращить прийняття управлінських рішень при реагуванні на силу конкурентної боротьби і можуть привести до зміни позицій підприємства на ринку;

- рівень і характеристика конкуренції між підприємствами галузі на даному сегменті ринку (цілі конкурентів, особливості проведення ними товарної та цінової політики, організації збуту, прийоми стимулювання реалізації продукції і послуг, фінансовий стан підприємств, потенціал конкурентів). Врахування цих факторів сприятиме вчасну розробку захисних стратегій діяльності підприємства, формування необхідного іміджу на вже опанованих сегментах ринку.

Список використаних джерел

1. Ареф'єва О.В. Теоретичне підґрунтя формування адаптивного управління змінами потенціалу підприємства / Ареф'єва О.В., Мягих І.М., Ареф'єв С.О. // Електронне наукове фахове видання: Адаптивне управління: теорія і практика. Серія: Економіка. - 2018. - 5, №10.

2. Пілецька С.Т., Ткаченко Є.В. Інноваційний потенціал підприємства в системі антикризового управління. Облік і фінанси. Товариство з додатковою відповідальністю Інститут обліку і фінансів. 2020. №1(87). С. 178-184.

3. O. Vovk; T. Tkachenko; S.Smerichevska; Y.Osypova; L. Raicheva. Implementation of modernization potential to ensure economic safety of enterprises. Laplage Em Revista, (International). Vol. 7, n. 3, Sept. - Dec. 2021, p. 363-373.
Режим доступу : <https://laplageemrevista.editorialaar.com/index.php/lpg1/issue/view/45>