# Применение конкурентных стратегий

В условиях современного бизнеса, где конкуренция становится все более жесткой, фирмам необходимо разработать и применять эффективные конкурентные стратегии, чтобы выжить и преуспеть на рынке. Конкурентные стратегии представляют собой планы и действия, которые фирма использует для достижения конкурентного преимущества перед своими конкурентами. В данном реферате рассмотрим основные типы конкурентных стратегий и способы их применения.

1. Ценовая стратегия. Ценовая стратегия заключается в установлении конкурентоспособной цены на продукцию или услуги. Фирма может выбрать стратегию низкой цены, когда она предлагает продукцию по более низкой цене, чем конкуренты, или стратегию дифференциации цены, когда она предлагает продукцию с уникальными характеристиками по более высокой цене. Ценовая стратегия может быть эффективной для фирм, которые имеют преимущество в снижении издержек производства или имеют возможность предложить уникальные продукты или услуги.
2. Дифференциация продукта. Дифференциация продукта заключается в создании уникальных и инновационных продуктов или услуг, которые отличаются от продукции конкурентов. Фирма может дифференцировать свою продукцию по различным параметрам, таким как дизайн, качество, функциональность, удобство использования и т.д. Дифференциация продукта позволяет фирме выделиться на фоне конкурентов и привлечь внимание потребителей.
3. Сегментация рынка. Сегментация рынка предполагает разделение рынка на отдельные сегменты и разработку специфической стратегии для каждого сегмента. Фирма может выбрать стратегию концентрации, когда она сосредотачивается на определенном сегменте рынка и предлагает продукцию или услуги, которые соответствуют его потребностям. Фирма также может выбрать стратегию дифференциации, когда она предлагает различные продукты или услуги для разных сегментов рынка.
4. Стратегия роста. Стратегия роста предполагает увеличение объема продаж и расширение бизнеса. Фирма может выбрать стратегию рыночного проникновения, когда она стремится увеличить свою долю на существующем рынке путем привлечения новых клиентов или увеличения частоты покупок существующих клиентов. Фирма также может выбрать стратегию развития новых продуктов или услуг, когда она вводит на рынок новые продукты или услуги, которые могут привлечь новых клиентов.
5. Международная стратегия. Международная стратегия предполагает расширение бизнеса за пределы национального рынка. Фирма может выбрать стратегию экспорта, когда она продает свою продукцию или услуги на зарубежные рынки. Фирма также может выбрать стратегию прямых инвестиций, когда она создает филиалы или дочерние компании за рубежом.
6. Стратегия альянсов и партнерств. Стратегия альянсов и партнерств заключается в установлении сотрудничества с другими фирмами для достижения общих целей. Фирма может выбрать стратегию горизонтального альянса, когда она сотрудничает с конкурентами для совместного развития продукции или услуг. Фирма также может выбрать стратегию вертикального альянса, когда она сотрудничает с поставщиками или дистрибьюторами для оптимизации цепи поставок.

В заключение, применение конкурентных стратегий является необходимым условием для успешной конкуренции на рынке. Фирмы должны разрабатывать и применять эффективные конкурентные стратегии, которые позволят им выделиться на фоне конкурентов и достичь конкурентного преимущества. Основные типы конкурентных стратегий включают ценовую стратегию, дифференциацию продукта, сегментацию рынка, стратегию роста, международную стратегию и стратегию альянсов и партнерств. Каждая из этих стратегий имеет свои особенности и требует системного подхода и реализации комплекса мероприятий. Только такая комплексная стратегия позволит фирме достичь и поддержать высокую конкурентоспособность и преуспеть на рынке.