

КОНКУРЕНТИ І КОНКУРЕНТНА БОРОТЬБА ЯК ЕЛЕМЕНТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ

Студ. Коростинська Н.Р.

Наук. керівник: доцент Геселева Н.В.

Київський національний університет технологій та дизайну

Кожна компанія і її власники прагнуть витіснити з ринку конкурентів, бути у всьому краще, бути першими. Але сама конкуренція є тільки двигуном прогресу. Завдяки їй компанія буде надавати більш якісний товар, і в той же час конкуруюча їй фірма буде також прагнути до досконалості. Це викликає попит на ринку, покращує загальну якість товарів і послуг, які можуть бути запропоновані потенційному покупцеві.

Конкуренція – це суперництво між організаціями на ринку. Саме слово перекладається з латинської мови як боротьба за перевагу в будь-якій сфері взаємин.

Конкуренція допомагає регулювати виробництво, ринок товарів і послуг, розширювати пропозицію для клієнтів. Через те, що основою ринкових відносин між підприємствами є боротьба за виживання, то завдяки конкуренції в певній сфері залишаються тільки лідери і професіонали, які готові вдосконалюватися.

Сучасна конкуренція буває досконалою і недосконалою. Перший варіант є правильним і важливим фактором для розвитку підприємств.

Якщо не контролювати досконалу конкуренцію, то з часом вона перетвориться в недосконалу – одне підприємство може повністю підпорядкувати собі всю сферу виробництва і реалізації певного виду товарів чи послуг. Це закінчиться тим, що організація зупинить свій розвиток, буде висувати завищені ціни і зможе повністю контролювати попит у покупців.

В умовах надмірної конкуренції в одній сфері послуг або товарів може бути занадто багато компаній, тому з'являється надвиробництво – виробники випустили на ринок набагато більшу кількість товару, який в кілька разів перевищує попит. Щоб реалізувати його підприємствам доведеться зменшувати вартість і зазнавати збитків. В результаті багато фірм не витримують фінансове навантаження і стануть банкрутами.

Конкурентна боротьба – діяльність фірми, спрямована на придбання конкурентних переваг, на завоювання міцних позицій на ринку і на витіснення з ринку конкурента.

Конкурентна боротьба за кінцевого покупця на ринку відбувається постійно, в ній використовуються всі можливі інструменти і ресурси компанії. Компанія, яка не веде конкурентну боротьбу, не протистоїть конкурентам, приречена на втрату частки ринку.

Щоб ефективно протистояти конкурентам, необхідно послідовно пройти всі етапи конкурентної боротьби:

- Визначити цільову аудиторію і основних конкурентів;
- Визначити конкурентну перевагу і розробити стратегію її зміцнення і розвитку;
- Затвердити основну конкурентну стратегію в галузі;
- Розробити тактичні прийоми для протистояння основним конкурентам.

Основні правила конкурентної боротьби полягають в трьох пропозиціях:

- не нашкодь ринку;
- не нашкодь собі;
- працюй в рамках закону.

Будь-які дії, спрямовані проти конкурентів, не повинні призводити до обвалу і зниження обсягу ринку, на якому працює ваша компанія. Всі дії, спрямовані проти конкурентів не повинні призводити до зниження прибутковості вашого бізнесу в довгостроковій перспективі. Компанії повинні керуватися законними засобами конкурентної боротьби і дотримуватися норм права.