

АНАЛІЗ КОНКУРЕНТІВ ЯК ОДИН ІЗ ВАЖЛИВИХ РОЗДІЛІВ БІЗНЕС-ПЛАНУ

В сучасній теорії конкурентоздатності виділяються два типи конкурентних переваг:

- більш низькі витрати;
- спеціалізація.

Низькі витрати – це не просто сума затрат на виробництво, але й здатність фірми розробляти, виготовляти і збувати товар більш ефективно, ніж конкурент. Це означає, що під низькими витратами слід розуміти:

- а) безпосередньо менші витрати на виробництво продукції;
- б) коротша тривалість всього циклу операцій з товаром, починаючи від технічної підготовки, виробництва і до продажу його споживачу.

Досвід роботи зарубіжних фірм свідчить, що стратегію забезпечення конкурентоздатності слід будувати на одному із видів конкурентних переваг. Спроба сумістити два зазначених її види неминуче призведе до невдачі.

Вибір найбільш відповідної стратегії конкуренції залежить від можливостей фірми.

Так, стратегія забезпечення конкурентоздатності, яка ґрунтується на менших витратах, може бути застосована при таких умовах:

- наявність у фірмі застарілого обладнання;
- невисока кваліфікація працівників;
- відсутність цікавих технічних новинок, які можна було б впровадити у виробництво;
- невисокі заробітна плата і інші затрати на виробництво.

В цьому випадку фірма може взяти на озброєння стратегію, яка полягає у виготовленні дешевих товарів невисокої якості. Вона призначена для досить багаточисельних покупців (менш забезпечених). Зростання маси прибутку досягається за рахунок збільшення масштабу виробництва при невисокій прибутковості виробів.

Всі види конкурентних переваг з точки зору їх сталості поділяються на дві групи:

- переваги нижчого порядку;
- переваги вищого порядку.

Перші пов'язані з використанням дешевих ресурсів (трудових, сировинно-матеріальних, енергетичних). Вони нестабільні, оскільки можуть в будь-який момент бути втрачені за рахунок підвищення цін, зарплати і т.д.

Переваги вищого порядку пов'язані з виготовленням оригінальної продукції, використанням передових технологій, висококваліфікованих спеціалістів, наявністю репутації фірми. Ці переваги є більш стабільними, бо вони базуються на факторах довготривалості дії.

Відповідні види конкурентних переваг обумовлюють певні методи конкуренції. Серед яких:

- цінова конкуренція;
- нецінова політика;
- конкуренція сервісу

Виходячи із стратегії забезпечення конкурентоздатності, необхідно вибрати для боротьби з конкурентами один із методів конкуренції і постаратись в максимальній мірі його реалізувати.