

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Функціонування суб'єктів господарювання в умовах економічного розвитку пов'язане з постійним пошуком шляхів підвищення конкурентоспроможності продукції, персоналу, підприємства в цілому.

За допомогою матриці прийняття рішень щодо розвитку конкурентоспроможності підприємства (рис.) можна визначити до якого типу структури товарного ринку належить досліджуване підприємство та розробити відповідні напрямки розвитку його конкурентоспроможності.



Рис. Матриця прийняття рішень щодо розвитку конкурентоспроможності підприємства.

Сектор А «золота середина». Таку конкурентну структуру зазвичай ідентифікують з таємною олігополією, для якої характерне існування змови провідних виробників про ціни, квоти і розподіл ринкового простору.

Сектор В. Це ринок, на якому представлені різні за розмірами підприємства, але властивим є узгодження дій через механізм так званого «лідерства в цінах».

Сектор С. Дуополія. Характеризує або тимчасовий стан ринку на етапі пропозиції нового продукту і випробування сил, або ж стан жорсткої конкуренції при переході від більш простих до більш розвинутих форм монополії.

Сектор D. Типовою є пропозиція диференційованого продукту при існуванні достатньо великої кількості підприємств-конкурентів з незначною ринковою часткою.

Сектор E. Це ринок становлення унікального продукту, відтворення якого конкурентами є майже недосяжним.

Сектор F – є сектором продукування монополій. Характеризується низьким рівнем інтенсивності конкуренції на ринку, середнім рівнем конкурентоспроможності діючих суб'єктів та пропозицією диференційованого продукту.

Сектор G – відповідає ринку зі слабкою конкуренцією та низьким рівнем конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів, що в арсеналі інструментів конкурентної боротьби мають лише конкурентні переваги нижчого рівня, а на їх продукт існує остаточний попит.

Сектор H – об'єднує в своїх межах підприємства з низьким рівнем конкурентоспроможності, що діють в умовах помірної конкуренції. Політика конкурентної боротьби спрямована на набуття стандартним продуктом ознак диференційованості.

Сектор I – типовий приклад ринку досконалої конкуренції, на якому представлена величезна кількість підприємств зі стандартизованим продуктом і незначними резервами для ведення конкурентної боротьби.

В процесі управління розвитком конкурентоспроможності підприємства особлива увага повинна приділятися вивченню конкурентної структури ринку, на якому представлено підприємство, рівня конкуренції та власних позицій підприємства на ньому. Інтуїтивні конкурентні дії спричиняють гальмування процесу вдосконалення напрямків діяльності, роблять його більш тривалим, викликають протиріччя між необхідністю вдосконалення й обмеженими можливостями підприємства.