

image not found or type unknown



Данная тема актуальна в современном мире. Для того, чтобы разработать стратегию развития нужно в первую очередь компаниям изучить своих потенциальных конкурентов. Конкуренты - компании, вовлеченные в конкуренцию на определенных товарных и географических рынках.

Алгоритм проведения анализа инвестиционной привлекательности отрасли включает в себя два этапа: оценку уровня интенсивности конкуренции и оценку стадии ее развития. Ключевое место в анализе инвестиционной привлекательности отрасли отводится изучению конкурентной борьбы, определению ее источников и оценке конкурентных сил. В соответствии с моделью Портера, на уровень интенсивности конкуренции в отрасли влияют такие факторы (движущие силы конкуренции), как угроза входа в отрасль новых производителей, внутриотраслевая конкуренция, давление на производителя со стороны покупателей, давление на производителя со стороны поставщиков сырья и материалов, угроза со стороны продуктов-заменителей, макросреда и государственная политика. Оценка влияния каждой движущей силы (фактора) на общий уровень интенсивности конкуренции в отрасли проводится на основе балльно-экспертной шкалы.

Следующий этап анализа инвестиционной привлекательности отрасли - определение стадии ее развития. К числу основных критериев при этом относятся показатели, характеризующие темпы роста, потенциал отрасли и эволюцию продуктов и технологии. И наконец, на базе сопоставления результатов, полученных на первом и втором этапах анализа, оценивается уровень инвестиционной привлекательности отрасли.

Инвестиционная привлекательность отрасли - это первая контрольная точка для стратега. На следующем этапе оценивается конкурентная позиция компании в анализируемой отрасли. Часто для этих целей используется инструментарий SWOT-анализа. Не вдаваясь в детали, отметим, что результатом проведения SWOT-анализа является развернутая классификация факторов внешней и внутренней среды, представленная в следующем формате

SWOT-анализ позволяет сформулировать перечень стратегических действий, направленных на усиление конкурентных позиций предприятия и его развитие.

Я взяла для примера фирму.

X5 Retail Group — ведущая компания современной розничной торговли — создаёт, развивает и управляет портфелем брендов сетевых магазинов.

Цель X5 – быть компанией первого выбора для российских покупателей, самым привлекательным работодателем для сотрудников и самой ценной инвестицией для своих акционеров. Компания строит отношения с поставщиками на учёте взаимных коммерческих интересов и ориентированы на долгосрочные партнёрские отношения с производителями.

Также поддерживает открытый диалог с государственными и общественными институтами, развиваем взаимодействие с локальными сообществами.

Чтобы достичь стратегических целей, менеджеры компании придерживаются следующего набора принципов:

-Клиентоцентричность: помимо совершенствования каждого магазина мы используем технологии и инновации, чтобы лучше адаптироваться к меняющемуся спросу.

-Опережающее внедрение инноваций: технологии меняют нашу отрасль со всё большей скоростью, и мы намерены быть на первом плане этой технологической трансформации, разрабатывая и внедряя новые способы повышения эффективности и лучшего удовлетворения потребностей клиентов.

-Нацеленность на лидерство: наша управленческая команда состоит из опытных и высококвалифицированных специалистов, и мы реализовали долгосрочную и краткосрочную программы премирования для согласования интересов менеджмента с нашими целями устойчивого, долгосрочного и прибыльного роста бизнеса.

-Эффективная операционная модель: X5 реализует децентрализованную модель управления, предоставляя каждой из торговых сетей значительную долю ответственности за успех своего сегмента бизнеса.

После изучения SWOT-анализа компании можно сказать с уверенностью, что слабых сторон по отношению к конкурентам мало в данной фирме.

Компания хорошо изучила конкурентов, составила стратегию развития и тем самым это повлияло положительно. Зафиксировано в одном из источников : «По

продажам «Магнит» все больше отстает от главного конкурента X5 Retail Group. За тот же квартал ее чистая розничная выручка выросла на 14,4% до 435,587 млрд руб.»Главный из конкурентов.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что конкуренция двигает вперед и улучшает работу менеджеров в фирмах.

Список литературы:

1. http://e-biblio.ru/book/bib/07_marketing/market_strat/hb.html#_Toc333910437
2. <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2018/10/25/784738-x5-prigotovilas-konkurirovat>
3. <https://thebell.io/magnit-vyglyadit-slabee-x5-retail-group>
4. <https://www.x5.ru/ru/Pages/About/OurStrategy.aspx>