

image not found or type unknown



Конкурентное действие в предпринимательстве — осознанное, намеренное действие (поступок) субъекта предпринимательства, которое прямо адресовано одному конкуренту, группе или совокупности конкурентов, или косвенно затрагивает их интересы в сфере предпринимательской деятельности (производстве, продаже, рыночной деятельностью, ценообразовании, связи с общественностью, взаимодействием с органами государственной власти, внутрифирменном администрировании, и другое).

Существует 4 типа конкурентных действий - воздействие, противодействие, содействие, бездействие. Я хотел бы рассмотреть такие действия на примере компании, в которой я имел опыт работы. Это представитель ритейла в сфере одежды и моды, крупная российская сеть. Представлена в Москве и нескольких других крупных городах страны. Отрасль, в которой функционирует компания, можно характеризовать как высоко конкурентный. Поэтому на данном примере можно легко выделить и классифицировать все виды конкурентных действий между компаниями.

Примером воздействия является масштабная экспансия компании на рынке ритейла одежды в 2018 году, когда компания решила резко увеличить свою долю на рынке, открыв сразу ряд новых магазинов, тем самым повысить свое присутствие на рынке и начать более активно конкурировать с другими компаниями. Еще один пример воздействия - создание нового бренда одежды, специализированного на женском белье, с целью занять еще одну нишу в сфере ритейла одежды. Данная ниша в Российском рынке была на тот момент представлена всего несколькими компаниями, поэтому выход в данную нишу оказал значительное влияние на конкурентов.

Примерами стратегий противодействия можно привести переманивание нескольких ключевых специалистов из компании конкурента, тем самым ослабив их конкурентные позиции, и усилив собственные. Еще один пример - формирование в 2017 году ряда корпоративных норм, принципов и положений, направленных на улучшение климата внутри коллектива компании, построение собственного корпоративного этикета, с целью улучшения лояльности сотрудников интересами компании. Таким образом компания противодействовала возможным в дальнейшем проблемам с переманиванием сотрудников компаниями.

конкурентами.

Содействие – примеров можно привести проведение совместной рекламной кампании с одним из потенциальных конкурентов, с целью привлечения клиентов к магазинам обоих брендов. Поскольку магазины брендов были расположены рядом в рамках одного торгового центра, было принято решение о проведении совместной рекламной кампании. Оба бренда сложили средства и разместили большой баннер с брендами при входе в торговый центр. Еще один пример содействия – присоединение одного из конкурентных брендов к данной компании, таким образом конкурент, который был на грани закрытия получил возможность продолжить существование, а наша компания расширила свою долю на рынке.

Бездействие – как пример в 2018 году многие компании пересмотрели систему заработной платы, сделав ее более привлекательной для сотрудников (была увеличена окладная часть). Наша компания никаких изменений не предприняла. Это оказало негативное влияние на конкурентные позиции компании. Также Многие конкуренты начали внедрять новые скрипты при проведении интервью, с целью повышения заинтересованности в их бренде. Наша компания не сразу отреагировала на это изменение, что повлияло на процент кандидатов, доходящих до финального этапа собеседования.

Подытоживая, можно сказать что все приведенные примеры, помимо последних двух, оказали положительное воздействие на конкурентные позиции компании на рынке.