

ВИБІР СИСТЕМИ ВЗАЄМОЗАЛЕЖНИХ ВИДІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПРИ ФОРМУВАННІ СТРАТЕГІЇ КОНКУРЕНЦІЇ

Мурашко І. М.

Национальный технический университет

«Харьковский политехнический институт», м. Харьков

Види діяльності при конкуренції в якій-небудь певній галузі можна розділити на категорії в ланцюжок цінності. Усі види діяльності, що входять у ланцюжок цінності, вносять свій вклад у споживчу вартість. Їх можна умовно розділити на дві категорії: *первинна діяльність* (постійне виробництво, збут, доставка й обслуговування товару) і *вторинна* (забезпечення компонентами виробництва: технологією, людськими ресурсами тощо, або забезпечення функцій інфраструктури в підтримку іншої діяльності), тобто підтримуюча діяльність. Але фірма — це не тільки сума всіх видів її діяльності. Ланцюжок цінності фірми — це система взаємозалежних видів діяльності, між якими існують зв'язки. Ці зв'язки виникають, коли метод якого-небудь виду діяльності впливає на вартість або ефективність інших.

Фірма може домогтися конкурентної переваги, краще організовуючи ці зв'язки. Ланцюжок цінності дозволяє краще зрозуміти джерела виграшу в рівні витрат. Виграш у витратах визначається розмірами витрат у всій необхідній діяльності (порівняно з конкурентами) і може виникнути на будь-якому її етапі. Однак фірми, що лідирують за рахунок зниження витрат, домагаються виграшу й шляхом розробки нових, більш дешевих товарів, застосування менш дорогого маркетингу, зниження витрат на обслуговування, тобто витягають виграш у витратах з усіх ланок ланцюжка цінності. Крім того, для одержання виграшу по витратах найчастіше потрібне ретельне «припасування» не тільки зв'язків з постачальниками та торговельною мережею, а й усередині фірми.

Ланцюжок цінності також допомагає зрозуміти резерви для диференціації. Фірма створює особливу цінність для покупця (а в цьому й полягає зміст диференціації), якщо вона дає покупцеві таку економію або такі споживчі властивості, які він не може одержати, купивши товар конкурента.