

ТЕМА 4

ОЦІНКА ПРИВАБЛИВОСТІ ГАЛУЗІ

1. Оцінка привабливості галузі та перспектив її розвитку

Результати аналізу галузі і конкуренції в ній в остаточному підсумку дозволяють оцінити ситуацію в галузі в цілому і виробити судження про привабливість чи непривабливість галузі на даний момент і в перспективі.

Для визначення привабливості галузі можуть бути використані такі показники:

- прибутковість галузі;
- значення продукції для суспільства;
- потенціал зростання галузі;
- стабільність попиту;
- серйозність проблем, що стоять перед галуззю в цілому;
- ступінь ризику і невизначеності, пов'язаних з майбутнім розвитком галузі;
- характер конкуренції і кількість підприємств у галузі;
- технічний рівень виробництва;
- технології, що використовуються, їхня конкурентоспроможність порівняно зі світовим досвідом;
- сприятливий чи несприятливий вплив на дану галузь основних рушійних сил;
- можливість приходу в галузь (відходу з галузі) великих фірм;
- посилення чи послаблення сил конкуренції;
- необхідний рівень якості для забезпечення конкурентоспроможності продукції на внутрішньому і світовому ринках;
- організаційно-управлінські особливості процвітаючих підприємств галузі (тривалість виробничого циклу, спеціалізація, кооперація, концентрація, централізація та ін.);
- канали розподілу і специфіка системи збуту;
- вимоги до рівня кваліфікації і досвіду персоналу та можливості їх досягнення;
- екологічні обмеження.

При оцінці привабливості галузі різними авторами пропонується враховувати різну кількість показників галузі, при цьому найчастіше варіюється і питома вага кожного показника.

Одним із загальних показників привабливості галузі є рівень одержання прибутку. Якщо в конкретній галузі існує перспектива одержання прибутку більш високого, ніж в інших галузях, то цю галузь можна вважати привабливою. Якщо ж рівень можливого прибутку нижчий, ніж в інших галузях, то галузь вважається непривабливою. Але завжди слід враховувати, що привабливість поняття відносне, а не абсолютне, і тому уявлення про шляхи розвитку галузі залежить від дослідника. Іншими словами, привабливість галузі повинна оцінюватися з позиції конкретної фірми. Якщо фірма робить висновок, що галузь приваблива, то вона звичайно бере на озброєння агресивну стратегію

зростання і розвитку, що припускає збільшення зусиль на розвиток продажів, здійснення інвестицій для розширення виробничих можливостей і відновлення устаткування та ін. Такі дії необхідні для зміцнення конкурентних позицій фірми в перспективі.

Якщо фірма робить висновок про непривабливість галузі, то її дії можуть бути такі:

- успішно діюча фірма буде виявляти обережність при інвестуванні і буде намагатися захистити свою конкурентоспроможність і прибутковість у перспективі чи прийняти рішення про диверсифікацію в більш сприятливі сфери діяльності;
- більш слабка фірма може взагалі піти з галузі чи прийняти рішення про злиття з конкурентами;
- якщо ж фірма не належить до даної галузі і розглядає питання про приєднання до неї, то вона може прийняти негативне рішення і почати пошук інших можливостей.

2. Економічні показники оцінки конкурентоздатності галузі

Конкуренція – це боротьба між суб'єктами господарювання економічної сфери за більш вигідні умови виробництва та продажу товарів, послуг.

Під час вивчення конкурентоспроможності особливу увагу слід приділити факторам впливу на конкурентоспроможність галузі, підприємства та продукції (табл. 1).

Таблиця 1 – Фактори впливу на конкурентоспроможність

Об'єкт дослідження	Фактори впливу
Галузь	- темп росту розмірів ринку - ступінь життєвий циклу галузі - кількість підприємств в галузі - легкість входу на ринок і виходу з нього - технології, інновації - характеристики продукції - вплив товарів-замінників - економія на масштабах виробництва - крива досвіду - завантаженість виробничих потужностей - прибутковість галузі
Підприємство	- ефективність виробничої діяльності - фінансове положення підприємства - ефективність організації збуту та просування товару - конкурентоспроможність товару - імідж підприємства - екологічність підприємства - соціальна ефективність - система та методи управління підприємством - інноваційний характер виробництва - система довгострокового планування
Продукція	- якість – ефект від використання - ціна – затрати на використання - ремонт – утилізація - спосіб просування товару на ринок – умови платежу - канали збуту – сервісне обслуговування

Перелічені фактори, з одного боку, загрожують існуванню галузі, підприємства, продукції, а з іншого – формують можливості для їхнього подальшого розвитку.

3. Умови забезпечення конкурентоспроможності

Кожному із зазначених факторів, або їх групі мають відповідати умови забезпечення конкурентоспроможності галузі, підприємства, продукції (табл. 2).

В даному переліку умов забезпечення конкурентоспроможності вказані лише найважливіші умови, однак його можна деталізувати та розширити відповідно до ситуації, що склалася на ринку.

Таблиця 2 – Умови забезпечення конкурентоспроможності

Об'єкт дослідження	Умови забезпечення
Галузь	- антимонопольне регулювання - стимулювання політики уряду в області обсягів інвестицій, кредитних, податкових і митних ставок - запровадження нових продуктів - технологічні зміни - регулювання експорту-імпорту - удосконалення законодавчої бази - збільшення доходності населення
Підприємство	- поліпшення якості продукції (за рахунок дотримання технології виробництва, використання технічних новинок тощо) - використання ефективної реклами - підвищення якості сервісного обслуговування товару, що реалізується - постійне вивчення потреб споживачів - розширення асортименту продукції - впровадження нових технологій - наявність кваліфікованого персоналу - наявність постійних і надійних постачальників - зниження витрат
Продукція	- удосконалення проектування - використання найсучасніших техніки і технологій - вхідний контроль якості сировини, матеріалів та комплектуючих - забезпечення стандартизації, сертифікації та уніфікації - вдосконалення організації виробництва і праці - вдосконалення методів технічного контролю - підвищення кваліфікації кадрів - дотримання технологічної і виробничої дисципліни - забезпечення загальної культури виробництва - система планування і прогнозування якості - встановлення прийнятих для виробника і споживача цін - економічне стимулювання виробництва високоякісної продукції - правильна кадрова політика - створення належних умов праці і відпочинку - мотивація праці