



Международно Висше Бизнес Училище
International Business School

ECE

НА ТЕМА:

АНАЛИЗ НА КОНКУРЕНТНО ПОВЕДЕНИЕ

Изготвил:

Проверил:

София, 2017

Въпреки че по-малките конкуренти на ИКЕА имат по-малка покупателна сила от доставчиците (поради по-малките обеми поръчки), те биха могли да реагират по-бързо на нововъзникващите тенденции на пазара. Въпреки това, ИКЕА поддържа полезни взаимоотношения с доставчиците, за да осигури директна комуникация, с оглед отговор на нуждите на клиентите.

Спрямо по-големите конкуренти, ИКЕА има основен фокус минимизиране на разходите, за да се запази конкурентно предимство.

Друго конкурентно предимство е липсата на производствени мощности, фабрики и складове, тъй като цялата производствена дейност е възложена на местни доставчици. Освен това, стойността на търговската марка на ИКЕА, известна с високо качество, ниска цена, съвременни продукти, поставя предизвикателства пред новите конкуренти да навлязат на пазара за обзавеждане на дома (т.е. лоялност). ИКЕА също така се диференцира стратегически от конкурентите чрез поставяне на пазари в географски райони, които са най-подходящи за нейните клиенти.

Конкурентното предимство произтича от способността на фирмата да изпълнява изискваните дейности, или при по-ниски разходи от конкурентите, или по диференцирани начини, които създават стойност за потребителя и позволяват на фирмата да управлява премията¹. ИКЕА постига конкурентно предимство с иновативност и политика на разходите. Конкурентното предимство може да бъде най-добре разбрано, като се приложи моделът за веригата на стойността на Майкъл Портър (SWOT анализ), който позволява на фирмите, конкуриращи се в една и съща индустрия, да бъдат диференцирани. Съответно, може да се определи, че ИКЕА е успяла да получи и поддържа конкурентно предимство чрез лидерство по отношение на разходите (и позволяващо ѝ се гарантират каталожни цени за една година), въвеждане на механизъм за ценови контрол (т.е. идентифициране на алтернативни материали с добро качество, работа с неконвенционални доставчици, координация на веригата за доставки, стандартизация на производството и диференциация / иновация, базирана на пазарни проучвания и адаптиране към нуждите и предпочитанията на клиентите) и разработване на дългосрочни взаимоотношения с доставчиците². По този начин ИКЕА е осигурила надеждни доставчици на материали при ниски разходи (обратно

¹ Hax, A.C. & Majluf, N.S. (1996). *The Strategy Concept and Process: A Pragmatic Approach*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

² Bartlett, C. A. and Ghosal, S. (2000). *Transnational Management: Text, Cases, and Reading in Cross-Border Management* (3rd ed.). McGraw-Hill.