

### Матрица освоения идеологии «конкурентность»

**Конкурентность - способность создавать конкурентные преимущества для приоритетных групп клиентов, преодолевать конкурентные упущения.**

Близкие ценности: достижительность, инновационность, проактивность.

		Цели	Власть	Оргструктура	Работа	Отношения
Компоненты оргкультуры		Сферы				
		Цели	Власть	Оргструктура	Работа	Отношения
		1	2	3	4	5
Идеология	а	<ul style="list-style-type: none"> <li>- выбор стратегии опережения конкурентов</li> <li>- создание и поддержание конкурентных преимуществ* (текущих, долгосрочных, стратегических)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- вырабатывает и осуществляет стратегию опережения</li> <li>- убеждает персонал в необходимости и неизбежности создания конкурентных преимуществ разных типов</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- подвижная, с меняющейся геометрией (матричная, оболочная, ВЦГ)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- регулярное сравнение себя с конкурентами, оценка изменений своего места среди них</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- состязательность и сотрудничество на основе повышения конкурентоспособности компании</li> <li>- определение социальной базы поддержки данной ценности</li> </ul>



		Цели	Власть	Оргструктура	Работа	Отношения
Управленческие установки	б	<ul style="list-style-type: none"> <li>- добиться превосходства по заданным параметрам над конкретными конкурентами</li> <li>- использовать лучшие варианты конкурентного сотрудничества</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- задания и стимулы для обеспечения необходимых конкурентных преимуществ, преодоления конкурентных упущений</li> <li>- критерии оценки и подбора персонала, исходя из ведущей ценности</li> <li>- поощрение и поддержка соответствующих инвестиционных проектов</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- каждое подразделение регулярно отчитывается о своем вкладе в создание и укрепление конкурентных преимуществ, преодоление конкурентных упущений</li> <li>- каждое подразделение сравнивает свои достижения с таковыми у сильнейших конкурентов</li> <li>- создание ВЦГ</li> <li>- назначение кураторов проектов опережения</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- регулярная оценка фокуса конкуренции, определение нашего места в нем, в оценке эффективности сотрудника особенно выделяется его вклад в разработку конкурентных преимуществ, преодоление конкурентных упущений</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- поощрение лидерства в создании конкурентных преимуществ и преодоление конкурентных упущений</li> <li>- возможности внедолжностной карьеры в соответствии с ведущей ценностью</li> <li>- категорирование персонала по вкладу в конкурентноспособность</li> <li>- создание премиального фонда для поддержки достижений</li> </ul>

\* **Три группы конкурентных преимуществ**

- **Текущие** - возникшие на небольшом сегменте рынка, и временные в силу ваших успехов или благоприятной ситуации на рынке. Их быстро воспроизводят другие, и эти преимущества теряются
- **Долгосрочные** - настолько прочне, что вы уверенно можете сохранять их год-два, может и больше
- **Стратегические** - обеспечивающие вам выигрыш у конкурентов на неопределенно долгий срок (эксклюзивный бренд, максимальный охват территории и т.п.)

