

СКЛАДОВІ МЕТОДИКИ КОМПЛЕКСНОЇ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Кулінічев П.К.

*Кременчуцький національний університет
імені Михайла Остроградського, м. Кременчук*

Для вирішення завдання управління конкурентоспроможністю підприємства необхідне формування комплексної концепції, що створює можливість формування й корегування цілей та стратегій розвитку підприємства, враховуючи досягнутий рівень конкурентоспроможності; узагальнює методи управління конкурентоспроможністю; оптимізує організаційно-економічний механізм підтримки управління конкурентоспроможністю. Рекомендується відокремити три етапи здійснення конкурентного аналізу:

- 1) дослідження конкурентного оточення;
- 2) дослідження конкурентів;
- 3) оцінка конкурентних переваг підприємства.

Модель оцінювання конкурентної позиції підприємства базується на використанні методики комплексної оцінки конкурентоспроможності підприємства та реалізується у виявленні наявних ресурсів підприємства, оцінки ефективності використання потенціалу конкурентоспроможності і визначення рівня його конкурентоспроможності відносно підприємств, які функціонують в одній галузі та належать одній продуктивній групі.

Принцип динамічності оцінок передбачає, що конкурентну позицію підприємства, чинники зовнішнього і внутрішнього середовища, які впливають на неї, міжфакторні взаємозв'язки слід розглядати як динамічні функції (1, 2):

$$KПn=f(F_t,t), \quad (1)$$

$$F=w(t), \quad (2)$$

де $KПn$ – конкурентна позиція підприємства; F_t - чинники зовнішнього і внутрішнього середовища, які також є динамічними функціями; t - час.

Важливими завданнями конкурентного аналізу є визначення обсягу та динаміки ринкових часток компаній-конкурентів, дослідження факторів та тенденцій динаміки ринкової частки досліджуваної фірми, визначення виду статистичного розподілу ринкових часток, формування груп фірм, які знаходяться на ринку і розрахунок середньої ринкової частки для кожної групи.

Література:

1. Коломицева А. О. Оцінка конкурентної динаміки в умовах впливу інновацій / А. О. Коломицева, Л. О. Головань // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2013. - №2. – С. 168-174.
2. Хрущ Н. А. Особливості застосування елементів конкурентного аналізу в стратегічному управлінні підприємствами / Н. А. Хрущ, Л. В. Ваганова // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2009. - № 6, Т. 1. – С. 115-118.