

СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА-СУБ'ЄКТА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Голубєва О.В., Чепенко С.В.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Стратегічний аналіз є початковим етапом розробки стратегії діяльності підприємства, яка ґрунтується на дослідженні та оцінці внутрішнього та зовнішнього середовища та визначенні його конкурентної позиції.

Конкуренція це необхідна умова розвитку не тільки компанії та ринку, а соціуму в цілому. Тож не дарма її прозвали «двигуном прогресу». Світ змінюється неймовірно швидко саме завдяки конкуренції. Вона притаманна не тільки бізнесу, ми бачимо її скрізь, наприклад, у політиці, між різними країнами, міжнародними організаціями, навіть у природі.

Конкурентна позиція, в теорії конкуренції, – це певне місце фірми, яке вона займає, по відношенню до конкурентів та інших суб'єктів в процесі її професійної діяльності [1]. Також автори розглядають конкурентну позицію підприємства як «складну та багатогранну категорію ринкової економіки, яка показує місце даної фірми на відповідному сегменті або секторі ринку у співвідношенні з її конкурентами» [3].

Мета оцінки конкурентної позиції – це визначення свого положення, шляхом поглибленого аналізу, по відношенню до конкурентів, з метою досягнути вигідного становища, яке буде сприяти ефективному розвитку та забезпечить фірму від існуючих та потенційних конкурентів.

Для оцінки конкурентної позиції використовуються такі методи, як:

1. SWOT – аналіз, він допомагає визначити переваги та недоліки підприємства;

2. Методика позиціонування сильних та слабких сторін потенціалу конкурентоспроможності підприємства, де порівняння зважених оцінок компанії та її конкурентів дозволить визначити їхні конкурентні позиції; [2]

3. Матричний метод (розроблений Бостонською консалтинговою групою). Сутність оцінки полягає в аналізі матриці, побудованої за принципом системи координат.

Підводячи підсумки, слід зазначити, що стратегічний аналіз конкурентної позиції підприємства – це необхідна умова виживання та ефективного розвитку компанії, тому що на сучасному етапі складніше залишатись конкурентоспроможним, через швидкий розвиток усіх галузей виробництва та ринку послуг, у порівнянні з минулими десятиріччями.

Література:

1. Рубін Ю. Б. Конкуренція: впорядкована взаємодія в професійному бізнесі. М.: Маркет ДС, 2006. - 2-е вид. - 458 с.

2. Вачугов Д.Д., Основи менеджменту / Д.Д. Вачугов, Т.Е. Берізка. - М.: Вища школа, 2011. - 376 с.

3. Котлик А.В. Дослідження сутності ключових понять теорії конкурентоспроможності підприємства та зв'язків між ними / А.В. Котлик // Управління розвитком. - 2011. — №4. - С.135-136