

Магістр 1 курсу

факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ОСОБЛИВОСТІ АНАЛІЗУ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Виокремлено підходи до визначення конкурентного середовища та наведено послідовність етапів аналізу конкурентного середовища підприємства.

Аннотация. Выделены подходы к определению конкурентной среды и представлена последовательность этапов анализа конкурентной среды предприятия.

Annotation. The approaches to determining the competitive environment are marked out a certain sequence of stages of analysis of the enterprise competitive environment is indentified.

Ключові слова: конкуренція, конкурентне середовище, аналіз.

В умовах сьогодення для сучасної підприємницької діяльності характерним є високий ступінь конкуренції. Для ефективною і тривалою діяльності підприємства повинні враховувати чинники зовнішнього та внутрішнього середовищ, що впливають на неї. Чинників є досить багато, але неоднозначним і досить важливим є саме аналіз конкурентного середовища.

Актуальність теми полягає у тому, що на сьогодні підприємства повинні враховувати зміни, що відбуваються навколо, й адекватно на них реагувати. Особливої уваги потребують дії конкурентів та використання конкурентної стратегії у своїй діяльності з метою досягнення більшого економічного результату й залучення більшої кількості споживачів.

Мета цієї роботи полягає в розкритті особливостей аналізу та виокремленні теоретичних підходів до визначення поняття "аналіз конкурентного середовища". Для досягнення постановленої мети потрібно виконати такі завдання:

розкрити сутність поняття "конкуренція";

виокремити підходи до визначення поняття "конкурентне середовище";

дослідити підходи до аналізу конкурентного середовища підприємства.

При переході нашої держави до ринкових відносин такий аспект діяльності, як конкуренція, став невід'ємною частиною категоріально-понятійного апарату економічної науки. Конкуренція безпосередньо пов'язана з терміном "конкурентоспроможність", що у вітчизняній літературі визначається переважно як змагальність на ринку. Аналіз спеціалізованої літератури [1 – 4] свідчить про наявність різних трактувань поняття "конкуренція". На думку автора, найбільш повним є поняття, що закріплено законодавством України, а саме Законом України

між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, тобто суб'єкти господарювання, мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку". Так, змагання відбувається у визначеному конкурентному середовищі.

У процесі вивчення конкурентного середовища підприємства стикаються з труднощами, оскільки, незважаючи на достатню кількість літератури щодо аналізу діяльності конкурентів, фактично відсутні конкретні методичні рекомендації, які можна було б застосувати на практиці. Аналіз літератури дав можливість виокремити такі підходи до визначення конкурентного середовища (рис. 1).

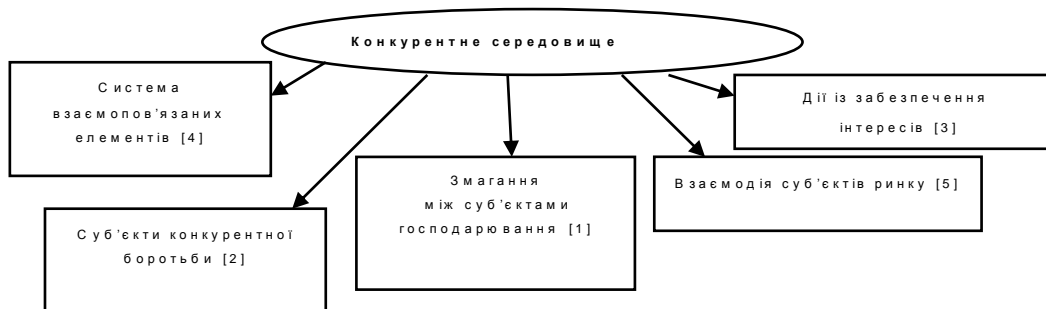


Рис. 1. Підходи до визначення поняття "конкурентне середовище"

Аналіз конкурентного середовища розпочинається з обрання та формування методології дослідження. Методологія повинна ґрунтуватися на базових принципах функціонування ринку: конкуренції, економічної свободи суб'єктів ринку, економічної ефективності, незалежності попиту і свободи ціноутворення. Мета аналізу конкурентного середовища полягає у визначенні стану ринкової ситуації на певний момент і прогнозуванні тенденцій його подальшого розвитку. Для досягнення зазначеної мети необхідно:

- дослідити, оцінити та визначити економічну ситуацію на конкретному ринку;
- виявити ключові фактори, що визначають характер взаємовідносин на ринку, його структуру та тенденції розвитку;
- визначити характеристики співвідношення попиту і пропозиції;
- спрогнозувати тенденції розвитку ринку.

Аналіз літератури дозволив сформулювати теоретичний підхід щодо послідовності проведення аналізу конкурентного середовища (рис. 2). Треба звернути увагу на те, що підприємства різних галузей економіки працюють на різних ринках і в процесі аналізу їх особливості необхідно враховувати.

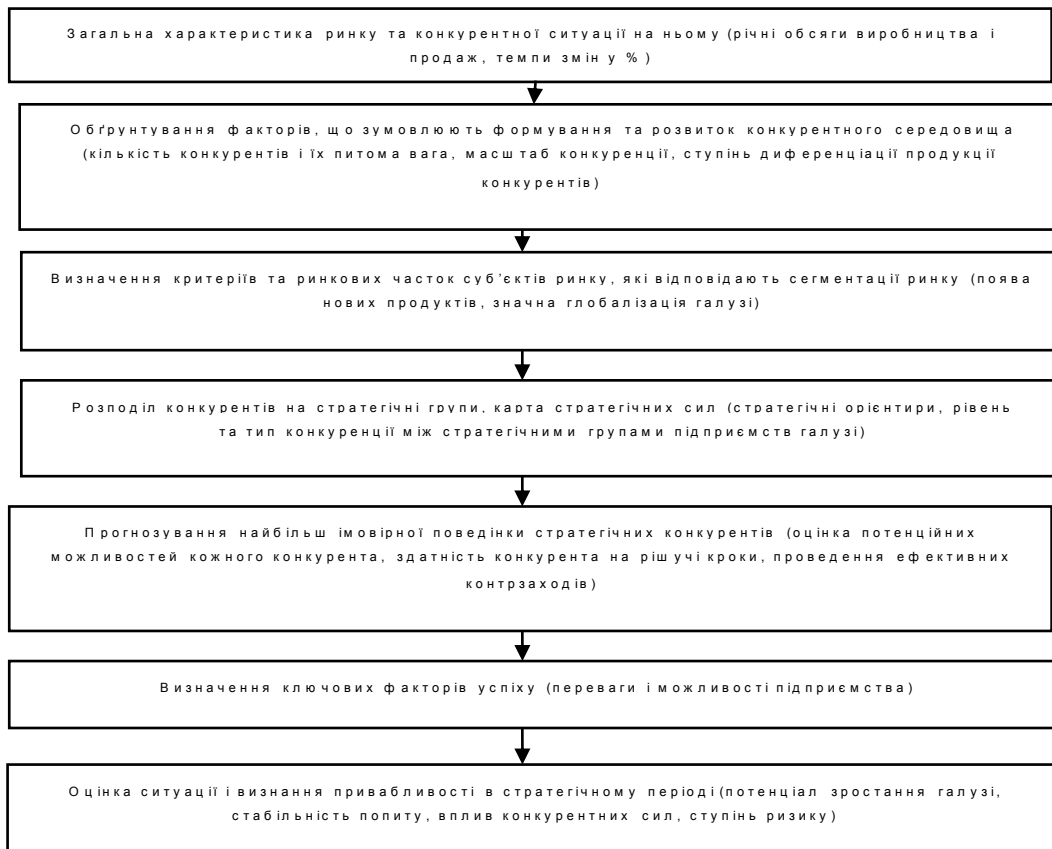


Рис. 2. Підходи до аналізу конкурентного середовища

Основою формування підходів до аналізу конкурентного середовища на сучасному етапі є стратегічна орієнтація підприємств на формування конкурентних переваг. На практиці реалізація методики включає сукупність розробок та заходів, спрямованих на створення ефективної системи конкурентоспроможного середовища. Подальші дослідження будуть спрямовані на обґрунтування критеріїв та показників оцінок конкурентного середовища, формування методологічних основ системи управління конкурентоспроможністю підприємств.

Наук. керівн. Полтавська Є. О.

Література: 1. Про захист економічної конкуренції : Закон України від 11.01.2001 р. № 2210-III [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua. 2. Бабина О. Є. Аналіз конкурентного середовища транспортного підприємства / Бабина О. Є. // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2012. – № 37. 3. Саенко М. Г. Стратегія підприємства : підручник / Саенко М. Г. – Тернопіль : Економічна думка, 2006. – 390 с. 4. Полтавська Є. О. Конкурентний аналіз : посібник / Полтавська Є. О., Іващенко Г. А., Куліков П. М. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2011. – 200 с. 5. Отенко І. П. Управління конкурентними перевагами підприємства / І. П. Отенко, Є. О. Полтавська. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2005. – 212 с.