

ДИАГНОСТИКА КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА

Миненкова Антонина Витальевна

Научный руководитель – Зубрицкий А.Ф.

В целях обоснования приоритетов и эффективной стратегии, в наибольшей степени соответствующей тенденциям развития рыночной ситуации и основанной на сильных сторонах деятельности предприятия, любая фирма должна постоянно осуществлять текущий контроль и анализ конкурентного преимущества.

Распознавание, определение характера, признаков, выявление причин отклонений в состоянии конкурентной среды осуществляется с помощью диагностики, которая является средством, методом и инструментарием всестороннего исследования маркетинговых и, в частности, конкурентных отношений. Диагностика конкурентной среды - этап маркетингового исследования, для формирования представления о внутренних мотивах поведения конкурентов.

Выделяют три формы организации процесса установления диагноза - аналитическую, экспертную и диагностику на модели, т.е. имитационную. Диагностика конкурентной среды достаточно длительный процесс, который начинается с выявления перечня фирм, находящихся на целевом или новом рынках, сбором исходной информации и завершается ситуационным анализом и прогнозированием стратегии конкуренции фирмы на данном рынке. В ходе проведения диагностики с помощью факторного анализа рассчитывают такие показатели, как рыночная доля (доля фирмы в объеме продаж на данном рынке), и темп прироста рыночной доли для каждой из фирм. Размер доли определяет возможность влияния компании на рынок и на конкурентов. Данные показатели являются основными для построения конкурентной карты рынка.

Конкурентные карты рынка используются для анализа поведения фирмы на рынке, постановки стратегических задач маркетинга товаров и услуг, разработки плана маркетинга. Конкурентная карта позволяет относительно верно определить соотношение сил на рынке, и выявить маркетинговые задачи по положению фирмы в каждой ячейке матрицы, установить текущих и перспективных конкурентов, наметить рекомендации по выбору стратегии конкуренции.