

Павло ЗЕНДРАН

здобувач освітньо-професійної програми

«Менеджмент», ЗУНУ

(науковий керівник: к.е.н., доцент, доцент кафедри
менеджменту, публічного управління та персоналу ЗУНУ

Олена ДУДКІНА)

ДЕЯКІ АСПЕКТИ МОНІТОРИНГУ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ОРГАНІЗАЦІЇ

Конкурентне середовище організації можна представити як взаємодію суб'єктів конкурентної боротьби і їх дії із забезпечення власних інтересів, в результаті чого формуються певні умови діяльності організації, а факторами, що системно здійснюють вплив на конкурентне середовище є ті чи інші причини, які або частково впливають на рівень та характер конкурентного середовища організації, або ж повністю визначають його.

В системі менеджменту моніторинг конкурентного середовища організації – це комплекс взаємозалежних дій, спрямованих на постійний контроль за станом факторів конкурентного середовища підприємства і розробку засобів адаптації до їхніх змін, що ґрунтуються на своєчасній оцінці й прогнозуванні ключових процесів у даному середовищі на базі отриманої інформації. Дану управлінську функцію доцільно розглядати з двох точок зору: як постійне спостереження за процесом конкуренції з метою виявлення його відповідності бажаному результату або первісним припущенням; і як спостереження, оцінку і прогноз стану конкурентного середовища у зв'язку з діяльністю ринкових суб'єктів, агентів і інститутів.

Практика сучасного менеджменту організацій свідчить, що моніторинг конкурентного середовища є ключовим елементом сучасної системи стратегічного управління організацією, що забезпечує її адаптивність, стійкість та здатність до динамічного

розвитку в умовах мінливого ринкового середовища. Його сутність полягає у систематичному зборі, аналізі, оцінюванні та прогнозуванні даних про зовнішні й внутрішні фактори, які формують конкурентоспроможність підприємства, визначають його позиції на ринку та впливають на можливості зростання.

У сучасних умовах глобалізації, цифровізації економіки, високої турбулентності ринків та зростаючих безпекових загроз, моніторинг конкурентного середовища набуває стратегічного значення. Його впровадження дозволяє організаціям своєчасно виявляти нові тенденції, загрози та можливості, прогнозувати зміни у споживчій поведінці, технологічних стандартах, законодавчому полі та структурі галузевої конкуренції. Це, своєю чергою, сприяє прийняттю обґрунтованих управлінських рішень, формуванню конкурентних переваг і зниженню ризиків стратегічних помилок.

Основними завданнями моніторингу конкурентного середовища організацій слід вважати: виявлення та оцінка факторів впливу зовнішнього та внутрішнього середовища; аналіз конкурентів, їхніх стратегій, ресурсного потенціалу та ринкової поведінки; формування системи індикаторів конкурентоспроможності організації; розроблення прогнозів розвитку конкурентного ринку; інформаційно-аналітичне забезпечення процесів стратегічного, оперативного та інноваційного управління.

У сучасних умовах моніторинг конкурентного середовища забезпечує своєчасне виявлення тенденцій, змін і загроз, що впливають на ринкове становище суб'єкта господарювання, та дозволяє формувати адаптивну і конкурентоспроможну стратегію розвитку. Відповідно, виокремлюється комплекс основних особливостей його здійснення. Зокрема, висока динамічність ринкових процесів вимагає, щоб моніторинг конкурентів був безперервним, а не періодичним, оскільки зміни можуть відбутися практично миттєво – нові продукти, технології, регуляторні

рішення або маркетингові стратегії здатні суттєво вплинути на позиції організації.

Сучасний моніторинг не обмежується фіксацією поточної ситуації, а орієнтується на прогнозування, його основний акцент зміщується на: моделювання сценаріїв розвитку ринку; прогнозування поведінки конкурентів; визначення потенційних змін у структурі попиту. Це перетворює моніторинг на активний інструмент стратегічного управління. Крім того, визначається така його характеристика як комплексність та багатofакторність аналізування. Адже конкурентне середовище формується під впливом значної кількості факторів: економічних, технологічних, соціальних, політичних та правових. Тому моніторинг має включати: аналіз макросередовища (PEST/STEP); аналіз галузевої структури (модель Портера); оцінку бар'єрів входу, ступеня інноваційності ринку, дій субститутів; оцінку власного конкурентного потенціалу.

У сучасних умовах конкурентоспроможність організації часто визначають нематеріальні фактори конкуренції, такі як репутація; бренд; якість сервісу; довіра клієнтів; корпоративна культура та інноваційність. Тому моніторинг повинен враховувати ці нематеріальні аспекти, які складніше вимірювати, але вони суттєво впливають на позиції організації.

Важливо наголосити, що моніторинг конкурентного середовища організації не є окремою функцією, а вбудований у процеси: стратегічного аналізу, планування, управління проєктами, бюджетування, оцінки ризиків. Це забезпечує системність та своєчасність управлінських рішень.