

ОЦІНКА ВЛАСНОЇ ПОЗИЦІЇ ФІРМИ НА РИНКУ

Відомі різні підходи до визначення поняття й оцінки конкурентного статусу фірми (КСФ). І. Ансофф трактує поняття конкурентного статусу як позицію фірми в конкуренції, як своєрідний вимірник положення фірми на ринку. У цьому змісті КСФ використовується в «Мак-Кінзі» для визначення порівняльних конкурентних позицій фірми при формуванні її стратегічних завдань. Трактуючи І. Ансоффа в економічному змісті якоюсь мірою близькі до поняття конкурентної переваги в трактуванні М. Портера, оскільки і той, і другий вважають, що необхідно визначати співвідношення фактичної й базової продуктивності використання ресурсів фірми. Однак М. Портер не уточнює показника продуктивності. На відміну від М. Портера, І. Ансофф визначає цей показник як рентабельність стратегічних капітальних вкладень, відкоректованого на ступінь «оптимальності» стратегії фірми й ступінь відповідності потенціалу фірми цієї оптимальної стратегії.

Конкурентний статус фірми, на наш погляд, повинен характеризувати передумови досягнення фірмою того чи іншого рівня конкурентної переваги. Ці передумови визначаються, з одного боку, стратегічним потенціалом фірми, з іншого – сукупним впливом детермінантів «національного ромба» на умови досягнення цього рівня.

Інакше кажучи, КСФ повинен відповідати на питання:

1) чи достатньо розвинені елементи стратегічного потенціалу, тобто чи забезпечені повною мірою ресурсами всіх видів «здатності» фірми для захоплення лідируючих позицій у галузі (на світовому ринку);

2) чи достатньо сприятливі і якою мірою використовуються фірмою умови зовнішнього середовища, сформовані детермінантами «національного ромба», для створення й підтримки на високому рівні конкурентної переваги фірми.

Таким чином, рівень конкурентної переваги фірми визначається її конкурентним статусом. Головною проблемою у визначенні КСФ стає проблема оцінки міри достатності розвитку стратегічного потенціалу фірми й умов зовнішнього середовища для створення й підтримки на високому рівні конкурентної переваги фірми. Вирішивши цю проблему, можна говорити про рівень КСФ як міри достатності передумов для створення й підтримки відповідного рівня конкурентної переваги фірми. Складність розглянутої проблеми полягає в тому, що по кожному елементу стратегічного потенціалу повинні бути визначені параметри ресурсів, які можуть забезпечити досягнення цілей фірми в тій або іншій фазі (етапі) життєвого циклу КПФ. Таким чином, рівень конкурентного статусу фірми, тобто міра достатності передумов для створення й підтримки необхідного рівня конкурентної переваги фірми, залежить від рівня «корисності» стратегічного потенціалу фірми, характеру й міри використання умов зовнішнього середовища. Ф. Котлер вважає, що для оцінки конкурентної переваги доцільно використовувати 12 чинників: частка ринку, темп зростання обсягу продажу, якість продукції, репутація марки, сітка дистрибуції, ефективність комунікацій, використання виробничих потужностей, ефективність виробництва, собівартість одиниці продукції, джерела постачання сировини, видатки на дослідження і розвиток, управлінський персонал.