

Альберт Волков

АНАЛІТИКО-ДІАГНОСТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ПОТЕНЦІАЛУ МАРКЕТИНГОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЦИФРОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Статтю присвячено обґрунтуванню теоретико-методичних засад та розробленню аналітико-діагностичного підходу до оцінки потенціалу маркетингового забезпечення конкурентоспроможності промислових підприємств в умовах цифрових трансформацій. Обґрунтовано, що в сучасному цифровому середовищі конкурентоспроможність підприємств дедалі більше визначається рівнем розвитку їх маркетингових ресурсів, цифрових компетенцій, ефективністю маркетингових процесів та здатністю використовувати сучасні технології обробки даних, цифрові платформи й інструменти аналітики. Узагальнено сучасні наукові підходи до оцінювання маркетингового потенціалу підприємств, зокрема ресурсно-структурний, функціонально-процесний, результативно-індексний, компетентнісно-динамічний, підхід цифрової зрілості та екосистемно-платформний, визначено їх переваги та обмеження в умовах цифровізації бізнес-процесів.

Запропоновано інтегрований аналітико-діагностичний підхід до оцінки потенціалу маркетингового забезпечення конкурентоспроможності, що базується на системному врахуванні впливу зовнішніх цифрових драйверів, рівня маркетингової трансформації підприємства, структурних складових маркетингового потенціалу та результативних показників діяльності. Розроблено структурну модель аналітико-діагностичного оцінювання, яка передбачає поєднання якісних і кількісних методів аналізу, використання системи KPI, інтегральних індексів та інструментів цифрової аналітики. Доведено, що застосування запропонованого підходу дозволяє підвищити обґрунтованість стратегічних управлінських рішень, забезпечити своєчасне виявлення факторів, що обмежують розвиток потенціалу маркетингового забезпечення підприємства, оптимізувати використання маркетингових ресурсів і цифрових технологій та сприяти формуванню стійких конкурентних переваг промислових підприємств у цифровій економіці.

Ключові слова: стратегія, розвиток, потенціал, маркетинг, конкурентоспроможність, потенціал маркетингового забезпечення конкурентоспроможності, промислові підприємства, цифрові трансформації