



## ANALÝZA KONKURENCIE

# Vybrané kritériá hodnotenia konkurencie

### O TEJTO TÉME:

Podtéma **Vybrané kritériá hodnotenia konkurencie** sa zameriava na identifikáciu a analýzu tých faktorov, ktoré umožňujú podniku objektívne posúdiť silu a postavenie konkurentov na trhu. Hodnotenie konkurencie je kľúčovým krokom pri tvorbe marketingových a obchodných stratégií, pretože poskytuje informácie o tom, aké má konkurent silné a slabé stránky, aké stratégie uplatňuje a ako môže reagovať na naše kroky.

V praxi sa využívajú rôzne súbory kritérií – od finančných ukazovateľov, ako je obrat a ziskovosť, cez marketingové faktory, ako sú podiel na trhu, imidž značky, kvalita produktov, až po organizačné a technologické schopnosti. Ich správny výber a dôsledná analýza pomáhajú podniku nielen odhadnúť potenciálne hrozby, ale aj identifikovať príležitosti na získanie konkurenčnej výhody.

## ČO SA DOZVIEŠ:

- 👉 Čo je to hodnotenie konkurencie podľa vybraných kritérií
  - 👉 Ďalšie ukazovatele hodnotenia konkurencie
  - 👉 Chcete si z témy odhryznúť ešte viac? Tu je pár tipov
- 

## ČO JE TO HODNOTENIE KONKURENCIE PODĽA VYBRANÝCH KRITÉRIÍ

**Hodnotenie konkurencie podľa vybraných kritérií** je proces systematického zberu, analýzy a porovnávania informácií o hlavných hráčoch na trhu. Zmyslom je získať jasný obraz o ich pozícii, výkonnosti a schopnostiach.

Kritériá možno rozdeliť do viacerých skupín:

- **Finančné ukazovatele** – obrat, ziskovosť, rentabilita, miera rastu tržieb.
- **Trhové ukazovatele** – podiel na trhu, tempo rastu, zákaznícka báza.
- **Marketingové ukazovatele** – kvalita a šírka sortimentu, cenová politika, úroveň distribučných kanálov, marketingová komunikácia.
- **Technologické a inovačné schopnosti** – výskum a vývoj, úroveň technológií, schopnosť inovovať.
- **Organizačné a personálne faktory** – kvalifikácia pracovníkov, organizačná štruktúra, efektívnosť riadenia.

V praxi sa tieto kritériá hodnotia bodovo alebo váhovo, aby sa určila relatívna sila konkurenta. Výsledkom môže byť poradie konkurentov alebo profilová mapa trhu, ktorá ukazuje ich silné a slabé stránky. Tento prístup umožňuje podniku lepšie sa pripraviť na konkurenčný boj, identifikovať medzery na trhu a prispôbiť svoju stratégiu aktuálnym podmienkam.

---

## ĎALŠIE UKAZOVATELE HODNOTENIA KONKURENCIE

### 1. Ukazovatele zákazníckej skúsenosti a spokojnosti

- **Net Promoter Score (NPS)** – miera ochoty zákazníkov odporučiť firmu ďalej.
- **Miera retencie zákazníkov** – percento zákazníkov, ktorí sa vracajú.
- **Priemerný čas vybavenia objednávky alebo požiadavky** – napr. rýchlosť doručenia v e-shope.

*Príklad:* Tatra banka získala ocenenie Najlepšia digitálna banka na Slovensku aj na základe pozitívnej spätnej väzby klientov.

## 2. Digitálne a online ukazovatele

- **Návštevnosť webovej stránky** – počet unikátnych návštevníkov, počet zobrazení stránok.
- **SEO viditeľnosť** – pozície vo vyhľadávačoch na kľúčové slová.
- **Engagement na sociálnych sieťach** – počet lajkov, komentárov, zdieľaní, miera interakcie.

*Príklad:* Porovnanie návštevnosti stránok Mall.sk a Alza.sk pomocou SimilarWeb alebo SEMrush.

## 3. Reputačné ukazovatele

- **Brand awareness** – úroveň povedomia o značke v cieľovej skupine.
- **Sentiment v médiách a na sociálnych sieťach** – pozitívne, neutrálne a negatívne zmienky.
- **Počet ocenení a certifikátov** – napr. ISO, ekologické certifikáty, marketingové ceny.

*Príklad:* ESET pravidelne figuruje v rebríčkoch najrešpektovanejších technologických značiek.

## 4. Prevádzkové ukazovatele

- **Využitie kapacít** – obsadenosť výrobných alebo skladových kapacít.
- **Náklady na jednotku produkcie** – efektívnosť výroby.
- **Priemerná doba obratu zásob** – ako rýchlo firma predá a obnoví zásoby.

*Príklad:* Porovnanie nákladov na výrobu 1 litra minerálky u Mattoni a Budiš.

## 5. Udržateľnosť a ESG ukazovatele

- **Ekologická stopa** – emisie CO<sub>2</sub> na jednotku produkcie.
- **Podiel obnoviteľných zdrojov energie vo výrobe.**
- **Spoločenská zodpovednosť** – charitatívne aktivity, etické normy.

*Príklad:* Volkswagen Slovakia implementoval projekty na recykláciu a opätovné využitie priemyselných odpadov.

## 6. Právne a regulačné ukazovatele

- **Dodržiavanie legislatívy** – počet pokút alebo porušení zákona.
- **Vlastníctvo patentov a ochranných známk** – právna ochrana inovácií.
- **Účasť na verejných obstarávaníach** – úspešnosť vo verejných tendroch.

*Príklad:* Analýza počtu registrovaných patentov u spoločností Huawei a Ericsson.

## 7. Strategické ukazovatele

- **Partnerstvá a aliancie** – strategické spolupráce s inými firmami.
- **Expanzná aktivita** – počet nových trhov alebo predajní otvorených za rok.
- **Diverzifikácia portfólia** – počet rôznych segmentov, v ktorých firma pôsobí.

*Príklad:* Analýza expanzie Lidlu do nových miest v SR oproti Kauflandu.

---

## CHCETE SI Z TÉMY ODHRYZNÚŤ EŠTE VIAC? TU JE PÁR TIPOV:

- [https://groupbwt.com/blog/competitive-analysis-and-benchmarking/?utm\\_](https://groupbwt.com/blog/competitive-analysis-and-benchmarking/?utm_)
- [https://www.longdom.org/open-access/competitive-analysis-in-business-strategy-a-tool-for-sustained-success-1101145.html?utm\\_](https://www.longdom.org/open-access/competitive-analysis-in-business-strategy-a-tool-for-sustained-success-1101145.html?utm_)
- [https://www.sba.gov/business-guide/plan-your-business/market-research-competitive-analysis?utm\\_](https://www.sba.gov/business-guide/plan-your-business/market-research-competitive-analysis?utm_)
- [https://www.senuto.com/en/blog/analysis-competition-in-content-marketing/?utm\\_](https://www.senuto.com/en/blog/analysis-competition-in-content-marketing/?utm_)
- <https://www.amazon.com/Competitive-Strategy-Techniques-Industries-Competitors/dp/0684841487>