

ДО ПИТАННЯ ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто сучасні підходи до визначення конкурентоспроможності потенціалу підприємства, його системна характеристика і сформульовані тенденції до розвитку ринку товарного бетону в Україні.

The modern going is considered near determination of competitiveness of potential of enterprise, him system description and formulated tendencies to market of commodity concrete development in Ukraine.

Ключові слова: конкурентоспроможність, підприємство, потенціал підприємства, ринок.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. У сучасних умовах трансформації України, коли продовжує відбуватися реформування всіх сфер національної економіки конкурентоспроможність потенціалу підприємства є важливою характеристикою та показником розвитку промислового виробництва. Особливості конкурентоспроможності потенціалу підприємства потребують удосконалення методичних основ оцінки її рівня в умовах зовнішнього середовища. В основі формування економічної категорії конкурентоспроможності потенціалу підприємства знаходяться концептуальні положення теорії конкуренції та теорії потенціалу підприємства. Феномен симбіозу теоретичних і методичних засад двох теорій має бути представлений економічним інструментарієм, який містить поняття конкуренція, конкуренти, конкурентоспроможність підприємства, виробництва, продукції, потенціалу підприємства, маркетингової діяльності, ємкість ринку, конкурентні переваги, ринкова ніша та інші.

Аналіз останніх досліджень, публікацій, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Узагальнення вітчизняного та російського досвіду дає змогу зробити висновок, що концепція конкурентоспроможності потенціалу підприємства є відносно самостійним напрямом дослідження. Характеристика наукової думки щодо теорії конкурентоспроможності потенціалу підприємства обґрунтовано в розробках науковців Л.П. Градова, Т.А. Азова, Р.А. Фатхутдінова, Д.Ю. Юданова, Б.Є. Кваснюка, І.В. Крюкової, І.М. Репіної, Е.В. Попова, Я.А. Жаліло, Ю.В. Полунєєва, Л.Л. Антонюк. Складність та недостатність розв'язання проблем формування конкурентоспроможності потенціалу підприємства невирішеність завдань з її забезпечення в переробній галузі сьогодні на українських підприємствах визначили необхідність подальшого системного наукового дослідження.

Мета статті. Поставлено завдання визначити поняття, основні напрями формування конкурентоспроможності потенціалу підприємства, зокрема в переробній галузі.

Викладання основного матеріалу. Існуючі концепції конкурентоспроможності потенціалу підприємства можна об'єднати за такими напрямами: особливість конкурентоспроможності потенціалу підприємства полягає в тому, що вона не є внутрішньою природною якістю системи його взаємопов'язаних ресурсів і може бути оцінена тільки при наявності конкурентів; конкурентоспроможність потенціалу підприємства є відносним поняттям і має різний рівень його використання стосовно ринкових конкурентів; визначення конкурентоспроможності потенціалу підприємства має не тільки важливе наукове, а й практичне значення, оскільки уявлення про її сутність надає промисловим підприємствам можливість створити стратегію своєї поведінки на ринку.

На нашу думку, конкурентоспроможність потенціалу підприємства, як економічна категорія, надає порівняльну характеристику та відображає рівень переваги результативних показників оцінки стану системи його ресурсів і можливостей відносно аналогічних показників конкурентних підприємств на ринку. Крім того, – це поняття, яке ураховує взаємодії всіх складових елементів потенціалу, реально оцінює його позиції на ринку, ринкову частку, можливості стосовно просування продукції, ефективність її збуту. Важливою теоретичною характеристикою є категоріальний апарат, який містить поняття конкуренти, конкурентоспроможність підприємства, конкурентоспроможність продуктів, конкурентоспроможність маркетингової діяльності, ємкість ринку, конкурентні переваги, ринкова ніша та використовуються в ресурсній концепції конкурентоспроможності потенціалу підприємства. Характеристика наукової думки щодо визначення сутності конкурентоспроможності потенціалу підприємства надана в табл. 1.

У розвитку сучасних уявлень щодо сутності конкурентоспроможності потенціалу підприємства домінує підхід, що вона не є внутрішньою природною якістю підприємства і може бути оцінена тільки при наявності конкурентів. Конкурентоспроможність потенціалу підприємства є відносним поняттям і має різний рівень стосовно конкурентів. Визначення конкурентоспроможності потенціалу підприємства має не тільки важливе наукове, а й практичне значення, оскільки уявлення про її зміст дає можливість розробити стратегію поведінки на ринку. Оцінка конкурентоспроможності потенціалу підприємства дозволяє реально оцінювати їх позиції у ринковому середовищі, можливості стосовно просуванню готової продукції, товарів та послуг, ринкову частку. В умовах будівельного бізнесу реальна внутрішньогалузева конкуренція визначає

позиції підприємств, які активно використовують ринкові інструменти: ціни, рекламу, логістику, маркетинг, що дозволяє їм досягти ефективного конкурентного рівня розвитку потенціалу. Суб'єкти ринку будівельних матеріалів досягають зростання конкурентоспроможності потенціалу підприємства шляхом залучення інвестиційного капіталу, росту виробництва, покращення якості та збільшення асортименту продукції. На конкурентному ринку стає потрібним відстежувати показники оцінки стану системи ресурсів підприємств виробників будівельних матеріалів, стежити за новими тенденціями товарів. Інвестори, які входять в будівельний бізнес, створюють підприємства з новими виробничими потужностями та мають зайняти свою частку в конкурентному ринковому середовищі. Конкурентоспроможність потенціалу підприємств будівельного бізнесу відображається рівнем результативних показників і стимулює ці компанії до здобуття конкурентних переваг на ринку.

Таблиця 1

Підходи до визначення конкурентоспроможності потенціалу підприємства

| Автор визначення | Потенціал конкурентоспособности предприятия – это... |
|---------------------------------|--|
| Попов Е.В. | зручний інструмент порівняння можливостей підприємства і основних конкурентів, побудова багатокутників конкурентоспроможності, є графічними з'єднаннями оцінок положення підприємства і конкурентів за найбільш значимими напрямками діяльності... [1, с. 136] |
| Шершньова З.Е. | це результат функціонування конкурентоспроможної організації, здатність їх створити, виготовити та забезпечити необхідний рівень споживання у замовників, наявний потенціал, уміння його ефективно використовувати та розвивати... [2, с. 57] |
| Репіна І.М. | комплексна порівняльна характеристика, яка відображає рівень переваження сукупності показників оцінки можливостей підприємства, що визначають його успіх на певному ринку за певний проміжок часу стосовно сукупності аналогічних показників підприємств – конкурентів... [3, с. 53] |
| Краснокутська Н.С., Іванов В.Б. | визначається як комплексна порівняльна характеристика потенціалу, яка відбиває ступінь переваги сукупності індикаторів якості використання ресурсів та організації взаємозв'язків між ними... [4, с. 42, 5, с. 41] |
| Балабанова Л. В. Межинський Р.В | рівень використання маркетингового потенціалу у порівнянні з конкуруючим об'єктом... [6, с. 56] |
| Добикіна О.К. | сукупністю параметрів, що визначають можливість і здатність системи ефективно функціонувати на ринку, утримувати або збільшувати свою частку на ринку, мати досить високий рівень рентабельності у перспективі... [7, с. 40] |

Висновки і перспективи подальших досліджень за даними напрямками. Особливу методологію наукового мислення стосовно конкурентоспроможності потенціалу підприємства в економічній теорії визначає системний підхід. Системне уявлення сутності конкурентоспроможності потенціалу підприємства пояснює його прогресивний розвиток абсолютно у всіх сферах діяльності. Конкурентоспроможність потенціалу підприємства, на нашу думку, є економічною категорією, яка надає порівняльну характеристику та відображає рівень переваги результативних показників оцінки стану системи його ресурсів і можливостей відносно аналогічних показників конкурентних підприємств на ринку.

Література

1. Попов Е. В. Рыночный потенциал предприятия / Е. В. Попов – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2002. – 559 с.
2. Шершньова З. С., Оборська С. В. Стратегічне управління: Навч. Посібник. – КНЕУ, 1999. – 384 с.
3. Федонін О. С., Репіна І. М., Олексюк О. І. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2004. – 316 с.
4. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства, формування та оцінка; Навчальний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 352 с.
5. Іванов В. Б., Кохась О. М., Хмелевський С. М. Потенціал підприємства : Науково-метод. посіб. – К.: Кондор, 2009 – 300 с.
6. Балабанова Л. В., Мажинський Р. В. Управління маркетинговим потенціалом підприємства: Навчальний посібник. – К.: ВД «Професіонал»; 2006. – 288 с.
7. Добикіна О. К., Рижиков В. С., Касьянж С. В., Кокотько М. Є., Костенко Т. Д., Герасимов А. А. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навчальний посібник. – К.: центр учбової літератури, 2007. – 208 с.

Надійшла 23.09.2009