

СТАТИСТИКА

Назарова О.Ю.

*кандидат економічних наук, доцент,
Харківський національний університет
імені В.Н. Каразіна*

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПОТЕНЦІАЛУ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА

Однією з рушійних сил розвитку економічної системи будь-якої держави на сучасному етапі є конкуренція. Вона являє собою складову частину внутрішнього економічного механізму діяльності підприємства.

Термін «конкуренція» бере початок від латинського слова *concurrere* і значить «зіштовхуюсь» (тобто зіштовхуюсь з кимось і взаємно стараємося зіштовхнути один одного).

Конкурентоспроможність – це поняття відносне, чітко «прив'язане» до часу та ринку продажу (маються на увазі сезонні товари). Але й кожний покупець використовує свої критерії оцінки, щоб задовольняти власні потреби. Ось чому конкурентоспроможність отримує індивідуальний відтінок. Взагалі у покупця витрати складаються з: витрат на купування (ціна виробу) та витрат, які пов'язані зі споживанням. Саме вони разом й будуть являти ціну споживання, яка в основному суттєво перевищує ціну продажу. «У зв'язку з цим більш конкурентоспроможними є не той товар, за який на ринку просять мінімальну ціну, а той у якого мінімальною є ціна споживання за весь строк служби покупців» [1, с. 435].

При аналізі численних визначень категорії «конкурентоспроможність» виділяють низку ознак даного поняття (табл. 1).

Для того, щоб визначити вагомість конкурентоспроможності різних видів продукції підприємства або ж різних видів його діяльності користуються методами стратегічного аналізу, зокрема, будують матрицю Бостонської консалтингової групи (BCG) та її модифікації, що розроблені з урахуванням властивостей функціонування підприємств та їх продукції.

Таблиця 1

Класифікація конкурентоспроможності [2, с. 7]

| Ознака | Види конкурентоспроможності |
|------------------------------------|--|
| 1. Територіально-географічна сфера | – міжнародна; – внутрішньо-національна; – регіональна |
| 2. Рівень конкуруючих об'єктів | – галузі (комплексу галузей); – підприємства; – товару |
| 3. Фіксація у часі | – на визначену дату в минулому; – поточна; – прогнозна |

Взагалі конкурентоспроможність є складною економічною категорією, яка висловлює взаємодії всіх елементів системи як внутрішніх, так і зовнішніх відносин між виробничими підприємствами щодо можливостей реалізації даного виду продукції на якомусь ринку або його сегменті. Внаслідок тісного зв'язку з категорією «конкуренція» це комплексне поняття в змозі охоплювати безліч факторів, сторін та умов суперництва підприємств за прив'язаність споживачів до товарів певних виробників (рис. 1).

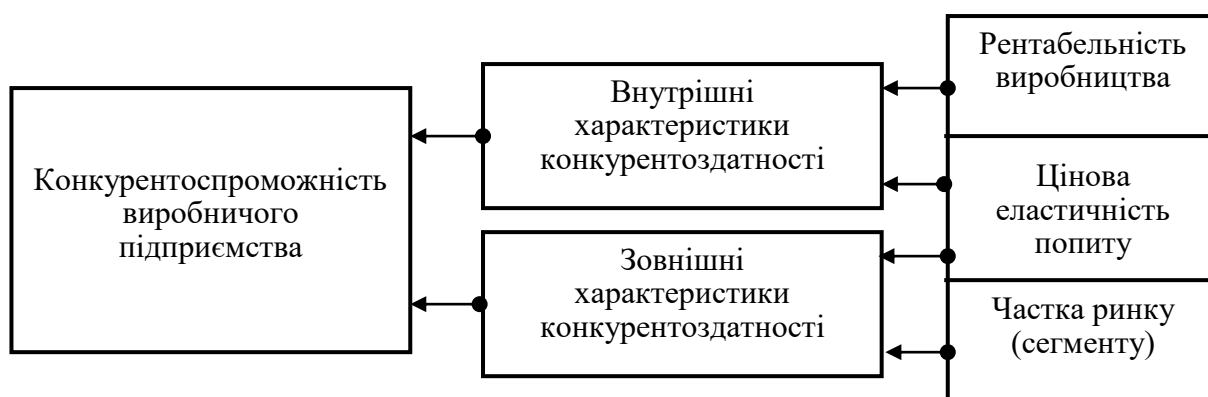


Рис. 1. Структура поняття конкурентоспроможності виробничого підприємства [2, с. 15]

При вивченні конкурентоспроможності потенціалу виробничого підприємства та її оновлення передбачуються зміни й на мікрорівні. Оцінка її породжує ряд проблем, які можуть вирішуватися не тільки науково, а й практично. Однією з важливих проблем системи оцінки конкурентоспроможності є організація управління інформаційними потоками та розвиток системи інформаційного потенціалу.

Передача підприємству інформаційних продуктів і контроль над зміною поведінки є основним моментом при організації управління інформаційними потоками. Сутність управління ними полягає в тому, що системи управління направляють свої інформаційні потоки в інформаційне поле, а не підприємству, яке, у свою чергу, зобов'язано самостійно знайти й придбати необхідні інформаційні потоки. Вони будуть регламентувати поведінку в ситуаціях, які визначають конкурентоспроможність потенціалу. До уваги не буде братися відсутність необхідних інформаційних потоків або їхнє неправильно тлумачення. Конкуренти завжди зобов'язані перебувати в одному інформаційному полі із підприємством й тому, можна спостерігати, що чим більшим буде інформаційний потенціал інформаційних потоків, тим вища його конкурентоспроможність.

Інформаційний потенціал – «це єдність організаційно-технічних та інформаційних можливостей, які забезпечують підготовку й прийняття управлінських рішень та впливають на характер виробництва через збирання, зберігання (нагромадження), обробку та поширення інформаційних ресурсів» [3, с. 19].

Зазначимо, що для того, щоб формувався інформаційний потенціал підприємства необхідно, щоб постійно оновлювалася інформація про стан та

розвиток всієї виробничої системи. До інформаційного потенціалу також включається сукупність знань, яка дозволяє впізнати певну кількість інформаційних продуктів.

З виникненням і поширенням Інтернету стали доступнішими знання та притягнення до цінностей культури. Інформаційну економіку у найбільшій мірі втілюють знання та інновації. Щодо інформаційної системи оцінки конкурентоспроможності потенціалу виробничих підприємств, то вона у все більшій мірі буде залежати від того, як контролюється інформація, як нею маніпулюють, як націлюється персонал на більш ефективне вживання інформаційного потенціалу.

Саме така інформаційна система буде базуватися на використанні інформаційних технологій, розроблятися за методологією дослідження об'єктів як системи, характеризуватися внутрішньою структурою та зовнішнім оточенням (рис. 2).

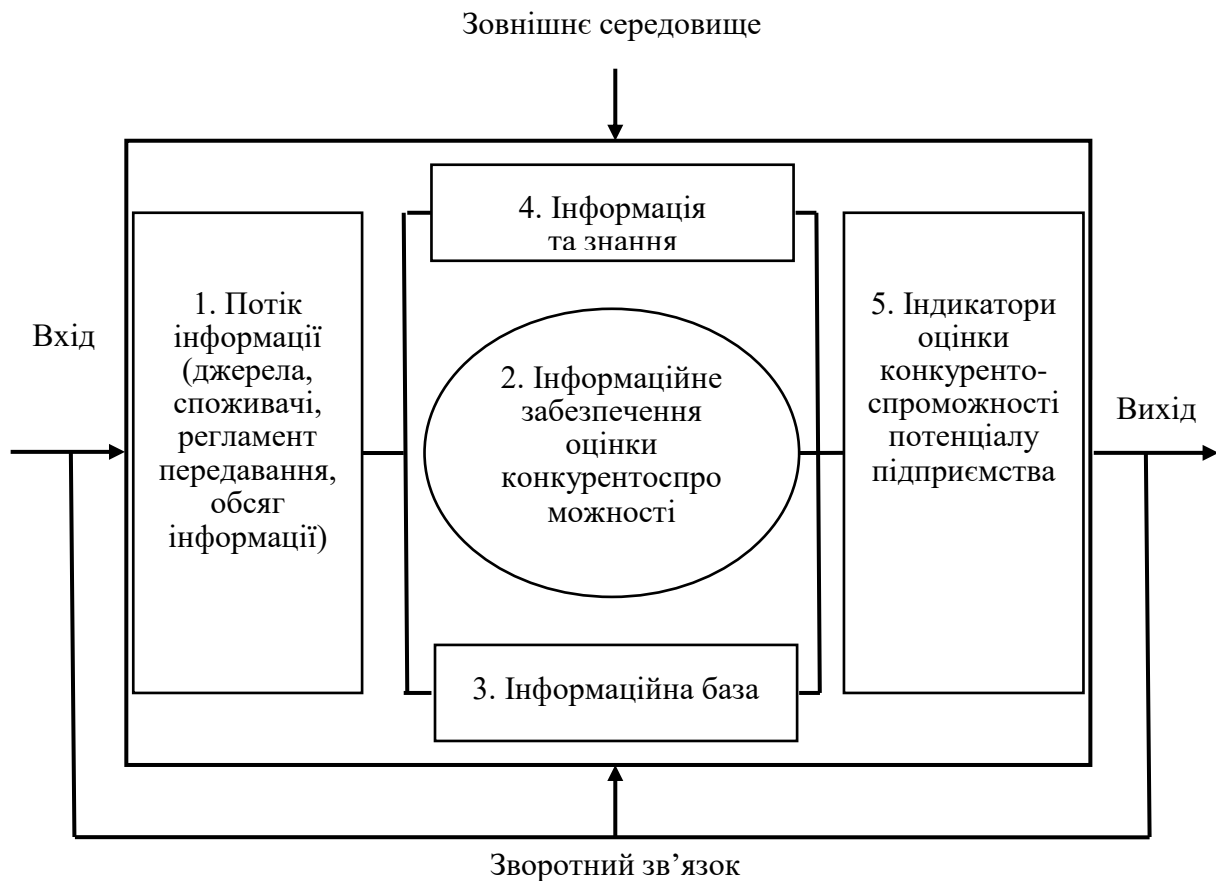


Рис. 2. Інформаційна система оцінки конкурентоспроможності потенціалу виробничого підприємства [2, с. 169]

Конкурентоспроможність потенціалу виробничого підприємства представляють як порівняльну характеристику, що в змозі відображувати рівень переваги індикаторів його оцінки в умовах ринку у порівнянні з аналогічними індикаторами конкурентних підприємств.

Таким чином, ми наочно можемо переконатися, що роль інформаційної системи потенціалу підприємств зростає за умов ринкової економіки. «Відмінна риса нової економіки визначається створенням і використанням інформації та економіки знань, втілених у нематеріальних ресурсах, що мають бути перетворені в нематеріальні активи підприємства для здобуття конкурентних переваг в період інтенсивного інформаційно-технологічного розвитку суспільства» [2, с. 170].

В умовах сучасного економічного простору знання стають важливим інформаційним ресурсом підприємства та визначають інформацію, яку організації трансформують в дії та створення на основі цього свого уявлення майбутнього.

Список використаних джерел:

1. Матковський С.О., Гринькевич О.С., Сорочак О.З., Гальків Л.І., Прокопович-Павлюк І.В. Статистика підприємств: навчальний посібник. 2-ге вид., переробл. і доповн. К.: Алерта, 2013. 560 с.
2. Конкуренентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: [монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового]. Одеса: Атлант, 2013. 470 с.
3. Федонін О.С., Рєпіна І.М., Олексюк О.І. Потенціал підприємства: управління та оцінка: навч. посібник. К.: КНЕУ, 2004. 316 с.