

ІДЕНТИФІКАЦІЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

© Кіндрацька Г.І., Коваль Л.В., Кулиняк Ю.І., 2012

Досліджено сутність та взаємозв'язок між поняттями “економічний потенціал” та “конкурентний потенціал” підприємства, їх структуру. Запропоновано оцінювати конкурентоспроможність економічного потенціалу підприємства за одно- і багато-критеріальним методами. Проаналізовано еволюцію підходів до визначення місця конкурентного потенціалу в розробленні конкурентної стратегії підприємства.

Ключові слова: економічний потенціал, конкурентний потенціал, конкурентоспроможний потенціал, оцінка потенціалу, конкурентна стратегія підприємства.

COMPETITIVENESS IDENTIFICATION OF THE ENTERPRISE ECONOMIC POTENTIAL

© Kindratska G.I., Koval L.V., Kulinyak Y.I., 2012

The essence and correlation between “economic potential” and “competitive potential” and their structure were investigated. It is proposed to evaluate enterprise economic potential competitiveness for single and multi-criteria methods. The evolution approaches determination of the competitive potential position in competitive business strategy development were analysed.

Key words: economic potential, competitive potential, competitiveness, evaluation of potential, the competitive strategy of the enterprise.

Постановка проблеми

Актуальною проблемою управління вітчизняними підприємствами в умовах динамічних змін і нестабільності середовища є забезпечення відповідного рівня ефективності їх функціонування в довгостроковій перспективі. Одним з визначальних факторів є адекватність економічного потенціалу сформульованим цілям. Однак процедура визначення величини економічного потенціалу підприємства, врахування його властивостей є непростою і недостатньо методично розробленою, зокрема щодо вибору стратегії його розвитку. Особливо проблематичним у стратегічному управлінні підприємством є оцінювання і прогнозування конкурентоспроможності економічного потенціалу, ідентифікація його переваг порівняно з конкурентами, розроблення відповідної конкурентної стратегії та її реалізація.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Складність і динамічність розвитку конкурентного середовища вітчизняних підприємств зумовлюють необхідність розвитку теоретичних основ визначення, оцінки, формування та реалізації економічного потенціалу підприємства. Вагомий внесок у розвиток цього напрямку економічної науки зробили такі вчені: О.Ф. Балацький, Є.В. Лапін, Н.С. Краснокутська, О.С. Федонін, І.М. Репіна, О. І. Олексюк, І.П. Отенко, І.Р. Бузько, І.Є. Дмитренко, О.А. Сущенко, а в розв'язання проблем конкурентного потенціалу – І.М. Кирчата, Г.В. Поясник, Х.А. Фасхiev, Г.С. Рахімова, Л.В. Балабанова, А.Е. Воронкова та інші.

Разом з тим, сутність категорій “економічний потенціал підприємства” та “конкурентний потенціал підприємства” залишається не до кінця з’ясованою. Існують різні підходи до визначення структури потенціалу підприємства, набору складових елементів. Недостатньо розроблено питання аналізу економічного потенціалу під час формування та реалізації стратегії підприємства.

Постановка цілей

Мета статті – дослідження сутності та взаємозв’язку між поняттями “економічний потенціал” та “конкурентний потенціал”, їх структури на рівні суб’єкта господарювання, обґрунтування ролі й місця конкурентного економічного потенціалу в стратегічному плануванні.

Виклад основного матеріалу

Враховуючи те, що підприємство є суб’єктом економічних відносин, вітчизняні науковці здебільшого ототожнюють “потенціал підприємства” і “економічний потенціал підприємства”, який переважно асоціюється з ресурсами та можливостями трансформувати їх у певні блага. Найтипівіші визначення поняття “економічний потенціал підприємства” подано у табл. 1.

Таблиця 1

Визначення терміна “економічний потенціал підприємства”

Автор	Сутність поняття “економічний потенціал підприємства”
О.Ф. Балацький	“... сукупна можливість доступних економічних ресурсів забезпечити виробництво максимально можливого обсягу продукції, яка відповідає потребам суспільства на даному етапі його розвитку” [1, с.140]
І.Р. Бузько І.Є. Дмитренко О.А. Сущенко	“... сукупні силові здатності, можливості аналізованої системи, які можуть бути реалізовані тільки при наявності ресурсів” [2, с.45]
Н.С. Краснокутська	“...можливості системи ресурсів, здатностей і компетенцій підприємства створювати цінність для зацікавлених сторін” [3, с.21]
Г.Б. Клейнер	“... сукупність тих властивостей підприємства, які, з одного боку, визначають перспективні можливості і межі його функціонування при певних зовнішніх умовах, а з іншого – є порівняно стійкими, тобто не можуть бути змінені за короткий період” [4, с.51]
Є.В. Лапін	“... сукупні можливості максимально можливого обсягу виробництва матеріальних благ і послуг в умовах, які забезпечують найбільш ефективно використання за часом і потужністю наявних економічних ресурсів” [5, с.38]
І.П. Отенко	“... взаємозалежна сукупність можливостей ресурсів і процесів їх трансформації, організаційної структури підприємства, системи управління підприємством і здатностей персоналу до пізнання та управління” [6, с.7]
М.В. Савченко	“... складна економічна система функціональних відносин між елементами реального і потенційного рівня розвитку підприємства, що відбиває його готовність у певний час мобілізувати ресурсні можливості для досягнення поставлених цілей з максимальною ефективністю в процесі оптимальної взаємодії з зовнішнім середовищем” [7, с.13]
О.С. Федонін, І.М. Репіна, О.І. Олексюк	“... інтегральне відображення (оцінка) поточних і майбутніх можливостей економічної системи трансформувати вхідні ресурси за допомогою притаманних їй персоналу підприємницьких здібностей в економічні блага, максимально задовольняючи в такий спосіб корпоративні та суспільні інтереси” [8, с.14]

Як видно з табл. 1, можна виділити два основні напрями: перший ґрунтується на ресурсах підприємства [1, 3, 6]; другий – на його можливостях [2, 4, 5, 8]. На нашу думку, економічний потенціал підприємства слід розглядати дещо ширше, тобто як сукупність ресурсів, можливостей, здатностей та компетенцій підприємства, які забезпечують досягнення сформульованої мети. Для уточнення сутності цих складових економічного потенціалу розглянемо етимологічне їх значення. Так, “здатність” – це природна обдарованість, талант; уміння, а також можливість провадити які-небудь дії [9, с. 453; 10, с. 532]. Водночас “здатності” і “здібності” – синоніми, проте коли йдеться про властивість до виконання чого-небудь, частіше використовується “здатність”, а властивості, пов’язані з природним обдаруванням, талантом, які виявляються відносно конкретної людини, – це

“здібності”. “Можливість” – це сприятлива умова, обставина, ситуація, у якій можна що-небудь зробити; внутрішні ресурси, здатності; це набір критеріїв, що дають змогу здійснити певну дію або послідовність дій [9, с. 684; 10, с. 778]. “Компетенції” – сукупність навичок, досвіду, накопичених знань у певній галузі діяльності, високий професіоналізм в тому чи іншому виді діяльності підприємства, що досягається в результаті тривалого навчання та накопичення досвіду. Здатності можуть існувати у латентному стані протягом всього життєвого циклу підприємства. Компетенції мають характер виявлених здатностей, які можуть активно використовуватись під час створення цінності, а можуть і не бути задіяні, але факт їх існування має бути вже підтвердженим [2, с. 16].

Серед перелічених особливостей економічного потенціалу дискусійним є питання щодо його структури. В економічній літературі традиційно розрізняють три основні підходи: ресурсний, функціональний та змішаний [5, 8]. Ресурсний підхід передбачає виділення структурних елементів за видами і характером ресурсів. За такого підходу у структурі може визначатися найбільша кількість складових. Однак кількість та якість ресурсів не можуть повністю відобразити успішність діяльності підприємства та здатність досягти поставлених цілей. За функціонального підходу поділ на структурні елементи здійснюється за видами діяльності підприємства: основні (постачання, виробництво, збут) та допоміжні (складання звітності, зберігання продукції, обслуговування виробничих фондів тощо). Виділяють такі елементи: виробничий, маркетинговий, управлінський, інші потенціали, які аналізують за показниками, що відображають рівень виконання певних видів діяльності. За такого підходу аналізують фактичний рівень виконання певних функцій і не завжди – сукупних можливостей їх виконання. Змішаний підхід до структуризації економічного потенціалу здебільшого поєднує ресурсний та функціональний, тому його використовують найчастіше, оскільки він забезпечує повніше уявлення про його склад і розглядає такі елементи: людський, виробничий, фінансовий, інноваційний та інформаційний потенціали.

Функціонування підприємства в умовах конкурентного середовища вимагає конкурентного аналізу, зокрема економічного потенціалу підприємства, та визначення рівня його конкурентоспроможності порівняно з галузевими конкурентами. Тому необхідно оцінити підходи дослідників до трактування поняття “конкурентний потенціал підприємства” (табл. 2).

Таблиця 2

Визначення терміна “конкурентний потенціал підприємства”

Автор	Сутність поняття “конкурентний потенціал підприємства”
О.С. Бабина	“... внутрішні і зовнішні конкурентні можливості підприємства, які дозволяють йому проводити ефективну конкурентну боротьбу на ринку шляхом оптимального використання матеріальних і нематеріальних ресурсів” [11, с.24]
Л.В. Балабанова	“... комплекс можливостей і ресурсів підприємства, що забезпечує отримання конкурентних переваг на ринку і досягнення поставлених стратегічних конкурентних цілей” [12, с. 26].
А.Е. Воронкова	“... сукупність виробничо-фінансових, інтелектуальних, трудових і екологічних можливостей підприємства, що забезпечують йому стійкі конкурентні позиції на ринку” [13, с.105]
П.В. Забелін, Н.К. Моїсеєва	“... потенційна можливість (поточні передумови) зберігати і збільшувати конкурентоспроможність у довгостроковому періоді” [14, с.26]
І.М. Кирчата, Г.В. Поясник	“... систематизований комплекс взаємоузгоджених можливостей і ресурсів внутрішнього середовища підприємства, який забезпечує отримання конкурентних переваг в умовах змінюваного зовнішнього середовища та обмежених ресурсів, сприяє досягненню поставлених конкурентних цілей та при раціональному використанні забезпечує підприємству високий конкурентний статус” [15, с.43]
Г.С. Рахімова	“... сукупність наявних природних, матеріальних, трудових, фінансових ресурсів і можливостей об’єктів та/або суб’єктів господарювання, які надають перевагу перед конкурентами” [16, с.51]
С.М. Судомир	“... здатність підприємства та його системи менеджменту формувати збалансований комплекс можливостей по задоволенню потреб споживачів з метою забезпечення сталого стратегічного розвитку, підвищення конкурентоспроможності, завчасної адаптації до змін у зовнішньому середовищі” [17, с.12]
Х.А. Фасхiev	“... реальна і потенційна здатність компанії розробляти, виготовляти, збувати і обслуговувати в конкретних сегментах ринку конкурентні вироби” [18, с.53]

За результатами аналізу наведених у табл. 2 визначень “конкурентний потенціал підприємства” має такі особливості: конкурентний потенціал характеризує не внутрішні наявні та потенційні можливості підприємства, а визначається порівнянням з конкурентом, тобто є відносним поняттям (залежно від конкретного конкурента рівень конкурентоспроможності може бути різним); є комплексним поняттям, оскільки відображає взаємодію всіх елементів, з яких він складається (виробничий, фінансовий, інноваційний, інформаційний, людський потенціал тощо); рівень конкурентоспроможності потенціалу підприємства визначається конкурентоспроможністю його складових та взаємозв’язками між ними.

Зазначимо, що науковці і практики досить вільно вживають терміни “конкурентний потенціал” і “конкурентоспроможний потенціал”, вважаючи їх спільною ознакою порівняння економічного потенціалу з конкурентом. Хоча “конкурентний потенціал” – це економічний потенціал підприємства, який оцінений та порівняний з наявним чи потенційним конкурентом за певною методикою, а “конкурентоспроможний потенціал” – економічний потенціал підприємства, що за сукупністю показників переважає аналогічні значення конкурента. Отже, можна вивести таку залежність на рівні певного підприємства: конкурентоспроможним може бути лише економічний потенціал, але економічний потенціал не завжди конкурентоспроможний відносно конкретного ринку і часу.

Між економічним та конкурентним потенціалами існує тісний взаємозв’язок (рис 1.).

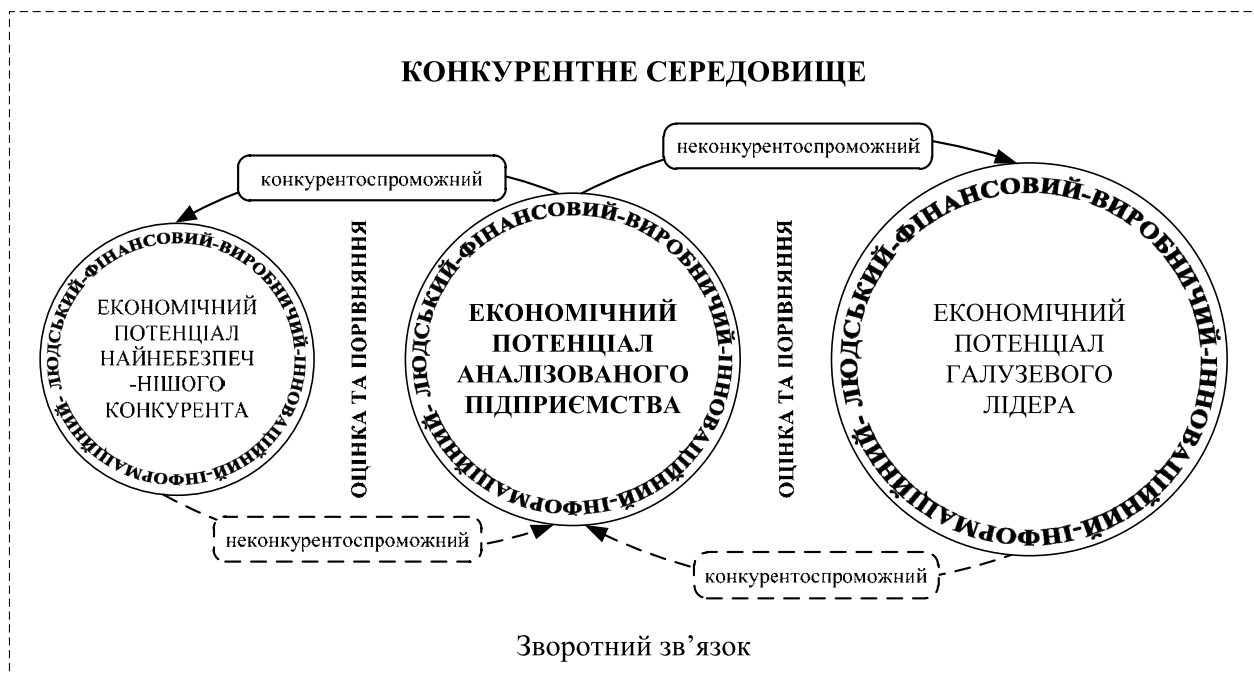


Рис. 1. Конкурентоспроможність економічного потенціалу підприємства

З рис. 1 видно, що зовнішнє середовище істотно впливає на достатність і ефективність потенціалу підприємства для ведення конкурентної боротьби. Наявність необхідної кількості матеріальних ресурсів, зокрема унікальних, упровадження на підприємстві процесних та продуктових інновацій, достатність фінансових ресурсів та забезпеченість кваліфікованим персоналом в умовах дії конкурентних сил не завжди дає можливість ефективно конкурувати на ринку. Тому одним з найважливіших завдань в процесі управління економічним потенціалом підприємства є забезпечення його конкурентоспроможності порівняно з пріоритетним конкурентом.

На нашу думку, рівень конкурентоспроможності потенціалу підприємства визначається оптимальним поєднанням його ресурсів, можливостей, здатностей та компетенцій, які орієнтовані на створення конкурентної переваги та забезпечують найкращу з можливих конкурентну позицію в процесі взаємодії із зовнішнім середовищем в умовах ведення конкурентної боротьби. Однак аналіз економічного потенціалу підприємства лише відносно конкурентів залишає “відкритим” питання

його сформованості, а це, своєю чергою, не забезпечує довгострокового збереження підприємством конкурентних позицій.

Економічний потенціал необхідно формувати з перспективою його розвитку і з урахуванням економічних можливостей конкурентів, тому актуальною є оцінка рівня конкурентоспроможності економічного потенціалу підприємства в процесі формування і реалізації його конкурентної стратегії. Оцінити конкурентоспроможність економічного потенціалу підприємства можна з використанням одно- та багатокритеріальних методів.

Найчастіше індикатором конкурентоспроможності підприємства за однокритеріальними методами (наприклад, за методом Бостонської консалтингової групи) вважають показник відносної частки ринку, оскільки він, з одного боку, характеризує можливості підприємства щодо виробництва і реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), а з іншого – надає їм відносного характеру через порівняння їх з аналогічними можливостями найнебезпечнішого конкурента.

Багатокритеріальні методи ґрунтуються на комплексному аналізі економічного потенціалу підприємства і передбачають формування системи показників, що характеризують стан та ефективність використання його відповідних складових. Оскільки конкурентоспроможність економічного потенціалу є його якісною характеристикою в результаті порівняння з конкурентом, то структура конкурентного потенціалу аналогічна економічному.

Багатокритеріальні методи оцінки конкурентного потенціалу підприємства є трудомісткими, проте забезпечують можливість ідентифікації не лише власних конкурентних переваг, але й слабких сторін конкурентів, адже порівнюють не тільки сукупну величину економічного потенціалу підприємства, але й окремі його структурні елементи.

Конкурентоспроможний потенціал тісно пов'язаний з конкурентною стратегією і цілями підприємства. Якість розроблення та її реалізації конкурентної стратегії залежить від послідовності стадій стратегічного планування, зокрема: формування цілей, оцінка потенціалу та формування стратегії. В процесі еволюції методології управління загалом і планування зокрема логіка розроблення стратегії змінювалася.

Аналіз етапів розвитку науки і практики менеджменту свідчить, що у 50–60-ті роки (на думку деяких учених, це 1955–1975 рр.) ХХ ст. формування комплексу перспективних заходів підприємства відбувалося в такій послідовності: цілі – стратегія – економічний потенціал (рис. 2).

Основною причиною такої логіки розроблення стратегії є особливості етапу довгострокового планування. Наприклад, американська економіка в цей період відзначалася високими темпами росту товарних ринків і відносною передбачуваністю напрямів розвитку національного господарства, порівняно вузькою спеціалізацією провідних компаній і доволі низьким рівнем конкуренції між ними. Завданням довгострокового планування було складання прогнозу продажу підприємства на декілька наступних років, а на його основі – функціональних планів, які потім об'єднували в єдиний фінансовий план корпорації. Обмеженість цієї системи планування полягала у використанні методів екстраполяції для прогнозування продажу, а також методів розподілу ресурсів. Зазначимо, що перелічені методи були ефективними, оскільки в цей період спостерігалась стабільність зовнішнього середовища, а також рівень конкуренції був не надто високий [19, с.21].

Легка прогнозованість середовища, мінімальний конкурентний тиск уможлилювали, з огляду на наявні ресурси, формування довгострокового плану розвитку підприємства. Разом з тим, з посиленням нестабільності зовнішнього середовища та інтенсивності конкуренції ці методи виявилися неефективними.

На наступному етапі розвитку стратегічного менеджменту (80 – поч. 90 рр. ХХ ст.), коли в теорії домінувала школа позиціонування (М. Портер, Р. Рамелт, Г. Мінцберг, Р. Фрімен та інші), основна увага була зосереджена на аналізі зовнішнього середовища, зокрема впливу основних п'яти конкурентних сил. Визначалась найкраща відповідність між внутрішнім станом підприємства і дією сил зовнішнього оточення, проте внутрішній потенціал не розглядали як джерело конкурентної переваги.

Недоліки попередніх підходів частково усуває ресурсна концепція (90-ті рр. ХХ ст.), зокрема її структурний напрям. Суть ресурсного підходу полягає у тому, що відмінності в економічних

результатах діяльності підприємств, які функціонують в одній галузі, пов'язані з різним складом ресурсів, які воно має і використовує у своїй діяльності. Ресурсами вважали все, що забезпечує функціонування підприємства [20, с.11]. Автори структурного напрямку ресурсної концепції (К. Прахалад, Д. Колліс, С. Монтгомері та Р. Грант) вважали унікальні ресурси і ключові компетенції єдиною основою формування конкурентних переваг у нестабільному ринковому середовищі. За цим підходом економічний потенціал підприємства розглядають як основу конкурентних переваг, тобто йдеться вже про конкурентний потенціал підприємства.

Розроблення стратегії в межах цього підходу відбувається за такою послідовністю: конкурентний потенціал – цілі – конкурентна стратегія (рис. 3), де потенціалу більшою мірою притаманні риси конкурентного.

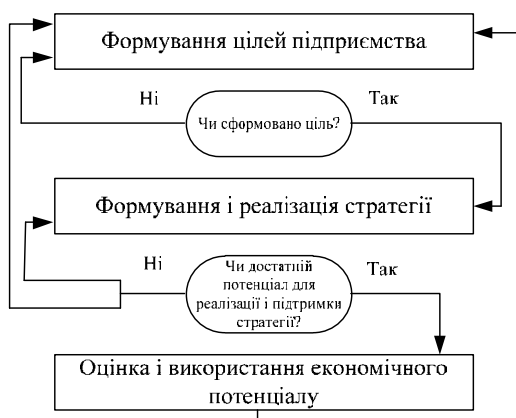


Рис. 2. Процес розроблення стратегії (цілі – стратегія – економічний потенціал)

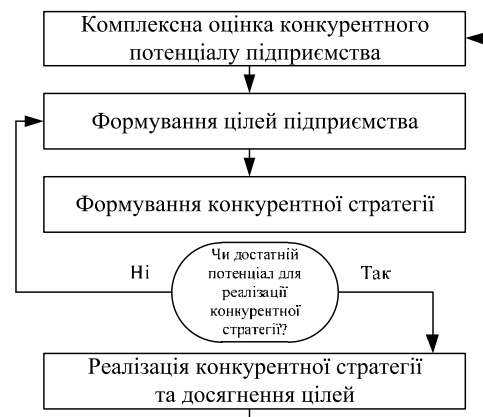


Рис. 3. Процес розроблення стратегії (конкурентний потенціал – цілі – конкурентна стратегія)

Переваги розроблення стратегії за такої послідовності: вибір стратегії ґрунтується на результатах комплексного аналізу потенціалу підприємства за функціональними складовими; цілі стратегії формуються не інтуїтивно, а на основі зібраної інформації про стан та наявність ресурсів для її досягнення. Однак основний недолік полягає в тому, що потенціал підприємства розглядають у статиці, а за результатами його аналізу формують стратегічні цілі. Тому розроблена стратегія ґрунтується на фактичному (наявному) потенціалі підприємства і недостатньо враховує можливості його розвитку у майбутньому. Відповідно ознаку статичності у такому випадку мали і сформовані цілі, оскільки вони обмежені наявними ресурсами.

Формування стратегії в такій послідовності: цілі – конкурентний потенціал – конкурентна стратегія, згідно з другим підходом (поч. ХХ ст.) ресурсної концепції (рис. 4.), як свідчить аналіз літератури, мало багато прихильників.



Рис. 4. Процес розроблення стратегії (цілі – конкурентний потенціал – конкурентна стратегія)

Представники процесного напряму ресурсної концепції (Г. Хемел, Д. Тіс, С. Уінтер) вважають динамічні здібності та унікальні організаційні знання основою економічного потенціалу підприємства. Основна ідея зазначеного підходу полягає в тому, що “цілі повинні служити менеджменту засобами для максимально повної мобілізації ресурсів підприємства” [21, с. 73]. Дослідження за цим підходом розглядає економічний потенціал підприємства, який спрямований на досягнення конкурентних цілей, тобто конкурентний потенціал підприємства.

Переваги реалізації такої послідовності розроблення стратегії такі: постановка випереджувальних цілей щодо наявного потенціалу активізує інноваційні процеси на підприємстві; реорганізовує персонал підприємства, створює відповідний організаційний клімат, що допомагає виявити приховані резерви на функціональних рівнях діяльності підприємства; забезпечує можливість створення підприємством ключової компетенції – оригінальної і ефективною комбінації ресурсів відносно конкурентів.

Проте постановка надто амбітної цілі, досягти якої неможливо без наявних ресурсів, негативно впливає на ефективність реалізації стратегії, а пошук і мобілізація ресурсів, відповідно до поставлених цілей, може тривати доволі довго.

Конкурентні цілі підприємства, його конкурентний потенціал та стратегія нерозривно пов’язані. Водночас правильна їх послідовність є визначальною в стратегічному управлінні. Взаємозв’язок досліджуваних категорій подано в табл. 3.

Таблиця 3

**Взаємозв’язок економічних категорій
“конкурентна ціль”, “конкурентний потенціал” та “конкурентна стратегія”**

Категорії	Конкурентна ціль	Конкурентний потенціал	Конкурентна стратегія
Конкурентна ціль	x	Конкурентний потенціал є основою формування цілей підприємства	Конкурентна ціль є орієнтиром для розроблення конкурентної стратегії
Конкурентний потенціал	Оцінка конкурентного потенціалу забезпечує формування конкурентної цілі	x	Вибір певного виду конкурентної стратегії сприяє розвитку певних складових конкурентного потенціалу
Конкурентна стратегія	Конкурентна стратегія спрямована на досягнення визначеної конкурентної цілі	Конкурентоспроможність елементів потенціалу підприємства забезпечує формування ефективної конкурентної стратегії	x

На нашу думку, розроблення конкурентної стратегії в послідовності “ціль–конкурентний потенціал–конкурентна стратегія” підвищує її результативність, оскільки встановлені цілі конкурентної стратегії відповідають наявному потенціалу та поточним і доступним можливостям як внутрішнього, так і зовнішнього середовища підприємства. Наприклад, конкурентна стратегія диференціації забезпечує розвиток людського потенціалу. Пошук нових технологій розвиває інноваційний потенціал. Стратегія низьких витрат за рахунок жорсткого контролю всіх операцій і елементів виробничого процесу зумовлює зниження браку у виробництві, що приводить до раціонального використання наявних ресурсів. Тобто чітко визначені цілі сприяють розвитку економічного потенціалу, зокрема його структурних елементів, а на цій основі формується відповідна конкурентна стратегія.

Отже, конкурентний потенціал тісно пов’язаний з конкурентною стратегією та метою, на досягнення якої вона спрямована. “Конкурентоспроможний” є якісною характеристикою економічного потенціалу підприємства відносно його конкурентів. Застосування певного типу конкурентної стратегії дає можливість підприємству розвивати свій унікальний конкурентний потенціал.

Висновки

Кожне підприємство володіє певним економічним потенціалом і намагається якнайефективніше його реалізувати. Враховуючи реалії сучасного ринку, зокрема жорстку конкуренцію, для досягнення поставлених цілей необхідна чітка конкурентна стратегія, розроблення якої починається з визначення цілей. Для формування цілей важливо, щоб потенціал підприємства був достатнім, а для реалізації стратегії та досягнення цілей – конкурентоспроможним. Тому наявність економічного потенціалу, який є конкурентним, забезпечуватиме підприємству успішну діяльність, а підвищити конкурентоспроможність економічного потенціалу підприємства можна завдяки якісному управлінню. Тобто для розроблення конкурентної стратегії необхідно враховувати, що конкурентний потенціал підприємства є завжди економічним, а економічний – не завжди конкурентоспроможним.

Перспективи подальших досліджень

Посилення конкурентного тиску зумовлює необхідність вироблення нових підходів до оцінки, формування і розвитку потенціалу підприємства, його використання в процесі формування та реалізації конкурентної стратегії.

1. Балацкій О. Ф. *Экономический потенциал административных и производственных систем: моногр.* / О.Ф. Балацкій. – Сумы: Университетская книга, 2006. – 972 с.
2. Бузько И.Р. *Стратегический потенциал и формирование приоритетов в развитии предприятий: моногр.* / И.Р. Бузько, И. Е. Дмитренко, Е. А. Сущенко; Восточноукр. нац. ун-т им. В. Даля, Донбасский горно-металлургический ин-т. Алчевск, 2002. – 216 с.
3. Краснокутська Н.С. *Потенціал торговельного підприємства: теорія та методологія дослідження: моногр.* / Н.С. Краснокутська. – Харків: Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі, 2010. – 247 с.
4. Клейнер Г.Б. *От теории предприятия к теории стратегического управления* / Г.Б. Клейнер // *Российский журнал менеджмента.* – 2003. – № 1. – С. 31–56.
5. Лапин Е.В. *Экономический потенциал предприятий промышленности: формирование, оценка, управление [Текст] : дис. ... д-ра экон. наук: 08.07.01 / Лапин Евгений Васильевич.* – Сумы, 2006. – 432 с.
6. Отенко І.П. *Стратегічне управління потенціалом підприємства [Текст] : автореф. дис. ... д-ра экон. наук : 08.06.01 / І.П. Отенко; Східноукр. нац. ун-т ім. В. Даля.* – Луганськ: [б. и.], 2006. – 28 с.
7. Савченко М.В. *Управління економічним потенціалом промислових підприємств [Текст]: дис. ... к.е.н.: 08.06.01 / Савченко Марина Василівна* – Харків, 2004. – 190 с.
8. Федонін О. С. *Потенціал підприємства : формування та оцінка: навч.-метод. посібник для самостійного вивчення дисципліни / О.С. Федонін, І.М. Репіна, О.І. Олексюк; Міністерство освіти і науки України, Київський національний економічний університет.* Київ : КНЕУ, 2005. – 261 с.
9. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел. – К.; Ірпінь: ВТФ „Перун”, 2005. – 1728 с.
10. Словник української мови [Електронний ресурс] / Академічний тлумачний словник (1970–1980). – Том 3, С. 532; Том 4, С. 778. Режим доступу: <http://sum.in.ua/>.
11. Бабина О.Є. *Потенціал як системна економічна категорія / О.Є. Бабина // Вісник економіки транспорту і промисловості.* – 2011. – № 36. – С.23–26.
12. Балабанова Л.В. *Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: стратегічний підхід: моногр.* / Л.В. Балабанова, В.В. Холод. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2006. – С.294.
13. Воронкова А.Э. *Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация : моногр.* – 2-е изд. – Луганск : ВГУ им. В. Даля, 2004. – 320 с.
14. Забелин П.В., Моисеева И.К. *Основы стратегического управления* / П.В. Забелин, И.К. Моисеева. – М.: Информационно-внедренческий центр “Маркетинг”, 1998. – 195 с.
15. Кирчата І.М. *Управління конкурентоспроможністю підприємства в глобальному середовищі: моногр.* / І.М. Кирчата, Г.В. Поясник. – Харків: ХНАДУ, 2009. – 160 с.
16. Рахимова Г.С. *Конкурентный потенциал и конкурентная стратегия в совокупности отношений конкурентоспособности [Текст] : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.01 / Рахимова Гузель Салихьяновна.* – Казань, 2003. – 150 с.
17. Гудзинський О.Д. *Управління формуванням конкурентоспроможного потенціалу підприємств (теоретико-методологічний аспект): моногр.* / Гудзинський О.Д., Судомир С.М., Гуренко Т.О. – К. :

ППК ДСЗУ, 2010. – 212 с. 18. Фасхиев Х.А. Как измерить конкурентоспособность предприятия? // *Маркетинг в России и за рубежом*. – 2003. – №4 (36). – С.53–69. 19. Кіндрацька Г.І. *Стратегічний менеджмент : навч. посіб.* / Г.І. Кіндрацька. – 2-ге вид., переробл. і доповн. – К. : Знання, 2010. – 406 с. 20. Тамбовцев В.Л. *Стратегическая теория фирмы: состояние и возможное развитие* / В.Л. Тамбовцев // *Российский журнал менеджмента*. – Том 8, № 1, 2010. – С. 5–40. 21. Томпсон А.А., Стрикленд А. Дж. *Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа* / А.А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд – 12 изд: Пер. с англ. – М.: Издательский дом “Вильямс”, 2006. – 928 с.

УДК 330.341.1

Т.Ю. Кирилич
ТзОВ “Шувар”

РОЗВИТОК КОМП'ЮТЕРИЗОВАНИХ ІННОВАЦІЙНИХ СИСТЕМ НА ОПТОВИХ РИНКАХ

© Кирилич Т.Ю., 2012

Обґрунтовано необхідність інновативного підходу до представлення оптового ринку як проміжної і визначальної ланки у ланцюгу “виробник–посередник–споживач”, описано внутрішню інфраструктуру ринку та інновативне комп'ютеризоване розроблення її елементів. Також окреслено переваги такої розробки та її практичне втілення для подальшої розбудови оптового ринку з урахуванням поточних потреб виробників, посередників та споживачів.

Ключові слова: оптовий ринок, комп'ютеризовані інновації, інфраструктурне забезпечення, виробник, посередник, споживач.

DEVELOPMENT OF COMPUTERIZED INNOVATIVE SYSTEMS IN WHOLESALE MARKETS

© Kyrylych T.Yu., 2012

In the paper the necessity of innovative approach to presentation of a wholesale market as an intermediate and determining part of a “producer–middleman–consumer” chain is substantiated, the internal infrastructure of the wholesale market and innovative computerized development of its elements are described. Advantages of such development and its practical realization in the further expansion of the wholesale market are also outlined taking into account current demands of producers, middlemen, and consumers.

Key words: wholesale market, computerized innovations, infrastructure supplying, producer, middleman, consumer.

Постановка проблеми

Важливу роль на сучасному етапі розвитку економіки України відіграють оптові ринки. Тому необхідною умовою їх успішного функціонування є забезпечення сучасними технологіями, передовсім комп'ютеризованими розробками, оскільки саме комп'ютеризація інфраструктури ринку та якісне програмне забезпечення дасть змогу не лише спростити кількість та зменшити періодичність операцій, але й вдосконалити та спростити її обробку.