

КОНКУРЕНТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ САДІВНИЦЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.

***Анотація.** Висвітлено структуру конкурентного потенціалу садівницьких підприємств. Досліджено рівень впливу конкурентного потенціалу на формування конкурентоспроможності підприємств садівничої галузі.*

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку ринкових відносин в Україні, коли посилюється роль споживачів, зростає ризик і невизначеність умов функціонування підприємств, збільшується ступінь залежності від маркетингового середовища, посилюється конкурентна боротьба за ринки збуту товарів, особливу актуальність набуває проблема забезпечення конкурентоспроможності підприємств.

Щоб успішно діяти на аграрному ринку підприємству необхідно мати обґрунтовані погляди не тільки на особливості конкурентів, клієнтів, посередників, постачальників або оточуюче середовище, але і на свої внутрішні можливості і визначальні наявності конкурентних переваг. Таким чином, пошук конкурентної переваги при широкій доступності ринків матеріальних ресурсів зводиться до володіння інформацією і знаннями.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Даному аспекту присвячені фундаментальні роботи Ф. Котлера, М. Портера, І. Ансоффа, Р. Фатхутдінова, Я. Базилюка, Л. Балабанової. Проблема управління потенціалом у сучасній економіці розглядається в дослідженнях З. Варналій, А. Воронкова, А. Задоя, Н. Краснокутської, Є.Лапіна, І. Репіна тощо.

Мета дослідження. Виявити конкурентний потенціал садівницьких підприємств та рівень його впливу на формування конкурентоспроможність садівницького підприємства загалом.

Виклад основного матеріалу. Вперше поняття конкурентний потенціал було розглянуто в роботі Л. Балабанової, А. Балабаниць, який автори

розглядали як «сукупність наявних конкурентних переваг і маркетингових можливостей фірми, що мають здатність при сприятливому маркетинговому кліматі трансформуватися в конкурентні переваги підприємства, забезпечуючи йому стійку конкурентну позицію на ринку» [1, с.8]. При подальшому розвитку досліджень під конкурентним потенціалом розуміється вже «...комплекс можливостей і ресурсів підприємства, що забезпечує отримання конкурентних переваг на ринку і досягнення поставлених стратегічних конкурентних цілей» [2, с.26]. Т. Загорна розглядає поняття «конкурентний потенціал торгової марки» і також визначає його як «сукупність можливостей підприємства використовувати функціональні і емоційні властивості торгової марки з метою посилення переваг в конкурентній боротьбі» [3, с. 5].

Подальший розвиток ринкових відносин і механізмів діяльності підприємств потребує фундаментальних досліджень проблем конкуренції та конкурентоспроможності. Конкуренція є основною рушійною силою ринкової економіки, інструментом забезпечення її рівноваги й гармонійного розвитку. Конкурентні відносини разом з державним регулюванням здатні забезпечити стійкий розвиток аграрної сфери, не допустити дискримінації сільськогосподарських підприємств переробними і торговельними у розділі прибутку, забезпечуючи його достатню норму.

У зв'язку із цим управління конкурентним середовищем в аграрній сфері набуває великого значення для забезпечення розширеного відтворення й розвитку підприємств у гармонійному поєднанні із соціальними потребами суспільства.

Конкурентоспроможність підприємства повинна постійно контролюватися як основний інтегральний показник, що відображає практично всі сторони його діяльності, характеризує потенціал розвитку, фінансову й виробничу стійкість, визначає місце підприємства на ринку. Рівень конкурентоспроможності вітчизняних сільськогосподарських товаровиробників на світовому ринку відносно невисокий через їх незадовільне матеріально-

технічне забезпечення, використання застарілих витратних технологій, неврегульованість кредитування, відсутність досвіду ведення жорсткої конкурентної боротьби в умовах відкритої економіки.

Поняття конкурентоспроможності садівницьких підприємств і конкурентного середовища нерозривно пов'язані з категорією конкурентного потенціалу галузевого виробництва. Конкурентний потенціал значною мірою залежить від оптимального поєднання окремих видів ресурсів, залучених у виробничий процес, рівня організації виробництва та праці, ефективності системи управління. З метою оцінювання впливу окремих факторів на процеси формування, використання та розвитку конкурентного потенціалу підприємства необхідний аналіз його структурних елементів і взаємодії між ними. Визначення структури конкурентного потенціалу, діагностика й аналіз конкурентних переваг діяльності підприємства та галузі в цілому становлять основу управління конкурентоспроможністю підприємства.

Виходячи із системного підходу, можна виділити його структурні елементи, розподілені за рівнями системи. Кожен структурний елемент може розглядатися і як самостійна система, і як підсистема в рамках системи вищого порядку, тому пропонується використовувати комплексний підхід, що поєднує переваги ресурсного й функціонального та дає змогу представити конкурентний потенціал як сукупність управлінського, виробничого, трудового, маркетингового, фінансово-економічного, інноваційного, інформаційного потенціалу. Саме поєднання певних складових у сукупності характеризує стан і можливості підприємства зі створення, зміцнення та розвитку своїх конкурентних переваг.

Кожний з елементів конкурентного потенціалу має свої специфічні цілі щодо використання та розвитку, перебуває під впливом різноманітних факторів, виступаючи сильною або слабкою стороною підприємства. З огляду на зазначене вище, можна стверджувати, що конкурентний потенціал садівницького підприємства й галузі в цілому – це систематизований комплекс взаємоузгоджуваних можливостей і ресурсів внутрішнього середовища

підприємства, що забезпечує здобуття конкурентних переваг в умовах зовнішнього середовища, яке змінюється, і обмежених ресурсів, сприяє досягненню поставлених конкурентних цілей і при раціональному використанні забезпечує підприємству високий конкурентний статус. Таким чином, конкурентний потенціал – це відкрита, багатоелементна, динамічна система.

Для ефективного прояву конкуренції необхідне відповідне середовище, що передбачає вільне входження на ринок і вихід з нього господарюючих суб'єктів, свободу підприємництва й ціноутворення, доступ до ресурсів. Умови й фактори, що визначають характер ведення конкурентної боротьби, варто виділяти в окремий елемент зовнішнього середовища підприємства. Під конкурентним середовищем слід розуміти сукупність ринкових умов і факторів, що визначають функціонування й відносини в процесі конкуренції підприємств, які виробляють однорідну продукцію, використовують однотипну сировину та матеріали, а також мають один сегмент споживачів. Типове конкурентне середовище складається з таких структурних елементів: конкурентне середовище на ринку засобів сільськогосподарського виробництва та виробничих ресурсів; конкурентне середовище на ринку готової продукції й послуг; конкурентне середовище на ринку праці; конкурентне середовище на ринку інформаційно-консультаційних послуг; конкурентне середовище на фінансово-кредитному ринку.

Будь-яка система існує в середовищі, що її оточує, і справляє на неї прямий і непрямий вплив. Реально не існує систем, абсолютно відокремлених від навколишнього середовища, яке впливає за допомогою факторів, що по-різному діють на внутрішній стан системи.

Для оцінювання факторів, що впливають на конкурентоспроможність садівницького підприємства, і конкурентного середовища галузі прийнято використовувати ситуаційний підхід. В його основі лежить визначення значущих ситуаційних змінних (факторів). Слід зауважити, що неможливо визначити всі змінні, які впливають на систему. Для практичної мети можуть розглядатися тільки ті, які мають найбільше значення або вплив. Конкретний вибір факторів

може інтерпретуватися по-різному, однак в основному вся їх сукупність групується за внутрішніми й зовнішніми змінними. Внутрішні змінні – ситуаційні фактори в середині системи. Основні змінні внутрішнього середовища зачіпають такі аспекти, як мета системи, структура, завдання, технологія управління потенціалом.

Як зовнішні змінні виступають умови й ситуації, які підсистема зазвичай не може змінити, але обов'язково має враховувати у своїй діяльності. Зовнішні фактори поділяються на дві основних групи: прямої дії і непрямой. Зовнішнє середовище прямої дії – фактори, що безпосередньо впливають на стан конкурентоспроможності підприємств і конкурентного середовища галузі та на собі також відчують їх прямий вплив.

Зовнішнє середовище непрямой дії – фактори, що можуть не справляти негайного прямого впливу на процеси функціонування, але позначаються на них. Фактори середовища непрямой дії зазвичай не впливають на досліджувані процеси так само помітно, як фактори середовища прямої дії. Однак середовище факторів непрямой дії часто складніше, ніж пряме середовище. Нерідко доводиться спиратися на припущення про таке середовище, ґрунтуючись на неповній інформації, намагаючись спрогнозувати можливі наслідки її впливу.

Таким чином, існує різноманіття факторів, які справляють вплив на ефективність діяльності й конкурентоспроможність сучасних садівницьких підприємств, що так необхідні галузевій економіці, розвитку її сировинної бази й підвищенню конкурентоспроможності. Необхідний аналіз того, які з факторів, що впливають, мають більше значення, тобто на які з них керівникам підприємств варто звернути найбільшу увагу, щоб якимось чином змінити становище, що склалося.

Комплексне дослідження конкурентного середовища садівницьких підприємств виконує функцію інструмента інформування для управління конкурентоспроможністю.

Динамічна система формування й використання системи показників, що характеризують стан конкурентного середовища садівницьких підприємств, становить основу управління конкурентним потенціалом галузі та його розвитком.

Висновок.

1. Найважливішою проблемою для українських садівницьких підприємств на сучасному етапі є проблема їх виживання і забезпечення подальшого розвитку. В основі її ефективного рішення лежить формування і реалізація конкурентних переваг. Конкурентні переваги визначають конкурентну позицію садівницького підприємства на ринку, що дозволяє їм долати тиск конкурентних сил.

2. Концепція конкурентної переваги повинна базуватися на попереджувачому, превентивному характері стратегічних дій підприємства в конкурентному середовищі. Ефективне управління конкурентним потенціалом підприємства сприятиме реалізації концепції підвищення конкурентоспроможності підприємства, яку доцільно розглядати як науковообґрунтований задум (проект) підприємства для ухвалення обґрунтованих ефективних рішень, що забезпечують адаптивну конкурентну поведінку і одержання довгострокових стійких конкурентних переваг.

Література

1. Балабанова Л.В. Маркетинговый аудит в системе сбыта: Моногр. /Л.В. Балабанова, А.В.Балабаниц.-Донецк: ДонГУЭТ, 2003.-188 с.
2. Балабанова Л.В. Маркетинговое управление конкурентоспособностью предприятий: стратегический подход: Моногр. /Л.В.Балабанова, В.В.Холод.— Донецьк: ДонДУЕТ, 2006. —294 с.
3. Загорна Т.О. Управление конкурентным потенциалом торговой марки: Автореф. дис... канд. екон. наук. - Донецьк: ДонДУЕТ, 2005. – 19 с.
4. Зінов'єв І. Ф. Стратегия реализации конкурентных преимуществ Украины // Держава та регіони № 3, 2012. – С.46-52

5.Криворотько Я. С. Формування маркетингової стратегії садівництва України : Автореф. дис... к.е.н.. – Запоріжжя: КПУ, 2012. – С. 20

Аннотація. Освещено структуру конкурентного потенціала садоводческих підприємств. Исследовано уровень влияния конкурентного потенціала на формирование конкурентоспособности підприємств отрасли садоводства.

Summary. It is shined structure of competitive capacity of the gardening enterprises. It is investigated level of influence of competitive potential on formation of competitiveness of the enterprises of branch of gardening.

УДК 631.145:004

Ілляшенко К.В.,
к.е.н., доцент ТДАТУ

АНАЛІЗ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ КОНТЕКСТІ

Анотація. У статті розглянуті етапи інформатизації економіки, проаналізована роль знання у становленні інформаційної економіки, досліджено передумови трансформації української економіки в інформаційному аспекті

Ключові слова: аналіз, інформація, економіка, технології, знання

Постановка проблеми. У сучасному світі трансформація ринкових структур свідчить про якісні зміни господарських відносин і є проявом більш масштабної трансформації всього відтворювального процесу. Господарські зв'язки та відносини здобувають нові риси. У значній мірі це обумовлено інформатизацією економіки, інтернаціоналізацією господарських зв'язків і «інтелектуалізацією» економічного росту, які зараз спостерігаються. Для нашої держави цей процес ускладнюється необхідністю корінної модернізації економіки на основі формування цілісної інформаційної системи та безперервного використання інновацій. У зв'язку з цим дослідження основних концепцій інформаційного суспільства, властивостей інформації, значення знань, їхнього місця в економічній діяльності має досить важливе значення.

Аналіз останніх досліджень. Основи підходу до суспільно-економічної динаміки були закладені Й. Шумпетером. Загальні аспекти постіндустріального розвитку та властивості інформаційної економіки найбільш повно