

УДК 339.137.2

Кирчага І.М.*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки підприємства**Харківського національного автомобільно-дорожнього університету***Шершенюк О.М.***кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економічної теорії та права**Харківського національного автомобільно-дорожнього університету*

ФОРМУВАННЯ СТРУКТУРИ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ СКЛАДНИКІВ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

THE STRUCTURE FORMATION AND GROUND OF COMPONENTS OF THE ENTERPRISE COMPETITIVE POTENTIAL

АНОТАЦІЯ

У статті розглянуто та проаналізовано зміст понять «конкурентоспроможність підприємства», «конкурентний потенціал підприємства». Досліджено засади системного управління конкурентним потенціалом підприємства. Визначено основні принципи формування та оцінки структурних елементів конкурентного потенціалу.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, чинники конкурентоспроможності, конкурентні переваги, конкурентний потенціал.

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрено и проанализировано содержание понятий «конкурентоспособность предприятия», «конкурентный потенциал предприятия». Исследованы теоретические основы системного управления конкурентным потенциалом предприятия. Определены основные принципы формирования и оценки структурных элементов конкурентного потенциала.

Ключевые слова: конкурентоспособность, факторы конкурентоспособности, конкурентные преимущества, конкурентный потенциал.

ANNOTATION

In the article the contents of concepts «company's competitiveness» and «competitive potential of the enterprise» were reviewed and analyzed. The theoretical foundations of a competitive enterprise systems management capabilities were disclosed. The basic principles of the formation and evaluation of the structural elements of competitive potential were determined.

Keywords: competitiveness, competitive factors, competitive advantages, competitive potential.

Постановка проблеми. Пошук шляхів формування висококонкурентної національної економіки є на сьогодні ключовим питанням, оскільки практика свідчить про те, що більшість вітчизняних суб'єктів господарювання є неконкурентоспроможними на світових ринках, що підтверджується результатами рейтингів провідних міжнародних організацій, згідно з якими Україна посідає одне з останніх місць серед досліджуваних країн. Тому метою вдосконалення системи управління конкурентоспроможністю є підвищення ефективності діяльності підприємства на основі розробки механізму комплексної оцінки й обґрунтованості всіх управлінських рішень із точки зору їх впливу на підвищення конкурентоспроможності. Система управління останньою представляє собою комплекс взаємопов'язаних елемен-

тів, які функціонують у часі як єдине ціле, вирішуючи при цьому головне завдання – забезпечення досягнення запланованих стратегічних цілей підприємства.

Для того щоб система досягла своїх максимальних можливостей, необхідно належним чином сформувати її внутрішню структуру та процес управління. Оскільки будь-яке підприємство – це цілеспрямована, керована система, то визначення його конкурентного потенціалу має враховувати цілеспрямований характер діяльності останньої.

Входження промислових підприємств України в систему міжнародної конкуренції активізує проблему організації управління конкурентним потенціалом як одну з найважливіших проблем удосконалення механізму управління конкурентоспроможністю підприємства. Більшість проблем, пов'язаних з оцінкою та формуванням конкурентного потенціалу, не вирішено.

У наукових дослідженнях ще до сьогодні удосконалюються позиції стосовно створення теоретичної бази для побудови механізмів формування ефективно функціонуючого конкурентного потенціалу підприємства та технології їх використання. З'являються нові роботи, які намагаються комплексно висвітлити питання розробки методів оцінки конкурентного потенціалу підприємства та рекомендації щодо їх використання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Будучи однією з форм методологічного знання, системний підхід має стати ключовим у дослідженні проблеми управління конкурентним потенціалом [1, с. 47].

На підприємстві необхідно систематично проводити діагностику і моніторинг конкурентного потенціалу, який забезпечує отримання інформації про стан та можливі шляхи найбільш ефективного використання потенціалу в часі, а також визначає не тільки напрями, але й можливості реалізації конкурентної стратегії.

Однією з найбільш трудомістких та малодосліджених у теорії та практиці управління підприємством є завдання побудови організа-

ційно-управлінських механізмів формування ефективно функціонуючого конкурентного потенціалу.

Модель конкурентоспроможного потенціалу підприємства визначається: обсягом та якістю наявних у нього ресурсів (чисельністю працівників, основними виробничими та невиробничими фондами, матеріальними запасами, фінансами та нематеріальними ресурсами – патентами, ліцензіями, інформацією, технологією); здібностями співробітників, їх освітніми, кваліфікаційними, психофізіологічними та мотиваційними якостями; здатністю менеджменту оптимально використовувати наявні ресурси; інноваційними можливостями; інформаційними можливостями; фінансовими можливостями [2].

Не беручи до уваги величезну кількість наукових підходів до оцінки конкурентного потенціалу підприємства, в економічній науці ще не визначено єдиного підходу до визначення інтегральних показників його рівня.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Головне завдання подаль-

ших розробок у рамках даного дослідження полягає у встановленні найбільш оптимального підходу до визначення рівня конкурентного потенціалу, який би був інтегральним і враховував потенційні можливості підприємства з урахуванням умов забезпечення ринку конкурентною продукцією та стану фінансово-господарської діяльності підприємства.

Мета статті полягає у визначенні структури конкурентного потенціалу, діагностиці та аналізі його елементів, що складають основу управління конкурентоспроможністю підприємства, а також визначенні особливостей кожного його елемента.

Виклад основного матеріалу дослідження. Конкурентний потенціал значною мірою залежить від оптимального поєднання окремих видів ресурсів, залучених до виробничого процесу, рівня організації виробництва і праці, ефективності системи управління підприємством.

Із метою оцінки впливу окремих факторів на процеси формування, використання і розвитку конкурентного потенціалу підприємства необхідно провести аналіз його структурних елементів та взаємодії між ними.

Таблиця 1

Властивості конкурентного потенціалу

Перелік властивостей	Характеристика
цілісність	у результаті взаємодії елементів конкурентний потенціал набуває властивостей, які не притаманні окремо взятому його елементу
структурність	наявність внутрішньої узгодженості та ієрархічності елементів
керованість	забезпечення можливості моделювання
динамічність	функціонування приводить до змін потенціалу і розвитку підприємства
відкритість	відбуваються постійний вплив факторів зовнішнього середовища та їх взаємодія
інерційність	зміни у структурі потенціалу починають відбуватися після початку впливу змін у зовнішньому та внутрішньому середовищі та продовжуються деякий час після їх закінчення
еластичність	залежність швидкості зміни рівня потенціалу від рівня самого потенціалу
пропорційність	елементи потенціалу знаходяться у певному співвідношенні та пропорційності
стабільність	прагнення системи до стабілізації інтервалу змін свого потенціалу
інтегральність	об'єднує всі параметри локальних потенціалів в один
синергічність	оптимальна узгодженість та взаємодія елементів потенціалу сприяють досягненню ефекту, який перевищує суму всіх елементів потенціалу
самоорганізація і саморозвиток	здатність ефективно управляти процесами реалізації потенціалу
адаптивність	здатність цілеспрямовано змінювати свою структуру відповідно до змін зовнішнього середовища
гнучкість	здатність елементів потенціалу перегруповуватися без суттєвих змін у загальній структурі
оптимальність	найбільш прийнятний стан потенціалу щодо функціонування та розвитку підприємства
монотонність	із покращенням параметрів локальних потенціалів повинен покращуватися загальний рівень потенціалу
достатність	здатність потенціалу та його складників досягати поставлених цілей з урахуванням можливого ризику
інноваційність	здатність зростання рівня потенціалу під впливом реалізації новацій
мобільність	здатність локальних потенціалів концентруватися в необхідних поєднаннях та раціонально функціонувати в конкретних умовах
обмеженість у просторі та часі	процеси щодо реалізації потенціалу визначають необхідність його розгляду у визначеній часовій перспективі
спрямованість	здатність управляти станом об'єкту в потрібному напрямі
складність	необмежений характер засобів системного представлення потенціалу як потенціалу системного об'єкта

Джерело: складено на основі [3]

Узагальнюючи підходи авторів до визначення конкурентного потенціалу, можна стверджувати, що він є відбиттям стану внутрішнього середовища підприємства і водночас як самостійною системою, так і системою більш високого порядку (підприємства), а тому йому притаманні конкретні властивості (табл. 1).

Із метою створення системи, яка спроможна вирішувати завдання щодо підвищення рівня, використання наявних та створення нових резервів конкурентного потенціалу, у ході аналізу підходів науковців було проведено декомпозицію системи локальних потенціалів та визначено ті, що чинять найбільший вплив на розвиток конкурентного потенціалу в цілому.

Кожен з елементів конкурентного потенціалу має свої специфічні цілі використання та розвитку, знаходиться під впливом розмаїття факторів, виступаючи при цьому сильною або слабкою стороною підприємства.

Враховуючи викладене, можна стверджувати, що **конкурентний потенціал підприємства** – це 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 за раціонального використання забезпечує підприємству високий конкурентний статус. Враховуючи та використовуючи наведене поняття, можна декомпонувати діяльність підприємства на два складники: розвиток (створення конкурентних переваг) та цільову діяльність (використання конкурентних переваг).

Конкурентний потенціал підприємства як інтегральний показник є результатом сукупної дії локальних потенціалів. Структурування конкурентного потенціалу підприємства дає змогу оцінювати рівень розвитку кожного локального потенціалу та сконцентрувати зусилля управління в найбільш пріоритетному напрямі, використовувати повний набір стратегічних можливостей, визначити пріоритети в розвитку відповідно до намічених цілей, відобразити послідовність стратегічного планування й управління як у цілому на підприємстві, так і окремо в структурних підрозділах із метою ефективного функціонування на ринку.

Слід також зазначити, що не всі структурні елементи рівнозначні за своїм впливом на рівень конкурентного потенціалу. Ця нерівномірність, з одного боку, зумовлена нерівнозначністю наслідків, які виникають у разі володіння або не володіння підприємством тими чи іншими можливостями, з іншого боку, нерівномірність впливу елементів конкурентного потенціалу зумовлена відмінностями у забезпеченні кожного з них відповідними ресурсами.

Головна складність аналізу структури конкурентного потенціалу полягає в тому, що всі його елементи функціонують одночасно та в

сукупності. У зв'язку із цим закономірності в його розвитку можуть бути розкриті тільки в поєднанні, а не як окремо визначені закономірності розвитку складників. Але це не виключає можливості та необхідності структурування конкурентного потенціалу, а також визначення співвідношення між його складниками [4].

В основу формування системи показників конкурентного потенціалу має бути покладено такі принципи: використання комплексного підходу під час оцінки; проста структура показників за максимального використання вихідної інформації з урахуванням реальних можливостей розширення інформаційної бази у разі такої потреби; «прозорість» схеми розрахунку показника; врахування порівняності показників з іншими підприємствами.

Згідно із цими принципами, оцінка конкурентного потенціалу має бути комплексною, з використанням цілісної системи показників, яка дає змогу виявляти резерви підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства.

Формування конкурентного потенціалу безпосередньо пов'язане з можливостями **виробничого потенціалу** підприємства.

Виробничий потенціал можна визначити як здатність підприємства виробляти максимально можливий обсяг споживчих вартостей на базі повного використання наявних у його розпорядженні техніки, технології, науково-технічної інформації і природних ресурсів. Оскільки вибір розрахункових показників здійснюється для побудови методики оцінки стану конкурентного потенціалу саме українських підприємств, то, на нашу думку, найбільш прийнятними для проведення аналізу виробничого потенціалу є такі показники: фондвіддача, матеріаловіддача, рівень завантаження виробничих потужностей, коефіцієнт зносу основних фондів підприємства, коефіцієнт оновлення основних фондів підприємства.

Вибір припав на перераховані вище показники, оскільки саме вони є одними з найбільш проблемних на підприємствах та характеризують ефективність використання основних фондів, а динаміка їх значень багато в чому розкриває зміни в інших показниках (зокрема, характеризує загальний майновий стан підприємства).

Кількісні та якісні характеристики цього потенціалу мають вагомий вплив на рівень стратегічної гнучкості підприємства в цілому, який реалізується шляхом: удосконалення структури управління виробництвом; постановки вимог до рівня кваліфікації кадрів; забезпечення безперервності виробництва; формування витратної частини на виробничо-технологічне забезпечення; формування напрямів маркетингових досліджень.

Стан фінансового потенціалу підприємства та якість управління ним визначають його конкурентоспроможність, ділову активність, рівень реалізації економічних інтересів.

Фінансовий потенціал підприємства є комплексним поняттям та характеризується системою показників, які відображують наявність і розміщення засобів, реальні та потенційні фінансові можливості. Основними з них є: склад та структура активів підприємства, обсяг виробленої продукції та послуг, загальні витрати на виробництво, структура витрат, структура оборотних засобів та період їх обігу, платоспроможність, інтенсивність інвестицій, норма прибутку, рентабельність продукції.

Фінансовий потенціал підприємства як складова частина конкурентного потенціалу має характеризуватися стійкою платоспроможністю, достатньою забезпеченістю власними оборотними коштами та ефективним їх використанням, чіткою організацією розрахунків, наявністю стійкої фінансової бази.

Обов'язковою і важливою складовою частиною фінансового аналізу має бути оцінка показників рентабельності підприємства, яку в різних джерелах пропонується здійснювати за такими показниками, як: рентабельність продажів; рентабельність основної діяльності; рентабельність основного капіталу; рентабельність власного капіталу; період окупності власного капіталу; рентабельність усього капіталу підприємства; рентабельність активів.

Для детальної оцінки ліквідності, платоспроможності і кредитоспроможності підприємства рекомендують використовувати більш широке поле показників: величину власних оборотних коштів; коефіцієнт покриття поточний; коефіцієнт покриття загальний; коефіцієнт абсолютної ліквідності; коефіцієнт платоспроможності; частку оборотних коштів в активах та ін.

Окрім того, західні аналітики рекомендують застосовувати показники, які аналізують акціонерний капітал і ефективність його використання: прибутковість акцій, дохід на звичайну акцію, цінність акції, рентабельність акцій, коефіцієнт котирування акцій.

Фінансовий потенціал є основним елементом структури конкурентного потенціалу і забезпечує: фінансування витрат на формування структури управління; фінансування процесу підготовки та трансферу високопрофесійних кадрів; фінансування вдосконалення виробництва; створення стабілізаційного фонду; фінансування проведення маркетингових досліджень.

Управлінський потенціал підприємства характеризується здатністю його системи управління забезпечувати стійке становище на ринку, а також сприяти економічному розвитку. Він визначається рівнем прогресивності організаційної структури управління підприємством, якістю організації виробництва і праці, методів і засобів управління персоналом.

Управлінський потенціал підприємства забезпечує ефективність конкурентного потенціалу, яка досягається завдяки гнучкості керівництва на всіх стадіях управління, його твор-

чої активності та здатності приймати рішення в умовах ризику та невизначеності, а також уміння адекватно реагувати на ці зміни.

Крім того, управлінський потенціал підприємства у структурі конкурентного потенціалу слід розглядати як основний її компонент. Інші складники конкурентного потенціалу є підпорядкованими категоріями, оскільки виконують роль об'єктів управління.

Якщо поглянути на ефективність діяльності керівництва підприємства очима інвестора, то першочерговими показниками, які мають охарактеризувати цей складник, є рентабельність власного капіталу і, як наслідок, рентабельність інвестицій.

До складу показників оцінки управлінського потенціалу було включено коефіцієнт обіговості кредиторської заборгованості, оскільки робота з кредиторами є функцією управлінського складу підприємства.

Але не варто обмежуватися фінансовими показниками, до складу оціночних показників управлінського потенціалу доцільно включити показники організаційної структури, зокрема коефіцієнт структурної напруженості, коефіцієнт відповідності посаді.

Управлінський потенціал, здійснюючи вплив на елементи структури стратегічної гнучкості підприємства, формує ефективну структуру управління підприємством, дає можливість виробництву швидко та якісно адаптуватися до нових змін, забезпечує ефективне планування та розподілення фінансових ресурсів, зумовлює оперативне вивчення ринку і розробку ефективної маркетингової стратегії, забезпечує своєчасність адаптації кадрів для розробки нововведення.

Трудовий потенціал може істотно впливати на конкурентоспроможність підприємства за умови, що всі основні складники технології роботи з персоналом – набір, адаптація, оцінка результатів праці, сучасні форми мотивації та організація праці – об'єднані в єдину програму.

Від кількісної й якісної збалансованості та рівня використання трудового потенціалу значною мірою залежать високі кінцеві показники господарської діяльності, досягнення конкурентних переваг, можливості забезпечення сталого конкурентоспроможного розвитку підприємства та економічного зростання.

Більшість дослідників визначають три основні фактори, які чинять прямий вплив на розмір кадрового потенціалу підприємства: чисельність виробничого персоналу, рівень загальної та спеціальної освіти, стан здоров'я працівників.

Через відсутність методичної бази для детального дослідження якісних показників трудового потенціалу та з метою виконання функцій у ринкових умовах господарювання, їхнього подальшого кількісного оцінювання є необхідність розгляду таких показників, як: продуктивність праці, коефіцієнт кадрового забезпечення, динаміка частки працівників із вищою освітою,

науковим ступенем, коефіцієнт соціальної захищеності кадрів, коефіцієнт стабільності кадрів, коефіцієнт мотивації працівників.

Необхідно зазначити, що трудовий потенціал впливає на всі елементи структури конкурентного потенціалу підприємства шляхом визначення кількісних та якісних параметрів структури управління, зниження витрат на підготовку чи залучення висококваліфікованого персоналу, забезпечення здатності виробити високотехнологічну продукцію, вдосконалення механізмів мотивації праці, розробки об'єктивного маркетингового плану дій.

Синонімом успішного розвитку підприємства та комплексною характеристикою його здатності до інноваційної діяльності виступає інноваційний потенціал. Світовий досвід свідчить про те, що подолати інноваційну стагнацію тільки за допомогою інвестицій неможливо. Причина низького рівня інноваційного потенціалу більшості підприємств частково пов'язана зі схильністю керівників уникати ризиків, а також із численними перешкодами на шляху інноваторів, недостатнім рівнем культури професійної діяльності та виробничих відносин. Саме це й обмежує можливості перетворення технологічних досягнень у комерційну вигоду.

Слід зазначити, що категорія «інноваційний потенціал» розглядається на різних рівнях узагальнення. Проте в цілому інноваційний потенціал визначає позиції підприємства за науково-технічним рівнем випуску продукції, а тому основні завдання щодо його формування полягають у розробці інноваційних проєктів, заходів щодо забезпечення конкурентоспроможності, впровадженні нових досягнень, розробці прогресивних нормативів, які забезпечують випуск конкурентоспроможної продукції.

Інноваційний потенціал підприємства – це сукупність інноваційних ресурсів, які взаємодіють між собою і знаходяться під впливом умовно забезпечуючих чинників. Це сприяє оптимальному використанню цих ресурсів та досягненню запланованих орієнтирів інноваційної діяльності та підвищенню конкурентоспроможності в цілому по підприємству.

З економічної точки зору, на думку найавторитетніших учених світу (Д. Белл, Т. Стюарт), інтелектуальний потенціал є сукупністю знань, навичок, умінь людини, її мобільності (здатності до сприйняття нової інформації, навчання, перепідготовки, адаптації до нових умов) і креативності із забезпеченням можливості створення додаткового продукту у процесі руху інтелектуального капіталу, а також деяких структурних матеріальних об'єктів (баз даних, програмного забезпечення, систем управління) [6].

Повною мірою за високий рівень інноваційного потенціалу підприємства відповідає науково-дослідницький потенціал, який характеризує наявність заділу результатів науково-дослідницьких робіт, достатнього для генерації нових знань,

здатність проведення досліджень із метою перевірки ідей новацій і можливості використання новацій у виробництві нової продукції.

Слід зазначити, що науково-дослідницький потенціал включає не тільки ресурси науки у вигляді відповідних наукових досліджень та розробок, але й здатність проєктних і конструкторських підрозділів, а також виробничого апарату практично реалізовувати результати дослідження, тобто науково-дослідницький потенціал представляє собою сучасну форму інтеграції потенціалу науки і потенціалу сфери застосування знань.

Через відсутність оптимізованої методичної бази для детального дослідження якісних показників інноваційного потенціалу та через його високу контекстно-чутливу залежність, для кількісного оцінювання необхідно розглядати такі показники: частку щорічного оновлення продукції в загальному обсязі виробництва, питому вагу витрат на НДДКР у загальній сумі витрат підприємства, рентабельність інновацій, рентабельність інвестицій, спрямованих в інноваційну діяльність підприємства, динаміку частки іноземних інвестицій, спрямованих в інноваційну діяльність підприємства.

Маркетинговий потенціал як структурний елемент конкурентного потенціалу, націлений на гнучке та постійне реагування на зміни умов збуту шляхом використання ситуаційного підходу в прийнятті рішень, реалізації проактивної організаційної стратегії, яка забезпечує управління та контроль над ринковими процесами.

Маркетинговий потенціал підприємства може бути охарактеризований продуктивністю роботи маркетингових служб підприємства, яка оцінюється достовірністю досліджень, проведених цими службами, та їх рекомендацій.

Маркетингові дослідження конкурентоспроможності підприємства включають такі елементи: забезпечення функціонування маркетингової інформаційно-аналітичної системи конкурентного спостереження; перманентне відстеження змін у конкурентному середовищі, вивчення тактики дій конкурентів, оцінка конкурентних можливостей підприємства відповідно до умов ринку.

Кількісне оцінювання маркетингового потенціалу підприємства має використовувати такі показники: рентабельність продажів, темп зростання обсягів реалізації продукції, рівень ефективності маркетингової діяльності, коефіцієнт виконання договірних угод, динаміка частка експорту основної продукції в загальному обсязі реалізації.

Рівень рентабельності продажів напряму характеризує ефективність роботи підприємства на ринку, а також оцінює частку собівартості в загальному обсязі продукції. Що стосується темпу зростання обсягів реалізації продукції, то цей показник включає в себе й елементи виробничого потенціалу (нарощування чи зменшення темпів виробництва), й елементи управ-

лінського потенціалу (рівень досконалості планування), й елементи інноваційного потенціалу (досконалість продукції).

Коефіцієнт виконання договірних угод є якісною характеристикою роботи маркетингового відділу та свідчить про ефективність його роботи.

Маркетинговий потенціал підприємства своїм впливом забезпечує: ефективну роботу структури управління; зменшення асигнувань на трансфер і навчання персоналу; об'єктивні вимоги до виробництва нового продукту; приріст фінансових ресурсів; ефективну маркетингову кампанію.

Як складова частина конкурентного потенціалу підприємства інформаційний потенціал – це сукупність інформаційних ресурсів, які забезпечують генерацію та накопичення знань, фактів, правил. Інформаційні ресурси слід розглядати як вихідний фактор людської діяльності, основу якого становить інформація. Саме інформація надає можливість цілеспрямовано формувати і розвивати **інформаційний потенціал** підприємства, оптимізувати систему управління підприємством, знизити ступінь ризику в прийнятті управлінських рішень [7].

Інформаційна система конкурентного спостереження має бути чітко налагодженою і продуктивно функціонуючою з метою визначення стратегічно важливих видів конкурентної інформації, встановлення її джерел, отримання і перевірки інформації на ступінь достовірності і надійності, її інтерпретації і систематизації; ефективної циркуляції інформації в межах підприємства. Тільки за таких умов управлінський апарат може отримувати своєчасну інформацію про конкурентів зі спеціальних інформаційних джерел, коли їм потрібна допомога в оцінці очікуваного кроку конкурента, необхідна інформація про його ключові компетенції, а також конкурентні слабкості або коли вони хочуть обміркувати можливу реакцію конкурента на певні стратегічні кроки підприємства.

За умов відсутності методичної бази щодо кількісного оцінювання інформаційного потенціалу підприємства вважаємо за доцільне використовувати такі якісні характеристики: ефективність системи звітності; захист інформації від несанкціонованого доступу; захист юридичної значимості електронних документів; захист від несанкціонованого копіювання цінної та секретної інформації; своєчасність отримання інформації; надійність та достовірність інформації; швидкість оброблення інформації.

Висновки. Для комплексного дослідження, аналізу та оцінювання конкурентного потенціалу підприємства слід використовувати параметри і характеристики, які змінюються тоді, коли відбуваються зміни у самій системі підприємства. При цьому основними принципами

формування та використання інформації в системі управління конкурентним потенціалом є: актуальність – реальне відображення стану конкурентного потенціалу в кожному момент часу; достовірність – чітке відтворення об'єктивного стану та рівня розвитку конкурентного потенціалу; релевантність – здатність отримувати точну відповідність до сформульованих вимог та уникати роботи з непотрібними даними; повнота відображення – визначає необхідність об'єктивного врахування всіх факторів, які формують або чинять вплив на стан та розвиток підприємства; цілеспрямованість – орієнтування на конкретні цілі та завдання розвитку конкурентного потенціалу; інформаційна єдність – розробка системи показників, за якої виключається можливість протиріч та неузгодженості даних.

При цьому основні функції, які покладено на систему управління конкурентним потенціалом підприємства, мають зводитися до: формування системи показників, параметрів та критеріїв управління конкурентним потенціалом; оцінки ступені достатності конкурентного потенціалу для утримання конкурентоспроможності на досягнутому рівні; оцінки ступені гнучкості конкурентного потенціалу; аналізу й оцінювання реалізації процесів розвитку конкурентного потенціалу з метою подальшої їх координації та контролю; пошуку нових перспективних можливостей та аналітичного супровіду прийняття стратегічних рішень щодо їх реалізації.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Злидень І.М. Системне управління конкурентним потенціалом / І.М. Злидень // Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції «Динамика наукових досліджень – 2005». Т. 11. Маркетинг та менеджмент. – Дніпропетровськ: Наука й освіта, 2005. – С. 45–48.
2. Воронкова А.Э. Стратегическое управление конкурентным потенциалом предприятия: диагностика и организация : [монография] / А.Э. Воронкова. – Луганск : ВНУ ім. В. Даля, 2000. – 315 с.
3. Отенко И.П. Методологические основы управления потенциалом предприятия / И.П. Отенко. – Харьков : ХНЕУ, 2004. – 215 с.
4. Злыдень И.М. Практические подходы к определению понятия и исследование синергизма элементов конкурентного потенциала / И.М. Злыдень // Бизнес Информ. – 2005. – № 5–6. – С. 92–97.
5. Кирчата І.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства в глобальному середовищі : [монографія] / І.М. Кирчата, Г.В. Поясник. – Харків : ХНАДУ, 2009. – 160 с.
6. Климов С.М. Интеллектуальные ресурсы общества / С.М. Климов. – СПб. : ИВЭСЭП, Знание, 2002. – 198 с.
7. Ілляшенко С.М. Інформаційний потенціал підприємства / С.М. Ілляшенко // Вісник СумДУ. – 2004. – № 9(68). – С. 11–19.