

УДК 331.1

## КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

**И.А Кондаурова, А.В. Бессонов**

ГВУЗ «Донецкий национальный технический университет»

*В статье сформулированы концептуальные основы управления конкурентоспособным потенциалом предприятий на основе принципов системного подхода.*

Одной из самых актуальных задач современного развития экономики является достижение высокого уровня конкурентоспособности предприятий, обеспечения их эффективного функционирования на долгосрочную перспективу на принципах устойчивого развития. Целевая направленность предприятия на долгосрочную конкурентоспособность предполагает широкий спектр стратегических мер, поскольку требует определения ключевых факторов успеха и разработку соответствующих методов по их реализации, то есть формирование конкурентных преимуществ, что и обеспечивает эффективная система стратегического управления конкурентоспособностью предприятия.

Актуальность исследования теоретических, методологических и прикладных основ формирования концепции конкурентоспособного потенциала предприятий обуславливается наличием проблем, связанных с совершенствованием существующих и поиском новых подходов к управлению конкурентоспособностью, что является гарантией не только выживания, но и гармоничного развития предприятия на долгосрочную перспективу [1, с.69].

Термин «конкуренция» в современной экономической литературе понимают как экономический процесс взаимодействия, взаимосвязи и борьбы между субъектами хозяйствования, функционирующих на рынке с целью удовлетворения потребностей клиентов, и стремятся к обеспечению лучших возможностей сбыта своей продукции, а за счет этого – получение определенных экономических выгод. Итак, конкуренция является главной движущей силой рынка, а сама продукция является орудием конкурентной борьбы.

Функциями конкуренции являются:

1. регулирование производства, под влиянием конкуренции, факторы производства и инвестиции направляются в те отрасли, где в них существует наибольшая потребность;

2. мотивообразование предпринимательского поведения, конкурируя, каждое предприятие предлагает на рынок свои лучшие изделия, думая прежде всего о собственной выгоде, но тем самым приносят больше пользы своим потребителям и народному хозяйству в целом. Таким образом, субъективная цель предпринимателя – получить больше прибыли – трансформируется в объективную цель производства – более полно удовлетворить потребность;
3. распределение дохода среди товаропроизводителей, конкуренция позволяет распределять доход среди предприятий в соответствии с их вкладом в удовлетворение спроса;
4. контроль поведения участников рынка, конкуренция ограничивает поведение каждого продавца и его экономическую силу, не давая ему возможности определяющим образом влиять на общее состояние рынка.

Совокупность потенциала предприятия среди прочего формирует его конкурентный статус как своеобразный показатель места предприятия на рынке. Конкурентный статус используется для отображения сопоставимых конкурентных позиций предприятия в ходе формирования модели стратегического поведения предприятия на рынке на определенную перспективу.

Стоит отметить, что конкурентная борьба является эффективным средством координации действий субъектов рынка без вмешательства государства в соответствующие экономические процессы и явления.

Конкурентоспособность потенциала предприятия следует рассматривать как его способность эффективнее других субъектов рынка использовать совокупность ресурсов, направляя ее на более полное удовлетворение потребностей общества, уменьшение расходов, оптимизацию собственных экономических выгод.

Процесс управления конкурентоспособностью потенциала предприятия тесно связан с определением целей его присутствия на рынке. Цели предприятия определяются его владельцами (руководителями) в соответствии с процессами, происходящими в обществе, и характером отдельных составляющих потенциала экономической системы [2, с.14].

Конкурентоспособность потенциала предприятия определяют его ключевые факторы как уникальную комбинацию имеющегося потенциала, накопленного опыта хозяйствования, уровня использования отдельных составляющих потенциала, сформированного имиджа.

С позиций системного подхода потенциал предприятия рассматривается достаточно широко, кроме разновидностей ресурсов, важное место в нем занимают наличные средства, запасы и источники их пополнения, возможности отдельных работников, влияние государства и общества и тому подобное.

Практическое значение управления конкурентоспособностью потенциала предприятия заключается в том, что система официальных, обезличенных целей экономической системы дополняется, уточняется, корректируется в процессе внутриорганизационного диалога между отдельными уровнями управления, а затем трансформируется в индивидуализированные цели коллектива или его отдельных членов, как исполнителей, так и руководителей различных уровней. Именно на эти цели и ориентирована деятельность по оптимизации использования отдельных элементов потенциала предприятия [4, с.12].

### **Выводы**

Диагностика конкурентного потенциала предприятия является основой для принятия управленческих решений по формированию, содержанию и развитию конкурентных преимуществ в долгосрочной перспективе. Выявление и развитие конкурентного потенциала является основным залогом достижения предприятием высокого уровня конкурентоспособности.

### **Библиографический список**

1. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратеги, управления / Р.А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА – М, 2000. – 312 с.
2. Воронкова А.Е. Концепція управління конкурентоспроможним потенціалом підприємства / А.Е. Воронкова. – Дніпропетровськ: Економіст. – 2007. – №8. – С. 14.
3. Клименко С. М. Управління конкурентоспроможністю підприємства / С. М. Клименко, О.С.Дуброва, Д.О. Бараб. – К.: КНЕУ, 2006. – 527 с.
4. Маркетинговий менеджмент конкурентоспроможності підприємства: стратегічний підхід та системні рішення / Кендюхов О.В., Кондаурова І.О., Панченко Г.С. та ін. – Донецьк, 2014, – 201с.