

**Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет
Кафедра маркетингу та УІД
Сумський регіональний центр
інтелектуального розвитку
Українська асоціація маркетингу
Всеукраїнська спілка вчених-економістів**

**Збірник тез доповідей
ІХ Міжнародної
науково-практичної конференції**

**«МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ
І ІННОВАЦІЇ У МАРКЕТИНГУ»**

24-25 вересня 2015 року

Суми 2015

Дутченко О.М.
ДВНЗ «Українська академія банківської справи»
Мішеніна Н.В.,
Сумський державний університет

МЕТОДОЛОГІЯ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ

В умовах ринкової економіки підприємство, що постачає свою продукцію на ринок, не може тривалий час займати стійку позицію, спираючись у своїй стратегії лише на показники конкурентоспроможності продукції, тобто не враховувати власні сукупні витрати, пов'язані зі створенням та реалізацією цієї продукції. Під час входження на новий ринок, за появи нових конкурентів, у ході прийняття рішень про розширення виробництва або його скорочення, під час здійснення інвестицій, зокрема у модернізацію технологічного обладнання або оновлення продукції, що випускається, необхідна комплексна оцінка всього потенціалу підприємства.

Досвід останніх років показав, що не всі підприємства здатні вести ефективну конкурентну боротьбу. Тому дослідження конкурентоспроможності потенціалу підприємства та шляхів його підвищення є одним із важливих напрямів наукових досліджень.

Доцільно розглядати потенціал підприємства як сукупність ресурсів (трудових, матеріальних, технічних, фінансових, інноваційних і т. п.), навичок та можливостей керівників, спеціалістів та інших категорій персоналу, щодо вироблення товарів, здійснення послуг (робіт), отримання максимального доходу (прибутку), забезпечення ефективного функціонування та сталого розвитку підприємства.

Потенціал підприємства складається з таких основних елементів:

- *виробничо-технологічний потенціал* – можливість підприємства випускати якісну продукцію, що відповідає вимогам ринку, в необхідній кількості при мінімальних затратах;

- *трудовий потенціал* – можливість колективу підприємства забезпечувати ефективне функціонування;

- *інформаційний потенціал* – це можливості, якість і корисність інформації, необхідні для реалізації інших системних уявлень;

- *інноваційний потенціал* – це можливість формувати високотехнологічні виробництва, спроможні виробляти наукоємну продукцію з високою доданою вартістю;

- *фінансовий потенціал* – це обсяг власних фінансових ресурсів підприємства, основними джерелами формування яких є прибуток та амортизаційні відрахування.

У сумі ці елементи утворюють економічну та соціальну спроможність підприємства, що порівняно з аналогічними підприємствами відображають рівень конкурентоспроможності підприємницького потенціалу підприємства на ринку.

Процес формування конкурентоспроможного потенціалу необхідно поділити на такі основні етапи:

1. Формулювання та постановка цілей і завдань підприємства щодо формування його конкурентоспроможного потенціалу.

2. Пошук, обробка та узагальнення інформації, необхідної для формування конкурентоспроможного потенціалу відповідно до обраних критеріїв оцінювання.

3. Оцінювання локальних потенціалів у структурі конкурентного потенціалу та рівня конкурентоспроможності потенціалу підприємства за певний період часу.

4. Виявлення й дослідження факторів формування конкурентоспроможного потенціалу підприємства та їх синергічного взаємовпливу.

5. Оцінювання альтернативних варіантів формування конкурентоспроможного потенціалу підприємства.

6. Визначення основних напрямів і розроблення стратегій забезпечення конкурентоспроможності потенціалу підприємства.

За сучасних умов розвитку формування конкурентоспроможного потенціалу є потребою будь-якого підприємства, що забезпечує виживання, розвиток та закріплення своїх позицій на ринку. Враховуючи велику кількість факторів, що впливають на конкурентоспроможність потенціалу, та нестабільність зовнішнього середовища, існує необхідність у розробленні механізму формування конкурентоспроможного потенціалу.

Описані етапи процесу формування конкурентоспроможного потенціалу дозволять визначити шляхи забезпечення і підвищення конкурентоспроможності потенціалу підприємства та допоможуть прийняти більш виважені стратегічні рішення.

У цілому ж посилення конкуренції зумовлює необхідність удосконалення існуючих та розроблення нових підходів до формування та розвитку потенціалу підприємства й його конкурентоспроможності.