

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ З ОСНОВНИМИ КАТЕГОРІЯМИ ТЕОРІЇ КОНКУРЕНЦІЇ

Кирчата І. М., канд. екон. наук, доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Шершенюк О. М., канд. екон. наук, доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Постановка проблеми. Категоріальний апарат теорії конкуренції є ретельно опрацьованим і удосконалений найавторитетнішими дослідниками. Сьогодні простежений і очевидний взаємозв'язок між такими економічними поняттями як „конкурентний потенціал”, „конкурентна політика”, „конкурентний механізм”, „конкурентні переваги”, „конкурентна позиція”, що сприяє проведенню аналізу та визначенню механізму їх взаємозалежності та взаємодії.

Теоретична і практична база дослідження категорії „конкурентний потенціал” сьогодні багата на наробки, проте у наукових дослідженнях і не існує єдиного теоретичного підходу

Для окремих дослідників потенціал виступає „... досить абстрактною категорією, оскільки межі його розгалужені, а фактори і вплив на поточні процеси посередній. Водночас з тим ця категорія конкретна, оскільки практично кожне рішення може чинити на нього (та через нього) вплив (позитивний чи негативний)” [1].

Кожне підприємство прагне протистояти конкуренції та мінімізувати силу конкурентного тиску з боку ринкових сил, тобто забезпечувати собі достатній рівень конкурентоспроможності. В даній ситуації саме конкурентний потенціал стоїть в основі конкурентоспроможності підприємства, і саме він

повинен бути достатнім для того, щоб утримуватися на конкурентному ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Широкому колу питань, пов'язаних з концептуальними засадами, аналізом та оцінкою потенціалу (конкурентного потенціалу, зокрема) підприємства, присвячено дослідження І. Ансоффа, Л.В. Балабанової, І.П. Бузько А.Е. Воронкової, В.М. Гавви, В.М. Геєця, В.Г. Герасимчука, І.П. Отенко, В.С. Пономаренко, Є.В. Попова, Л.Д. Ревуцького, О.М. Тридіда, Є.В. Лапіна, С.М. Ілляшенко та ін.

Відомі дослідження в тлумаченні економічної категорії „потенціал” вказують на окремі протиріччя: з одного боку, його розглядають як ступінь конкретної потужності, а з іншого – як сукупність можливостей, засобів в якій-небудь сфері, що спрямовані на досягнення поставленої мети [2], ще раз підкреслюючи суперечливість.

Ю.В. Карпенко і В.Я. Чевганова виділяють основні три точки зору економістів щодо тлумачення цієї категорії [3]: узагальнююча категорія; соціальна та економічна категорія; результат рівня розвитку та використання продуктивних сил. І.М. Рєпіна і О.С. Федонін, вивчаючи сутність і природу потенціалу, виокремлюють такі його основні аспекти як: сукупність необхідних для функціонування або розвитку системи різних видів ресурсів; система матеріальних і трудових факторів, що забезпечують досягнення мети виробництва; здатність комплексу ресурсів економічної системи виконувати поставлені перед нею завдання [4].

Л.М. Малярець і І.П. Отенко [5] відмічають наступні теоретичні підходи до категорії „потенціал підприємства”: ресурсний підхід, де фактори виробництва визначають можливості або потенціал підприємства; функціональний підхід, коли види діяльності підприємства визначають його потенціал; інституціональний підхід – потенціал підприємства характеризують здібності і можливості персоналу, що визначаються його інтелектуальними і морально-етичними якостями, а також накопиченим досвідом, знаннями, традиціями.

Невирішені складові загальної проблеми. Слід відзначити, що ресурсна складова конкурентного потенціалу все ж таки не є вичерпною його характеристикою, а систему необхідних ресурсів визначає головна мета функціонування підприємства, і саме тому функціональний і ресурсний підходи є визначальними. Потенціал, з одного боку, є потужністю та здатністю підприємства до маневру в умовах мінливості ситуації на ринку, а з іншого: він позитивно корелює з ціною підприємства [6]. Керівник (власник) завжди зацікавлений у підвищенні потенціалу підприємства, під яким слід розуміти інтегральний показник, що характеризує і сукупність ресурсів, і властивості і характерні особливості підприємства. Інтегральний показник потенціалу підприємства є певним узагальненням локальних потенціалів (підсистем підприємства). Одночасно важливим є те, що інтегральний показник не виступає простим підсумовуванням оцінок складових частин потенціалу. Цей показник врахує збалансованість різних складових, їх взаємний вплив, а наявність так званих, вузьких місць у потенціалі підприємства буде зводити нанівець сильні сторони, що існують в інших складових потенціалу [7]. Таким чином, конкурентний потенціал підприємства проявляється і визначає рівень конкурентоспроможності, а тому й обумовлює необхідність дослідження його як категорії.

Формулювання цілей статі. Підтверджена і обґрунтована актуальність означеного вище питання зумовила необхідність в обґрунтуванні взаємозв'язку між категоріями теорії конкуренції, які задіяні в процесі формування конкурентоспроможності підприємства, зокрема: конкурентний потенціал, конкурентні переваги, конкурентна політика, конкурентоспроможність, конкурентна позиція, конкурентний статус.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналізуючи основні підходи щодо визначення змісту та властивостей конкурентного потенціалу (табл.1) підтверджуємо, що головним завданням системи управління конкурентоспроможністю підприємства є формування і реалізація власного

конкурентного потенціалу, з чіткою орієнтацією на ринкову ситуацію й можливі конкурентні ризики.

Таблиця 1

Визначення конкурентного потенціалу [8]

Визначення	Джерело
Конкурентний потенціал – реальна і потенційна здібність компанії розробляти, виготовляти, збувати в конкретних сегментах ринку конкурентні вироби	Х.А. Фасхiev
Конкурентний потенціал – наявність виробничо-фінансових, інтелектуальних і трудових можливостей підприємства, які забезпечують йому стійкі конкурентні позиції на ринку	А.Е. Воронкова
Конкурентний потенціал – комплекс можливостей і ресурсів підприємств, що забезпечує отримання конкурентних переваг на ринку і досягнення поставлених стратегічних конкурентних цілей	В.В. Лисевич
Конкурентний потенціал – потенційна можливість зберігати та нарощувати конкурентоспроможність в довгостроковому періоді	П.В. Забелін

Процес управління конкурентоспроможністю підприємства на засадах реалізації його конкурентного потенціалу поділяється на два вектори: у короткостроковому плані першочерговою є проблема поточної ефективності, тобто перетворення існуючих ресурсів у конкурентні переваги, у довгостроковій перспективі – нагальним є пошук резервів та розвиток нових конкурентних переваг.

Окремо потрібно відзначити, що першочерговим завданням забезпечення конкурентоспроможності є: систематизація та аналіз всіх елементів конкурентного потенціалу; застосування методики визначення кількісних характеристик впливу та формування на цій основі методологічної бази управління конкурентоспроможністю. Прийняття своєчасних і обґрунтованих рішень в ході управління конкурентоспроможністю та адаптації підприємства до ринкового середовища, дещо ускладнюється низкою зовнішніх факторів: нестабільність законодавства, низька платоспроможність населення, слабка орієнтацію діяльності підприємства на маркетинг, недосконале інформаційне забезпечення, відсутність комплексного та стратегічного підходів до управління, слабкий контроль та ін. Тому постає питання щодо ефективно розробленої та в подальшому реалізованої конкурентної політики, яка і має стати основою вирішення зазначених ускладнень.

Конкурентна політика це:

„ ... політика, що спрямована на посилення змагальності та на зростання обсягу виробництва. Це - комплекс заходів щодо створення конкурентного середовища” [9];

„... система загальних установлень, критеріїв орієнтирів, прийнятих підприємствами з метою розробки дій і прийняття рішень у сфері питань конкурентної боротьби” [10].

Як наслідок, конкурентна політика – перелік комплексних стратегічно орієнтованих заходів підприємства, які визначені станом його поточного конкурентного потенціалу і наявними конкурентними перевагами та мають орієнтуватися на зміцнення конкурентної позиції в перспективі.

Наступний показник в системі управління конкурентоспроможністю підприємства – це наявний рівень його конкурентних переваг поділених за сферами: зовнішні - взаємодія зі споживачами, постачальниками, конкурентами; внутрішні – інформація, маркетинг, фінанси, технологія, персонал, організація управління та ін.

Унікальні конкурентні активи є основою конкурентних переваг будь-якого бізнесу. На думку М.І. Гельвановського, існує прямий зв'язок характеру конкурентних переваг окремої фірми і загального рівня економічного розвитку країни:

„ ... конкурентоспроможність країни може бути досягнута і на базі нетехнологічних переваг, насамперед завдяки низькій вартості чинників виробництва і девальвації національної валюти, тобто завдяки відносно низькому рівню життя населення ... нетехнологічні конкурентні переваги відіграють важливу роль у галузях з високою взаємозамінністю продукції і переважанням в експорті низько технологічних продуктів”[11].

Визначаючи позицію підприємства на ринку, конкурентні переваги дозволяють долати сили конкуренції та завойовувати споживача, а унікальні активами дозволяють перемагати у конкурентній боротьбі (табл.2).

Визначення конкурентної переваги [12]

Визначення	Джерело
Конкурентна перевага - це те, на що націлені всі стратегії у сфері бізнесу. Конкурентні переваги формуються багаточисленними факторами: ефективним виробництвом, патентами, рекламою, грамотним менеджментом	Б. Карлофф
Конкурентна перевага - ексклюзивна цінність, якою володіє система, що дає їй переваги перед конкурентами	А.П. Градов
Конкурентна перевага – характеристики, що створюють для організації, яка виробляє і (або) реалізує даний продукт, визначені переваги над її конкурентами	С.А. Попов
Конкурентні переваги – сильні сторони підприємства, що забезпечують перевагу над конкурентами і є дуже важливими для цільового ринку	Л.В. Балабанова
Конкурентні переваги – характеристики товарів (споживчі властивості), специфічні умови виробництва й продажу, додаткові послуги, які відрізняють діяльність фірми й створюють її переваги над прямими конкурентами	Л.С. Шевченко
Конкурентна перевага – перевага, що забезпечує доходи, які перевищують середньогалузевий рівень і сприяють завоюванню міцних позицій на ринку	В.Ф. Оберемчук
Конкурентна перевага – це будь-яка ексклюзивна цінність, якою володіє підприємство, що забезпечує йому першість серед конкурентів	В.В. Лисевич
Конкурентна перевага – система унікальних факторів, притаманних підприємству, які вирізняють його від конкурентів та сприяють веденню успішної конкурентної боротьби	А.Н. Тищенко, О.С. Головко
Конкурентна перевага – показник, який забезпечує підприємству перевагу над конкурентами на цільовому ринку	Н.В. Куденко
Конкурентна перевага – висока компетентність підприємства в порівнянні зі своїми конкурентами, що ґрунтується на досягнутому рівні конкурентного статусу, достатності та ефективності використання конкурентного потенціалу	В.Г. Шинкаренко, Г.С. Бондаренко
Конкурентна перевага – здатність краще своїх суперників переборювати сили конкуренції й виконувати роботи із залучення покупців	М.І. Книш

Забезпечення конкурентних переваг на ринку залишається однією з найбільш актуальних проблем на сьогоднішній день, чим вимагає створення на кожному підприємстві такої системи управління конкурентоспроможністю, яка дозволить забезпечувати конкурентні позиції на ринку, а також буде сприяти досягненню та утриманню довгострокових конкурентних переваг.

Означена конкретним моментом конкурентна позиція, виступає результатом взаємодії конкурентного потенціалу та конкурентної політики, зумовлює формування конкурентного статусу та подальшого напрямку поведінки підприємства на ринку (табл.3).

Визначення конкурентного статусу [12]

Визначення	Джерело
Конкурентний статус – позиція фірми в конкуренції. Це своєрідний вимірник становища фірми на ринку	І. Ансофф
Конкурентний статус – передумови досягнення підприємством того чи іншого рівня конкурентних переваг	А.П. Градов
Конкурентний статус – комплексна порівняльна характеристика стосовно конкурентів, що відбиває його внутрішній потенціал, позицію в конкретних сегментах ринку і здатність утримувати її під впливом дестабілізуючих факторів зовнішнього середовища	О.М. Тридід
Конкурентний статус – показник, що відображає конкурентні позиції підприємства	Н.А. Дробітько
Конкурентний статус – характеристика передумов досягнення фірмою того чи іншого рівня конкурентної переваги	В.Ф. Оберемчук
Конкурентний статус – напрямок поведінки підприємства на ринку з урахуванням умов зовнішнього середовища та вірогідного характеру їх зміни, оцінки конкурентоспроможності та стратегічних конкурентних переваг	Н.С. Педченко

Проте конкурентний потенціал займає основне місце та відіграє провідну роль у системі визначених категорій та безпосередньо пов'язаний з ними, а тому і є однією з базових категорій теорії конкуренції. Слід також зазначити про необхідність постійного оновлення механізму управління конкурентоспроможністю підприємства на основі розвитку конкурентного потенціалу та перегляду конкурентної політики.

Схема взаємозв'язку та взаємовпливу основних категорій теорії конкуренції представлено в табл.4.

Виходячи з табл.1-3, а також наведених визначень, можна сформулювати наступні тлумачення понять:

конкурентний потенціал – комплекс взаємо узгоджених наявних можливостей і ресурсів внутрішнього середовища підприємства, який має забезпечувати отримання конкурентних переваг в умовах динамічного зовнішнього середовища та обмежених ресурсів, сприяти досягненню чітко означених конкурентних цілей та забезпечувати підприємству високий конкурентний статус.

Таблиця 4

Характер взаємозв'язку основних категорій теорії конкуренції

Категорії	Конкурентний потенціал	Конкурентні переваги	Конкурентна політика	Конкурентоспроможність	Конкурентна позиція	Конкурентний статус
Конкурентний потенціал	<i>Конкурентний потенціал</i>	Наявність конкурентних переваг забезпечує збереження, розвиток конкурентного потенціалу підприємства в порівнянні з конкурентами	Якісно розроблена конкурентна політика забезпечує ефективність і раціональне використання конкурентного потенціалу підприємства в порівнянні з конкурентами	Високий рівень конкурентоспроможності підприємства характеризує ефективність використання конкурентного потенціалу та сприяє пошуку резервів підвищення останнього	Наявність стійкої конкурентної позиції підприємства на ринку сприяє утриманню конкурентоспроможності на досягнутому рівні	Підтримка підприємством свого конкурентного статусу на високому рівні в порівнянні з конкурентами гарантує збереження йому займаної конкурентної позиції
Конкурентні переваги	Конкурентний потенціал підприємства є основою формування конкурентних переваг підприємства	<i>Конкурентні переваги</i>	Постійний перегляд конкурентної політики забезпечує підприємству ефективне використання конкурентних переваг та пошуку нових	Реальна конкурентоспроможність підприємства виступає засобом підтримки наявних конкурентних переваг та основою для створення нових		
Конкурентна політика	Підприємство розробляє конкурентну політику в залежності від структури та можливостей його конкурентного потенціалу	Поточний набір конкурентних переваг підприємства визначає напрямки та пріоритети конкурентної політики	<i>Конкурентна політика</i>	Високий рівень конкурентоспроможності підприємства дозволяє більш ефективно впроваджувати положення розробленої конкурентної політики підприємства		
Конкурентоспроможність	Ефективність використання конкурентного потенціалу та раціональне використання виявлених резервів сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємства	Наявність стійких конкурентних переваг та створення нових сприяє підвищенню рівня конкурентоспроможності підприємства	Ефективна реалізація розробленої конкурентної політики забезпечує підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства	<i>Конкурентоспроможність</i>		
Конкурентна позиція	Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства сприяє зміцненню його конкурентної позиції на ринку та розширенню займаного сегменту ринку			<i>Конкурентна позиція</i>		
Конкурентний статус	Зміцнення конкурентної позиції підприємства на ринку гарантує досягнення вищого конкурентного статусу в порівнянні з конкурентами			<i>Конкурентний статус</i>		

конкурентна позиція підприємства – чітко означений сегмент конкретно ринку, який займає в конкретний момент часу відносно реальних конкурентів.

конкурентний статус – це визначене на конкретний момент часу становище підприємства на ринку, яке обґрунтоване кількісною порівняльною характеристикою відносно реальних конкурентів та відбиває його конкурентоспроможність і конкурентну позицію.

Висновки з проведеного дослідження. Жорсткі умови конкурентної боротьби вимагають від підприємств постійного пошуку напрямів покращення своєї конкурентоспроможності, чого можливо досягти чітким орієнтуванням на ефективне використання всіх наявних у його розпорядженні можливостей, що ще раз підкреслює вирішальну роль конкурентного потенціалу підприємства в процесі формування його конкурентоспроможності.

Перелік посилань

1. Клейнер Г. Б., Тамбовцев В. Л., Качалов Р. М. Предприятие в нестабильной экономической среде: риски, стратегии, безопасность. М. : Экономика, 1997. 288 с.
2. Економічна енциклопедія / за ред. С. В. Мочерного. К. : Видав. центр „Академія”, 2002. Т3. 952 с.
3. Чевганова В. Я., Карпенко Ю. В. Використання потенціалу будівельних підприємств. *Регіональні перспективи*. 2001. № 5 (18). С.226-227.
4. Федонін О. С. Рєпіна І. М. Потенціал підприємства : формування та оцінка. К. : КНЕУ, 2003. 316 с.
5. Отенко І. П., Малярець Л. М. Механізм управління потенціалом підприємства : науч. изд . Х. : ХГЭУ, 2003. 220 с.
6. Ревуцкий Л. Д. Потенциал и стоимость предприятия. М. : Перспектива, 1997. 124 с.
7. Бузько І. Р., Дмитренко І. Е., Сушенко Е. А. Стратегический потенциал и формирование приоритетов в развитии предприятий. Восточноукр. Нац. ун-т им. В.Даля; Донбасс. горно-металлург. ин-т. Алчевск : ДГМИ, 2002. 216 с.

8. Кирчата І. М. Теоретичні засади конкурентного потенціалу в системі управління конкурентоспроможністю підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки: Електронне наукове видання Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського*. Миколаїв. 2015. Випуск 7. С. 362-366.
9. Паламарчук Г. М. Конкурентна політика в перехідній економіці. *Актуальні проблеми економіки*. 2001. №3-4. С.20.
10. Лисевич В. В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств : дис...канд. екон. наук, 2004. 222 с.
11. Гельвановский М. И. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневых измерениях. *Российский экономический журнал*. 1998. №3. С.72.
12. Кирчата І. М., Поясник Г. В. Управління конкурентоспроможністю підприємства в глобальному середовищі : монографія: Вид-во ХНАДУ, Харків, 2009.160 с.

References

1. Kleynner, G. B., Tambovtsev, V. L., Kachalov, R. M. (1997), *Enterprise in an unstable economic environment: risks, strategies, security [Predpriyatie v nestabilnoy ekonomicheskoy srede: riski, strategii, bezopasnost']*, М., 288 p.
2. Economic encyclopedia / ed. S.V. Mochernogo (2002), [*Ekonomichna entsyklopediia / Za red. Mochernoho S.V.*], К. : Saw. center „, Academia ”, Т3. 952 p.
3. Chevhanova, V. Ya., Karpenko, Yu. V. (2001), Use of potential of construction enterprises [Vykorystannia potentsialu budivelnykh pidprijemstv], *Regular prospects*, No 5 (18), P. 226-227.
4. Fedonin, O. S., Riepina, I. M. (2003), *Enterprise Potential : Formation and Evaluation [Potentsial pidprijemstva: formuvannia ta otsinka]*, К., 316 p.
5. Otenko, I. P., Malyarets, L. M. (2003), *The management mechanism of the enterprise potential [Mekhanizm upravleniya potentsialom predpriyatiya]*, Kh., KhGEU, 220 p.

6. Revutskiy, L. D. (1997), *Potential and cost of the enterprise [Potentsial i stoimost' predpriyatiya]*, M., Perspective, 124 p.
7. Buz'ko, I. R., Dmitrenko, I. E., Sushenko, E. A. (2002), *Strategic potential and formation of priorities in the development of enterprises [Strategicheskyy potentsial i formirovaniye prioritetov v razvitiy predpriyatiy]*, East Ukr. Nat un-t them. V. Dahl, Donbass. mining and metallurgy, in-t. Alchevsk, DGMI, 216 p.
8. Kyrchata, I. M. (2015), Theoretical foundations of competitive potential in the enterprise competitiveness management system [Teoretychni zasady konkurentnoho potentsialu v systemi upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstva], *Global and national economic problems: E-learning from the Mykola national university University V.O. Sukhomlinsky*, Mykolaiv, No 7, P.362-366.
9. Palamarchuk, H. M. (2001), Competitive politics in transition [Konkurentna polityka v perekhidnii ekonomitsi], *Actual problems economics*, No 3-4, P.20.
10. Lysevych, V. V. (2004), *Strategic marketing management of enterprise Competitiveness [Stratehichne marketynhove upravlinnia konkurento spromozhnistiu pidpriemstv]*, dis ... cand. econom Sciences: D., 222 p.
11. Gel'vanovskiy, M. I. (1998), Competitiveness in macro-level measurements [Konkurentosposobnost' v mikro-, mezo- i makrourovnevnykh izmereniyakh], *Russian Economic Journal*, No 3, P.72.
12. Kyrchata, I. M., Poyasnyk, G. V. (2009), *Managing the competitiveness of enterprises in the global environment [Upravlinnya konkurentospromozhnistyu pidpriyemstva v global'nomuseredovy'shhi]*, monograph: View of KhNADU, Kharkiv, 160 p.

УДК 338.45; JEL CLASSIFICATION: M11

**Кирчата І. М., Шершенюк О. М. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ
ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ З ОСНОВНИМИ
КАТЕГОРІЯМИ ТЕОРІЇ КОНКУРЕНЦІЇ**

Мета – обґрунтуванні взаємозв'язку між категоріями теорії конкуренції, які задіяні в процесі формування конкурентоспроможності підприємства, зокрема: конкурентний потенціал, конкурентні переваги, конкурентна політика, конкурентоспроможність, конкурентна позиція, конкурентний статус.

Методика дослідження. Для досягнення поставленої мети у науковій роботі були використані такі загальнонаукові та спеціальні методи і прийоми дослідження: методи узагальнення та абстрагування – для дослідження основних категорій теорії конкуренції; метод аналізу і синтезу – для виявлення взаємозв'язку категорій теорії конкуренції: конкурентний потенціал, конкурентні переваги, конкурентна політика, конкурентоспроможність, конкурентна позиція, конкурентний статус.

Результати. У статті обґрунтовано, що головним завданням системи стратегічного управління підприємством є формування організаційно-економічного механізму підвищення конкурентоспроможності підприємства. Такий механізм має базуватися на системно-комплексному підході, а в основі лежатиме виявлення та раціональне використання складових конкурентного потенціалу підприємства. Об'єктом дослідження є процеси формування і управління конкурентним потенціалом у системі стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства. Предметом дослідження є теоретичне та науково-методичне забезпечення пошуку резервів конкурентного потенціалу у контексті підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства. В ході дослідження було: проведено теоретичний аналіз сутності категорій: „конкурентний потенціал”, конкурентні переваги, конкурентна політика, конкурентоспроможність; обґрунтовано місце конкурентного потенціалу в системі формування конкурентоспроможності підприємства та визначено його компоненти. Наведена схема акцентує увагу на змістовній доповнюваності і динамізмі визначених понять та доводить необхідність постійного перегляду механізму управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища.

Наукова новизна. Обґрунтовано характер взаємовпливу та взаємозв'язку основних категорій теорії конкуренції та удосконалено понятійно-категоріальний апарат, зокрема: конкурентний потенціал, конкурентні переваги, конкурентна політика, конкурентоспроможність, конкурентна позиція, конкурентний статус, що дозволило обґрунтувати використання категорії „конкурентний потенціал” як базової складової в системі управління конкурентоспроможністю підприємства.

Практична значущість полягає у тому, що удосконалені теоретичні положення та методичні рекомендації щодо визначення рівня конкурентного потенціалу підприємства та ефективності його використання можуть бути використані для розробки та реалізації конкретних заходів, спрямованих на формування стійких

конкурентних переваг підприємства, оскільки дозволяють оцінювати рівень конкурентоспроможності та резерви її підвищення.

Ключові слова: конкуренція; комплексний підхід; конкурентоспроможність підприємства; конкурентний потенціал; резерви конкурентного потенціалу.

УДК 338.45; JEL CLASSIFICATION: M11

Кирчатая И. Н., Шершенюк Е. Н. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВЗАИМОСВЯЗИ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦИАЛА С ОСНОВНЫМИ КАТЕГОРИЯМИ ТЕОРИИ КОНКУРЕНЦИИ

Цель - обоснование взаимосвязи между категориями теории конкуренции, которые задействованы в процессе формирования конкурентоспособности предприятия, в частности: конкурентный потенциал, конкурентные преимущества, конкурентная политика, конкурентоспособность, конкурентная позиция, конкурентный статус. **Методика исследования.** Для достижения поставленной цели в работе были использованы такие общенаучные и специальные методы и приемы исследования: методы обобщения и абстрагирования - для исследования основных категорий теории конкуренции; метод анализа и синтеза - для выявления взаимосвязи категорий теории конкуренции: конкурентный потенциал, конкурентные преимущества, конкурентная политика, конкурентоспособность, конкурентная позиция, конкурентный статус. **Результаты.** В статье обосновано, что главной задачей системы стратегического управления является формирование организационно-экономического механизма повышения конкурентоспособности предприятия. Такой механизм должен базироваться на системно-комплексном подходе, а в основе стоять выявление и рациональное использование составляющих конкурентного потенциала предприятия. Объектом исследования являются процессы формирования и управления конкурентным потенциалом в системе стратегического управления конкурентоспособностью предприятия. Предметом исследования выступает теоретическое и научно-методическое обеспечение поиска резервов конкурентного потенциала в контексте повышения уровня конкурентоспособности предприятия. В ходе исследования было осуществлено: проведен теоретический анализ сущности категорий: „конкурентный потенциал“, конкурентные преимущества, конкурентная политика, конкурентоспособность; обосновано место конкурентного потенциала в системе формирования конкурентоспособности предприятия и определены его компоненты. **Научная новизна.** В работе обоснован характер взаимовлияния и взаимосвязи основных категорий теории конкуренции и усовершенствован понятийно-категориальный аппарат, в частности: конкурентный потенциал, конкурентные преимущества, конкурентная политика, конкурентоспособность, конкурентная позиция, конкурентный статус, что позволило обосновать использование категории "конкурентный потенциал" как базовой составляющей в системе управления конкурентоспособностью предприятия. **Практическая значимость** заключается в том, что усовершенствованные теоретические положения и методические рекомендации по определению

уровня конкурентного потенциала предприятия и эффективности его использования могут быть использованы для разработки и реализации конкретных мер, направленных на формирование устойчивых конкурентных преимуществ предприятия, поскольку позволяют оценивать уровень конкурентоспособности и резервы ее повышения.

Ключевые слова: конкуренция; комплексный подход; конкурентоспособность предприятия; конкурентный потенциал; резервы конкурентного потенциала.

UDC 338.45; JEL Classification: M11

Kirchataya I. N., Shershenyuk E. N. THEORETICAL ASPECTS OF INTERACTION OF COMPETITIVE POTENTIAL WITH BASIC CATEGORIES OF COMPETITION THEORY

The purpose is to substantiate the interrelation between the categories of competition theory that are involved in the process of forming the company's competitiveness, in particular: competitive potential, competitive advantages, competitive policy, competitiveness, competitive position, competitive status.

Methodology of research. To achieve this goal were used the following general scientific and special methods and methods of research in scientific work: methods of generalization and abstraction - to study the main categories of the competition theory; the method of analysis and synthesis - to identify the relationship between the categories of the competition theory: competitive potential, competitive advantages, competitive policy, competitiveness, competitive position, competitive status.

Findings. The article substantiates that the main task of the system of an enterprise strategic management that is the formation of organizational and economic mechanism for increasing the enterprise competitiveness. Such mechanism should be based on a system-integrated approach which is grounded on the identification and rational use of components of the enterprise competitive potential. The object of research is the process of formation and management of competitive potential in the system of strategic management of enterprise competitiveness. The subject of the research is the theoretical and scientific and methodological support of the search of competitive potential reserves in the context of increasing the enterprise competitiveness. During the investigation it was realized the following: theoretical analysis is hold in the field of the essence of such categories: "competitive potential", competitive advantages, competitive policy, competitiveness; the competitive potential place in the system of formation of enterprise competitiveness is substantiated and its components are determined. The given scheme focuses attention on the content complementarily and the dynamism of certain concepts and proves the necessity of continuous review of the mechanism of managing the enterprise competitiveness in an unstable environment. *Originality.* The character of mutual influence and interconnection of the main categories of the competition theory is substantiated and the concept-categorical apparatus has been improved, in particular: competitive potential, competitive advantages, competitive policy, competitiveness, competitive position, competitive status, which allowed to justify the use of the category "competitive potential" as the basic component in enterprise

competitiveness management system. *Practical significance* is that improved theoretical positions and methodological recommendations for determining the level of enterprise competitive potential and its efficiency can be used to develop and implement concrete measures aimed at forming sustainable competitive advantages of an enterprise, because they allow to assess the level of competitiveness and its increase reserves.

Key words: competition; integrated approach; enterprise competitiveness; competitive potential; reserves of competitive potential.

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Кирчата Ірина Миколаївна – кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, доцент кафедри економіки і підприємництва, м. Харків, Україна; e-mail: kirchatayairina@gmail.com; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0270-1586>. Моб. 0506690096.

Кирчатая Ирина Николаевна – кандидат экономических наук, доцент, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, доцент кафедры экономики и предпринимательства, г. Харьков, Украина

Kirchataya Irina Nikolaevna – Candidate of Science (Economics), Associate Professor, Kharkiv National Automobile and Highway University, Associate Professor, Department of Economics and Entrepreneurship, Kharkiv, Ukraine

Шершенюк Олена Миколаївна – кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, доцент кафедри економіки і підприємництва, м. Харків, Україна; e-mail: sheralyona@gmail.com; ORCIDID: <https://orcid.org/0000-0002-9959-2725>. Моб. 0501513009

Шершенюк Елена Николаевна – кандидат экономических наук, доцент, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, доцент кафедры экономики и предпринимательства, г. Харьков, Украина

Shershenyuk Elena Nikolaevna – Candidate of Science (Economics), Associate Professor, Kharkiv National Automobile and Highway University, Associate Professor, Department of Economics and Entrepreneurship, Kharkiv, Ukraine.