

Література

1. Вумек Дж. П., Джонс Д. Т. Бережливое производство: как избавиться от потерь и добиться процветания вашей компании / Пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. — 473 с. — С. 12.
2. Голдрат Э. М., Кокс Дж. Цель: процесс непрерывного совершенствования // Пер. с англ. П. А. Самсонов. — Мн.: ООО «Попурри», 2004. — 560 с.
3. Хоббс Д. П. Внедрение бережливого производства: практическое руководство по оптимизации бизнеса / Пер. с англ. — Минск: Гревцов Паблицер, 2007. — 352 с.
4. Чейз Р. Б., Эквилайн Н. Дж., Якобс Р. Ф. Производственный и операционный менеджмент. — 8-е изд.: Пер. с англ. — М.: Издат. дом «Вильямс», 2001. — 704 с.

УДК 658.29

А. О. Василенко, аспірант
кафедри економіки підприємства,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

КОНКУРЕНТНЕ ПОЛЕ ПІДПРИЄМСТВА ТА ВПЛИВ ФАКТОРІВ КОНКУРЕНЦІЇ НА НЬОГО

Розглядається визначення конкурентних переваг та конкурентне середовище суб'єктів господарювання. Сукупність системи відносин усіх суб'єктів ринку формує конкурентне поле підприємства.

The determination of competitive advantage and the competitive environment of an economic subject is considered in the article. All systems of relations market subjects form the competitive sphere of the enterprise.

Ринкова економіка вимагає від кожного господарюючого суб'єкта вміння орієнтуватися і пристосовуватись до ситуації на ринку. Виробники мають бути гнучкими, щоб швидко реагувати на дії конкурентів та ринкові шоки. Вони мають весь час розвиватися, щоб досягти найкращого результату. Вони повинні відпрацьовувати дієві механізми ринкової боротьби та завжди бути на крок попереду своїх конкурентів.

Успішна конкуренція на ринках є одна із гострих проблем будь-якого виробника. У кожній країні, сфері (виді) діяльності чи організації існує свій, тільки їй притаманний набір конкурентних проявів. І ні одна з країн, сфер чи організацій не може бути конкурентоздатною у всьому, що вона виробляє. Отже, переваги в конкуренції досягаються не завдяки подібності, а відмінностям. Іншими словами, конкурентні переваги фірми полягають у випередженні конкурентів за рахунок реалізації ринкових факторів успі-

ху або ключових компетенцій. Виходячи із законів ринку, можна сказати, що будь-яке підприємство для успішної діяльності на ринку повинно мати свою конкурентну перевагу.

Конкурентні переваги виникають у результаті суперництва при проектуванні, виробництві, реалізації та експлуатації продукції. Суб'єкти ринку, взаємодія яких започатковує суперництво, а також відносини між ними створюють конкурентне середовище підприємства [1].

Конкурентне середовище господарюючого суб'єкта — це система відносин з його безпосереднім оточенням: постачальниками, посередниками, конкурентами, пресою, владними структурами, громадськими організаціями, діловим оточенням (стратегічними партнерами, в першу чергу інвесторами), клієнтами.

Процес управління таким середовищем господарюючого суб'єкта залежить від того, наскільки ефективно визначені механізми взаємодії з кожним із суб'єктів середовища. Можливості підприємства по вибору постачальників, по роботі зі засобами масової інформації, по формуванню зв'язків з владними структурами, по взаємодії з громадськими організаціями, по вибору і стимулюванню відносин із стратегічними партнерами, по роботі з цільовими ринками і т. д. багато в чому залежать від сили ринкової позиції кожного із суб'єктів ринку і ступені суперечності їх господарських інтересів. У сукупності створена система відносин усіх суб'єктів ринку формує конкурентне поле підприємства.

В конкурентному полі підприємства значення і сила впливу кожного з факторів конкуренції (постачальники, споживачі, потенційні конкуренти, товари-замінники, вхідні/вихідні бар'єри) змінюється від ринку до ринку і визначає ціни, витрати, розмір капіталовкладень у виробництво і реалізацію продукції і в кінцевому рахунку прибутковість бізнесу [2]. Постачальники та споживачі, які намагаються мати власну вигоду, знижують прибуток підприємства. Конкуренція в середині галузі також знижує прибуток, так як для підтримки конкурентних переваг потрібно збільшувати витрати (витрати на рекламу, реалізацію продукції, НДДКР) або втрачати прибуток за рахунок зниження цін. Наявність товарів-замінників зменшує попит і обмежує ціну, яку підприємство може виставити за свій товар. З точки зору вхідних бар'єрів дія факторів багато в чому визначається, з одного боку, наявністю реальних і потенційних конкурентів, з іншого — перешкодами для входу на ринок. Всі перераховані фактори створюють умови для динамічного розвитку конкуренції і «застарівання» існуючих конкурентних переваг.

Література

1. *Завгородня А. А.* Маркетинговое планирование: анализ моделей управления. Конкуренция политика. Контроль над качеством. — СПб.: Питер, 2002
2. *Азоев Г. Л., Челенков А. П.* Конкурентные преимущества фирмы: Монография — М.: ОАО «Типография «НОВОСТИ», 2000. — 256 с.

УДК 330.147

О. В. Василенко, аспірант кафедри
банківських інвестицій,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

ФУНКЦІЇ ПРОЦЕСУ КАПІТАЛІЗАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА

Розкривається зміст капіталізації виробництва. Виокремлено та охарактеризовано основні функції капіталізації, у тому числі: розподільну, відтворювальну, стратегічну та інноваційну.

Maintenance of capitalization of production is opened up. The basic functions of capitalization are selected and described, including: distributive, reproductive, strategic and innovative.

Підвищення ефективності суспільного виробництва, збільшення темпів економічного зростання, глобальна конкурентоспроможність національного господарства, суспільний добробут і поліпшення якості життя багато в чому визначаються процесом капіталізації, його динамічним розвитком у сучасному економічному просторі.

Сучасна економічна наука використовує поняття **капіталізації** в основному як узагальнюючий показник економічного стану господарюючого суб'єкта [1, с. 6]. Економічна суть процесу капіталізації виявляється за допомогою розподільної, відтворювальної, стратегічної й інноваційної функцій. Завдяки цим функціям формуються умови не тільки для стійкого функціонування, але і модернізації національного господарства, оскільки розвиток цього процесу забезпечує створення передумов до вирівнювання граничної продуктивності капіталу, здійснення безперервності процесу суспільного відтворення, реалізації економічної стратегії суб'єктів у довгостроковому періоді, фінансуванню інноваційного процесу.

Розподільна функція процесу капіталізації забезпечує перелив капіталу між секторами та суб'єктами економіки, що створює