

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Внутрифирменный маркетинг, как элемент ориентации на клиента: [Электронный ресурс]: Step by Step. — http://www.step-by-step.ru/foryou/practica/incompany_mar.shtml.
2. Есина Л.Б. Роль мотивации в повышении производительности труда служащих / Л.Б.Есина / Сборник статей VII Всероссийской научно-практической конференции. — Пенза: РИО ПГСХА, 2006. — С. 184 — 186.
3. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: учебник для вузов / Ф.Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз: пер. с англ. под ред. Р. Б. Ноздревой. - М.: ЮНИТИ, 1998. —787с.
4. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технология, стратегия. - 4-е изд.: Пер. с англ./ К. Лавлок М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. — 1008 с.
5. Павлова О. Внутренний маркетинг в компании / О. Павлова: [Электронный ресурс] Институт общественных связей. — http://www.ipr.by/ru/articles/2006/art_14.html
6. Популярная экономическая энциклопедия / [гл. ред. А. Д. Некипелов, С.П. Глинкина.]. — М.: Большая Российская энциклопедия, 2001. — 367 с.
7. Соловьева Ю.П. Внутренний маркетинг как элемент рыночной ориентации организации / Ю.П. Соловьева // Маркетинг в России и за рубежом. — 2005. — №6(50). — С. 3 - 8.
8. Crabtree S. What Your Employees Need to Know / S.Crabtree: [Электронный ресурс]: Gallup management journal. — http://gmj.gallup.com/content/146996/Employees-Need-Know.aspx_ispr

УДК 338.47

ПОТЕНЦІАЛ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

Прохорова В.В., Чобіток В.І.

Розглянуті поняття «конкурентоспроможність підприємства» і «потенціал підприємства», відокремлені їх складові. Систематизовані видові прояви потенціалу. Визначено взаємозв'язок між поняттями «конкурентоспроможність підприємства» і «потенціал підприємства». Визначено поняття «потенціал конкурентоспроможності підприємства».

Ключові слова: *потенціал, конкурентоспроможність, складові показники, потенціал конкурентоспроможності підприємства, транспортна система.*

Сучасна економіка вступила на шлях безперервного технічного, економічного і соціального розвитку, що веде до прискорення темпів економічного зростання і знаменує становлення постіндустріального суспільства. Можна стверджувати, що кризові явища кінця ХХ століття в сучасній економіці в цілому, її галузях і на окремих підприємствах були обумовлені не лише проблемами перехідного періоду, але і світовими економічними умовами, що змінилися, адаптація до яких усього народного господарства і кожного господарюючого суб'єкта дуже важка.

Важка криза спостерігалася у виробничій сфері, особливо в технічно складних оброблювальних галузях, обслуговуючих транспортну систему України. Тут найбільше відчутна світова конкуренція, а результати виробництва найбільшою мірою залежать від якості різноманітних ресурсів, техніки, технології і організації виробництва. Незадовільний рівень рішення цих завдань вітчизняними підприємствами став причиною їх недостатньої конкурентоспроможності.

В зв'язку з цим можна стверджувати, що найважливішою проблемою сучасних вітчизняних промислових підприємств є недостатня конкурентоспроможність їх потенціалу, а саме виробничих систем та відсутність ефективного економічного інструментарію, що дозволяє здійснювати управління конкурентоспроможністю.

Таблиця 1.

Аналіз визначення поняття «конкурентоспроможність підприємств»

Автор	Визначення запропоноване автором
Багійев Г. Л. [4]	Конкурентоспроможність підприємств - найважливіший критерій доцільності підприємств на національні і світові товарні ринки.
Джакот Д.Х. [9]	Конкурентоспроможність підприємств - здатність компаній реалізовувати свою продукцію за ціною, що забезпечує ріст і виконання зобов'язань перед третіми особами (забезпечення певного рівня рентабельності, формування основних фондів, повернення інвестиційного капіталу).
Ермолов М. О. [10]	Конкурентоспроможність підприємств - це відносна характеристика, що відбиває відмінність процесу виробництва виробника від виробника-конкурента як по мірі задоволення своїми товарами або послугами конкретної громадської потреби, так і по ефективності виробничої діяльності.
Коно Т. [11]	Конкурентоспроможність підприємств - це сукупність наступних характеристик : захоплена підприємством частка ринку; здатність підприємств до виробництва, збуту і розвитку; здатність вищої ланки керівництва до реалізації, поставленої мети.
Мескон М. Х. [15]	Конкурентоспроможність підприємства - це відносна характеристика, яка виражає відмінності розвитку цієї фірми від міри задоволення своїми товарами потреби людей і по ефективності виробничої діяльності конкурентоспроможність підприємства характеризує можливості і динаміку пристосування до умов ринкової конкуренції.
Петров В. [13]	Конкурентоспроможність підприємства - ця внутрішня властивість суб'єкта ринкових стосунків, що виявляється в процесі конкуренції і дозволяє зайняти свою нішу в ринковому господарстві капіталістичного типу для розширення виробництва, що припускає покриття усіх витрат виробництва і отримання прибутку від легальної господарської діяльності
Рубин Ю.Б. [15]	Конкурентоспроможність підприємства - реальна і потенційна здатність компанії, а також наявних у них можливостей здібностей проектувати, виготовляти і збувати товари, які за ціновими і неціновими характеристиками в комплексі привабливіші для споживачів, чим товари конкурентів.
Селезньова О.В. [20]	Конкурентоспроможність підприємства - запропоновано визначити як потенційну і реальну здатність підприємств сільськогосподарського машинобудування здійснювати ефективну взаємодію з ринковим оточенням в процесі проектування, виробництва й реалізації конкурентоспроможної продукції та забезпечувати собі активну позицію на ринку.
Сергеев И.В. [16]	Конкурентоспроможність підприємства - здатність підприємства робити конкурентоздатну продукцію за рахунок його умінь ефективно використовувати фінансовий, виробничий і трудовий потенціал.
Суша І.В. [18]	Конкурентоспроможність підприємств – це здатність у процесі суперництва досягати високих результатів у певних видах діяльності шляхом використання існуючих ключових компетенцій, орієнтації на зміну потреб ринку та можливості впровадження інноваційних продуктів.
Фатхутдинов Р. А. [20]	Конкурентоспроможність підприємства - властивість об'єкту, що характеризується мірою задоволення потреби в порівнянні з аналогічними об'єктами, представленими на цьому ринку. Конкурентоспроможність визначає здатність витримувати конкуренцію порівняно з аналогічними об'єктами на цьому (внутрішньому або зовнішньому) ринку.
Фигурнов Э.Б., Донець Ю.Ю. [19]	Конкурентоспроможність підприємства - це ефективність використання його виробничого потенціалу (тобто здатність нарощувати конкурентоспроможність продукції, що виготовляється, в швидшому темпі, ніж потенціал конкурента).
Яшин Н.С. [24]	Конкурентоспроможність підприємства - це можливість і динаміка пристосування його до умов ринкової конкуренції.

Метою статті є обґрунтування понять «конкурентоспроможність підприємства» і «потенціал підприємства», визначення їх складових, встановлення взаємозв'язку між цими поняттями та визначення поняття

«потенціал конкурентоспроможності підприємства» в умовах розвитку транспортної системи України.

Інтерес до конкурентоспроможності, який виник внаслідок розвитку ринкових відносин і виходу на світовий ринок, обумовив значну кількість наукових праць, присвячених саме цьому питанню. Значний внесок у розвиток теорії конкуренції зробили такі відомі економісти, як: Л. Вальрас [9], К. Маркс [12], А. Маршалл [14], Е. Мейсон [14], Д. Міль [13], В. Ойкен [13], В. Парето [9], М. Портер [13], Д. Рікардо [12], А. Сміт [13], Ф. Хайєк [23] та інші.

Проблеми поліпшення конкурентоспроможності підприємств та їх потенціалу розглядаються в працях зарубіжних і вітчизняних вчених: І. Ансоффа [2], О. Балацький [5], Б. Бачевського [6], А. Воронкової [7], С. Дем'яненка [5], В. Диканя [8], С. Єрохіна [4], Ф. Котлера [20], К. Макконела [13], О. Тридіда [19], Р. Фатхутдінова [20], Л. Федулової [22], В. Хомякова [23] та інших.

Рівень розвитку транспортної системи - найважливіша ознака технологічного прогресу і цивілізованості держави. Потреба у високорозвиненій транспортній системі ще більш підсилюється при інтеграції в європейську і світову економіку. Особливий вплив на розвиток транспортної системи України мають промислові підприємства, які підвищують її технологічність та якість. Стан промислових підприємств на сучасному етапі потребує суттєвого корегування для підвищення рівня їх конкурентоспроможності за допомогою використання їх потенціалу.

До цього часу в економічній літературі тривають дискусії з вибору базового поняття і базового рівня конкурентоспроможності. В той же час від однозначного тлумачення базового рівня конкурентоспроможності залежить і чітке розмежування параметрів оцінки конкурентних переваг і конкурентоспроможності. Отже, залежно від рівня конкурентоспроможності, вибраного автором для дослідження, відбувається перехід з категорії конкурентоспроможності предметів (товар, послуга), об'єктів (попит, ринок, чинники виробництва) в категорію чинників конкурентних переваг (зовнішніх або внутрішніх) за рівнями управління.

Проведене дослідження показує неоднозначність в тлумаченні понять, пов'язаних з конкурентоспроможністю підприємств, наявність різних трактувань залежно від освітлення поставлених в них питань. У загальному випадку, термін «конкурентоспроможність» визначається, як здатність конкурувати, тобто боротися або протистояти чому-небудь.

В роботі проведено аналіз економічної сутності поняття «конкурентоспроможність підприємств», представлений в табл. 1.

Різноманіття існуючих підходів до поняття «конкурентоспроможність» нині в економічній літературі найчастіше визначається [7]:

- або особливостями постановки завдання і мети її дослідження, що приводить автора до необхідності акцентування своєї уваги на тому або іншому аспекті конкурентоспроможності, але не враховується наступними дослідниками;
- або особливостями вибору предмета дослідження (товар, послуга); суб'єкта конкуренції (підприємства, галузі, регіони, національна економіка, держава); об'єкту конкуренції (попит, ринок, чинники виробництва: природно-сировинні ресурси, робоча сила, капітал, цінні папери, інформація); масштабу діяльності (товарні, галузеві, регіональні, міжрегіональні, світові ринки).

Термінологія в області конкурентоспроможності об'єктів нестандартизована. Передумовою до визначення понять у будь-якій області являється систематизація.

Поняття «конкурентоспроможність підприємства» в економічній літературі, найчастіше, зводиться до здатності підприємства виготовляти конкурентоспроможний товар.

Проте, враховуючи, що нині підприємства можуть виробляти різні види продукції і одночасно працювати на різних товарних (галузевих) ринках у рамках стратегії диверсифікації, на кожен цей момент часу рівень конкурентоспроможності підприємства і рівень конкурентоспроможності продукції, виготовленої ним, не співпадають. Передусім, слід зазначити, що в якості бази для порівняння рівня конкурентоспроможності підприємства використовуються дані підприємств-конкурентів, а не за виготовленими товарами. В той же час при порівнянні цього підприємства з підприємствами-конкурентами необхідно враховувати різні категорії конкурентів: прямих конкурентів (що виготовляють таку ж продукцію); непрямих конкурентів (що виготовляють товари-замінники); потенційних конкурентів (що виготовляють товари або послуги, що дозволяють задовільнити цю потребу іншим способом), які можуть

відноситися до різних галузей або сфер діяльності. Вибір тих або інших видів конкурентів для досліджуваного підприємства залежить від цілей і завдань дослідника, що, в свою чергу, призводить до використання в якості бази для порівняння або різних видів товарів (базовий товар; товар-замінник); або різних галузей, що мають специфіку розвитку конкуренції і ринкових стосунків.

На поняття «конкурентоспроможність підприємства» чинить вплив і той факт, що само підприємство може виступати як :

- товар, що має ринкову вартість на фондових ринках (курс акцій, ринкова вартість бізнесу);
- товар, що має інвестиційну вартість на ринку капіталів (вартість інвестицій в існуючий бізнес і його диверсифікацію).

На основі проведеного дослідження автором сформульовано наступне визначення: «конкурентоспроможність підприємства» - це здатність підприємства боротися за ринок не втрачаючи своїх позицій і досягаючи збільшення об'ємів продажів і прибутків за допомогою впровадження інноваційних розробок, ефективного використання потенціалу підприємства та підвищення рівня інвестиційної привабливості.

Таблиця 2

Аналіз визначення сутності поняття «потенціал»

Автор	Визначення
Абалкін Л. І. [1]	Потенціал - це узагальнена збірна характеристика ресурсів, прив'язана до місця й часу.
Анчишкін О. І. [5]	Потенціал - сукупність ресурсів, які в процесі виробництва набирають форми факторів виробництва.
Архангельський В. М. [3]	Потенціал - засоби, запаси, джерела, які є в наявності і можуть бути мобілізовані для досягнення певної мети або розв'язання певної задачі, тобто сукупність реальних нагромаджених ресурсів.
Балацкий О. Ф. [5]	Потенціал - сукупна здатність наявних економічних ресурсів забезпечити виробництво максимально можливого об'єму користностей, відповідних потребам суспільства
Вейц В. [7]	Потенціал не тільки матеріальні елементи, а також ті чи інші матеріальні і умови, за яких здійснюється виробничий процес.
Велика Радянська Енциклопедія [12]	Потенціал - кошти, запаси, джерела, що є в наявності й здатні бути мобілізовані, наведені в дію, використані для досягнення певних цілей, здійснення плану; рішення якого-небудь завдання; можливості окремої особи, суспільства, держави в певній області.
Воблій К.Г. [7]	Потенціал - потенційна можливість країни виробляти матеріальні блага для задоволення потреб населення.
Нємчинов В. С. [6]	Потенціал - ресурсні можливості національної економіки для здійснення економічного зростання.
Олексюк О. І. [21]	Потенціал - максимально можлива сукупність активних і пасивних, явних і прихованих альтернатив (можливостей) якісного розвитку соціально-економічної системи підприємства у певному середовищі господарювання (ситуаційно-ринкова складова) з урахуванням ресурсних, структурно-функціональних, часових, соціокультурних та інших обмежень.
Репіна І. М. [21]	Потенціал - сукупність ресурсів (трудових, матеріальних, технічних, фінансових, інноваційних і т. п.), навичок і можливостей керівників, спеціалістів та інших категорій персоналу щодо виробництва товарів, здійснення послуг (робіт), отримання максимального доходу (прибутку) і забезпечення сталого функціонування та розвитку підприємства.
Струmilін С. Г. [17]	Потенціал - сукупна виробнича сила праці всіх працездатних членів суспільства.

В сучасних умовах гостро стає питання використання потенціалу підприємства, а саме інноваційного потенціалу, виробничого потенціалу, трудового потенціалу, потенціалу оборотних фондів, фінансового потенціалу та інших видів.

Таблиця 3

Складові конкурентоспроможності та потенціалу підприємств

Складові конкурентоспроможності підприємств		Складові потенціалу підприємств	
Складові	Показники	Складові	Сутність та показники
1. Виробництво	– вартість виробництва; – технологія; – номенклатура продукції, асортимент, якість.	Об'єктні складові: 1. Інноваційний потенціал	Сукупні можливості підприємства щодо генерації, сприйняття та впровадження нових ідей для його системного технічного, організаційного та управлінського оновлення
2. Ресурси	– матеріальні; – трудові; – інформаційні.	2. Виробничий потенціал	Наявні та приховані можливості підприємства щодо залучення та використання факторів виробництва для випуску максимально можливого обсягу продукції (послуг). Включає в себе: - потенціал землі та природно-кліматичні умови; - потенціал основних фондів; - потенціал оборотних фондів; - потенціал нематеріальних активів; - потенціал технологічного персоналу.
3. Виробничий потенціал	– основні виробничі фонди	3. Фінансовий потенціал	Обсяг власних, позикових та залучених фінансових ресурсів підприємства, який знаходиться в його розпорядженні для здійснення поточних і перспективних витрат. Головною складовою фінансового потенціалу є інвестиційний потенціал.
4. Управління	– організаційна структура; – керівний склад; – стабільність обраного курсу.	4. Потенціал відтворення	Сукупність матеріально-технічних, нематеріальних, фінансових та інших ресурсів капіталу, які знаходяться у розпорядженні підприємства, можуть бути додатково залучені та використані для простого і розширеного відтворення факторів виробництва та інших складових потенціалу підприємства.
5. Фінансування	– співвідношення власних, залучених і позикових коштів; – можливість швидкої мобілізації значних сум; – доступність і стабільність фінансування; – можливість щодо інвестування інноваційних проєктів	Суб'єктні складові: Науково-технічний потенціал	Узагальнююча характеристика рівня наукового забезпечення виробництва: науки, техніки, технології, інженерної справи, виробничого досвіду, можливостей та ресурсів (у тому числі науково-технічних кадрів), які є у розпорядженні підприємства для вирішення науково-технічних проблем.
6. НДКР:	– наявність власної лабораторії для контролю за якістю; – розробка нової продукції; – раціоналізація виробництва.	Управлінський потенціал	Навички та здібності керівників усіх рівнів менеджменту щодо формування, організації, створення належних умов для функціонування та розвитку соціально - економічної системи підприємства.
7. Маркетинг:	– дослідження ринку і конкурентів; – розповсюдження виробленої продукції; – аналіз ринку споживачів; – рекламні заходи; – імідж компанії, наявність торговельних марок та брендів в стратегічному портфелі підприємства. – конкурентне ціноутворення; – післяпродажне обслуговування; – пропонований асортимент продукції;	Потенціал організаційної структури управління Маркетинговий потенціал	Загальнокорпоративний управлінський механізм функціонування підприємства, який впливає у собі рівень організації функціональних елементів системи та характер взаємозв'язків між ними. Максимальна можливість підприємства щодо систематизованого та планомірного спрямування всіх його функцій (визначення потреб і попиту, організації виробництва, продажу та післяпродажного обслуговування) на задоволення потреб споживачів і використання потенційних ринків збуту.

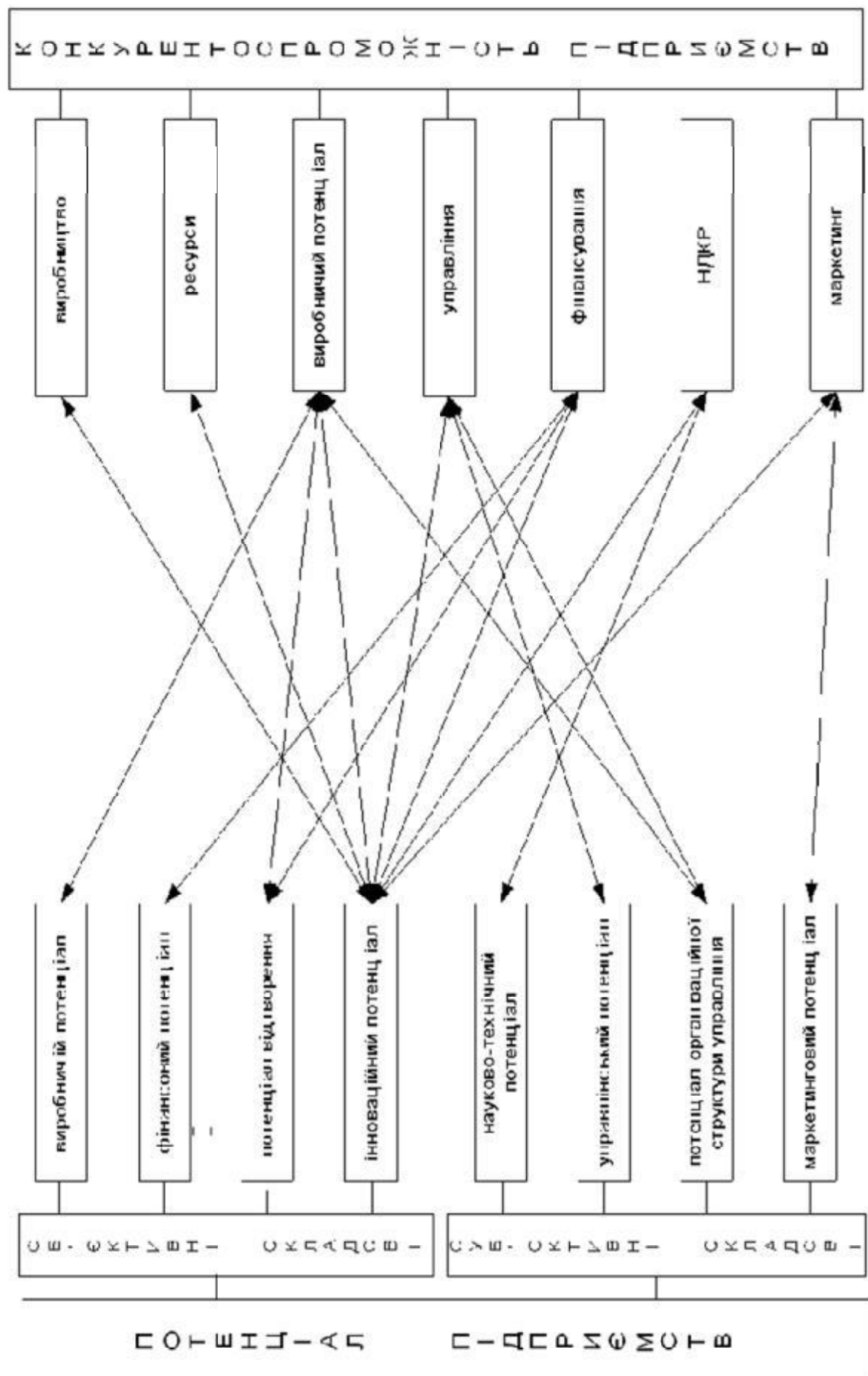


Рис. 1. Взаємозв'язок між складовими потенціалу та конкурентоспроможністю промислових підприємств

Всі перелічені категорії потенціалу впливають на конкурентоспроможність підприємства і мають не тільки важливе наукове, а й практичне значення, оскільки уявлення про зміст потенціалу визначає підхід до його оцінки, вимірювання й управління.

В економічній літературі приводиться достатньо багато різноманітних визначень сутності поняття «потенціал», деякі з них представлені в табл. 2.

Аналіз поняття «потенціал», дозволив автору визначити, що потенціал підприємства - це можливість ефективного використання сукупності ресурсів для підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Передумовою ефективної діяльності суб'єкту господарювання є відповідність внутрішніх можливостей його ринковому потенціалу. Основний зміст поняття «потенціал підприємства» полягає в інтегральному відображенні поточних і майбутніх можливостей економічної системи трансформувати вхідні ресурси за допомогою притаманних їй персоналу підприємницьких здібностей в економічні блага і, таким чином, максимально задовольняти корпоративні та суспільні інтереси.

Характерні риси потенціалу підприємства:

Перша риса потенціалу підприємства визначається його реальними можливостями в тій чи іншій сфері соціально-економічної діяльності. При цьому не тільки реалізованими, але й нереалізованими з певних причин.

Друга риса. Можливості будь-якого підприємства переважно бути залежним від наявності ресурсів і резервів, не залучених у виробництво. Тому потенціал підприємства характеризується також і певним обсягом ресурсів - як залучених у виробництво, так і ні, але підготовлених для використання.

Третя риса полягає в тому, що потенціал підприємства визначається не тільки наявними можливостями, але ще й навичками різних категорій персоналу до його використання з метою виготовлення товарів, отримання максимального доходу і забезпечення ефективного функціонування та сталого розвитку виробничо-комерційної системи.

Четверта риса. Рівень і результати реалізації потенціалу підприємства (обсяги виробленої продукції або отриманого доходу) визначаються також формою підприємництва та адекватною до неї організаційною структурою підприємства [5].

Всі чинники конкурентоспроможності та потенціалу підприємства пропонується розмежувати на складові, що дає можливість глибше зрозуміти природу цих понять, які представлені у вигляді табл. 3.

Об'єктні складові потенціалу пов'язані з матеріально - речовинною та особовою формою потенціалу підприємств. Вони споживаються та відтворюються в тій чи іншій формі в процесі функціонування. До них належить: інноваційний потенціал, виробничий потенціал, фінансовий потенціал та потенціал відтворення.

Суб'єктні складові пов'язані із суспільною формою їх прояву. Вони не споживаються, а виступають як передумова, як загальноекономічний, загальногосподарський соціальний чинник раціонального використання об'єктних складових.

До суб'єктних складових потенціалу підприємств відносяться: науково-технічний потенціал, управлінський, потенціал організаційної структури управління, маркетинговий потенціал, логістичний потенціал.

Особливої уваги в структурі потенціалу підприємств заслуговують: трудовий, інфраструктурний та інформаційний потенціали. Усі вони не підпадають під зазначену класифікацію складових потенціалу підприємств, їх не можна однозначно віднести а ні до суб'єктних, а ні до об'єктних складових.

За результатами дослідження був встановлений взаємозв'язок між поняттями «потенціал» та «конкурентоспроможність» представлений на рис. 1, що є об'єктивним підґрунтям для формування поняття «потенціал конкурентоспроможності», як об'єктивна основа взаємодії виробничого та економічного потенціалів. Потенціал конкурентоспроможності необхідно визначати з урахуванням динаміки діяльності підприємства, рівень якого, в свою чергу, залежить від розподілу фінансових ресурсів між підтримкою існуючого потенціалу, та потенціалу розвитку. Тоді як конкурентоспроможність підприємства приймає тільки існуючий рівень і тому може слугувати як інструмент аналізу поведінки підприємства у конкурентному середовищі.

Потенціал конкурентоспроможності забезпечується відповідними властивостями системи вироб-

ництва та реалізації продукції — виробничим та економічним потенціалом підприємства. Формування потенціалу конкурентоспроможності вміщує вибір цінової, нецінової або змішаної стратегії конкуренції, заходи щодо збільшення використання існуючого потенціалу (виробничого, економічного), і заходи по втіленню потенціалу розвитку [20].

На підставі аналізу автором визначено, що потенціал конкурентоспроможності підприємств - це система взаємодії виробничого та економічного потенціалу, яка має внутрішню структуру, за якою можна виділити існуючий, використовуваний, зарезервований, надлишковий та потенціал розвитку, визначається з урахуванням динаміки підприємства, рівень якого, залежить від розподілу фінансових ресурсів між підтримкою існуючого потенціалу, та потенціалу розвитку.

ВИСНОВКИ

В статті розглянуто потенціал конкурентоспроможності промислових підприємств в контексті розвитку сучасної транспортної системи. Проведене дослідження понять «конкурентоспроможність підприємств» і «потенціал підприємств». На основі проведеного дослідження автором сформульовано наступні визначення понять:

- «конкурентоспроможність підприємств» - це здатність підприємств боротися за ринок не втрачаючи своїх позицій і досягаючи збільшення об'ємів продажів і прибутків за допомогою впровадження інноваційних розробок, ефективного використання потенціалу підприємств та підвищення рівня інвестиційної привабливості;

- «потенціал підприємства» - це можливість ефективного використання сукупності ресурсів для підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Всі чинники конкурентоспроможності та потенціалу підприємства запропоновано розмежувати на складові для можливості глибшого розуміння природи цих понять.

За результатами дослідження був встановлений взаємозв'язок між поняттями «потенціал» та «конкурентоспроможність», де композиційний аналіз яких дозволив автору визначити поняття «потенціал конкурентоспроможності», як об'єктивної основи взаємодії виробничого та економічного потенціалів. На підставі аналізу автором визначено, що потенціал конкурентоспроможності - це система яка має внутрішню структуру, за якою можна виділити існуючий, використовуваний, зарезервований, надлишковий та потенціал розвитку за складовими, виникає як показник у взаємодії виробничого та економічного потенціалів, визначається з урахуванням динаміки морального та фізичного зносу, рівень яких у свою чергу залежить від розподілу фінансових ресурсів між підтримкою існуючого потенціалу, та потенціалу розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абалкин Л.И. Диалектика социалистической экономики / Л.И. Абалкин. – М. : «Наука», 1981. – 25 с.
2. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб.: «Питер», 1999. – 416 с.
3. Архангельский В.Н., Управление научно-техническим прогрессом в машиностроении / В.Н. Архангельский, Л.Е. Зиновьев. – М.: «Наука», 1983. – 120с.
4. Багиев Г.Л. Организация предпринимательской деятельности: уч. пособие / Г.Л.Багиев, А.Н. Асаул. - СПб.: СПбГУЭФ, 2001.- 231 с
5. Балацкий О. Ф. Экономический потенциал административных и производственных систем: моногр. / О.Ф. Балацкий— Сумы: Университетская книга, 2006. — 972 с.
6. Бачевський Б.Є. Потенціал і розвиток підприємства: навч. посібник / Б.Є. Бачевський, І.В. Заблудська, О.О. Решетняк – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 400 с.
7. Воронкова А.Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация. /А. Э. Воронкова – Луганск: ВНУ им. Даля, 2000. - 315 с.
8. Дикань В.Л. Єдина транспортна система: навч. посібник / В.Л. Дикань, Ю.В. Соболев., О.Г. Дейнека, І.М. Писаревський - Х.: ООО «Олант», 2002. - 288 с.
9. Джакот Д.Х. Конкуренция / Д.Х. Джакот - М.: Международные отношения, 2004.- 152с.
10. Ермолов М.О. Чем отличается конкурентоспособность фирмы от конкурентоспособности

товара. Как продать товар на вашем рынке / М.О Ермолов. - М.: Мысль, 1990. - 364 с.

11. Коно Т. Стратегия и структура японских предприятий / Т. Коно : пер. с англ. - М.: Прогресс, 1987. - 384 с.

12. Ожегов С.И. Словарь русского языка / С.И. Ожегов. - М. : Изд-во «Советская энциклопедия», 1972. - 846 с.

13. Петров В. Конкурентоспособность / В. Петров // РИСК. - 1999. - № 4. - С. 4-11.

14. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер : пер. с англ. / под ред. и предисл. В.Д. Щетинина. - М. : Международные отношения, 1993. - 896 с.

15. Рубин Ю.Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции: учебник. / Ю.Б. Рубин. - 7-е изд., перераб. и доп. - М.: Маркет ДС, 2008. - 608 с.

16. Сергеев И.В. Экономика предприятий / И.В. Сергеев - М: Финансы и статистика, 2000. - 312 с.

17. Струмилин С.Г. К вопросу об изменении народного благосостояния / С.Г. Струмилин // Вопросы статистики. - 1954. - №5. - С.12-28.

18. Сухая И. В. Выбор стратегий для обеспечения конкурентоспособности предприятий молочной промышленности –автореф. дис. на збуття наук. ступеня канд. економ. наук: спец. 080004 «экономика та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / И.В. Сухая, - К.: Нац. ун. п. т., 2008. - 20с.

19. Тридід О.М. Організаційно-економічний механізм розвитку підприємства: моногр. / О.М. Тридід. -Харків: ХДЕУ, 2008. - 364 с.

20. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхутдинов - М.: ИНФРА - М, 2000. - 312 с.

21. Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка / О. С. Федонін, І. М. Репіна, О. І. Олексюк. — К.: КНЕУ, 2003. — 316 с.

22. Федулова Л.І. Менеджмент організацій / Л.І. Федулова, - К.: Лібра, 2003. - 484 с.

23. Хомяков В.І. Управління потенціалом підприємства / В.І. Хомяков, І.В. Бакун. - К.: Кондор, 2007. - 400 с.

24. Яшин Н.С. Конкурентоспособность промышленного предприятия: методология, оценка, регулирование / Н.С. Яшин. - Саратов: СГЭА, 1997. - 69 с.

УДК 336:77

СУЩНОСТЬ РЕЙТИНГОВОЙ ОЦЕНКИ КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ЗАЕМЩИКА

Рогатенюк Э.В.

В статье рассмотрены сущность рейтинговой оценки и алгоритм ее проведения. Выявлены недостатки рейтинговых оценок: исходная информация, методика ее обработки, обоснование методики рейтинговой оценки.

Ключевые слова: рейтинг, рейтинговая оценка, результат рейтинговой оценки, алгоритм рейтинговой оценки.

Кредитоспособность заемщика зависит от многих факторов, имеющих не только количественную, но и качественную оценку, поэтому выявить и рассчитать влияние каждого из них непросто. Кроме этого, большая часть анализируемых показателей кредитоспособности рассчитывается на основе данных за определенный период времени, которые подвержены искажающему влиянию инфляции, курсов валют, рыночной конъюнктуры и др. Сложность представляет и сама процедура выявления, количественной оценки некоторых факторов (например, репутации заемщика). Именно поэтому на практике применяется различные подходы к решению данной проблемы, одним из которых является рейтинговая оценка.