



аспірантка
Київський
національний
університет
технологій та
дизайну

КЛАСИФІКАЦІЯ ВИДОВИХ ПРОЯВІВ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

CLASSIFICATION OF SPASIES MANIFESTATIONS OF THE COMPETITIVE POTENTIAL OF ENTERPRISE

В статті розглянуто процеси цілеспрямованого формування конкурентного потенціалу. Досліджені питання визначення сутності та проведення класифікації видових проявів конкурентного потенціалу підприємства.

В статье рассмотрены процессы целенаправленного формирования конкурентного потенциала. Исследованы вопросы определения сущности и проведения классификации видовых проявлений конкурентного потенциала предприятия.

The paper considers the processes of purposeful forming the competitive potential. The problems of definition of essence and classification of the species manifestations of the competitive potential of enterprise are investigated in this paper.

Ключові слова: потенціал, конкурентний потенціал, видові прояви конкурентного потенціалу, показники конкурентного потенціалу, ресурси

Ключевые слова: потенциал, конкурентный потенциал, видовые проявления конкурентного потенциала, показатели конкурентного потенциала, ресурсы

Key words: potential, competitive potential, specific manifestations the competitive potential, indicators of the competitive potential, resources

ВСТУП

Під час формування економічної ринкової системи набувають особливого значення питання планування і оптимізації можливостей підприємств довгострокового і поточного характеру. Досвід зарубіжних країн свідчить про необхідність утворення гнучких виробничо-організаційних систем, які робили б можливим миттєве реагування на зміни в навколишньому середовищі.

Враховуючи це, слід надати увагу переосмисленню концептуальних підходів до створення і розвитку вітчизняних підприємств, а перш за все, до процесів цілеспрямованого формування конкурентного потенціалу. Питаннями визначення сутності та класифікації видових проявів конкурентного потенціалу підприємства займалися відомі українські та закордонні автори, серед котрих слід назвати: І. Ансоффа, У. Кінга і Д. Кліманда, Б. Карлофа, Бузько І.Р., Дмитренко І.Є. і Сущенко О.А., Федоніна О.С., Репіну І.М., Олексик О.І., Краснокутську Н.С. Різноманітність наукових підходів потребує їх узагальнення та класифікації.

МЕТА РОБОТИ полягає у визначенні та проведенні класифікації видових проявів конкурентного потенціалу підприємства.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною та інформаційною основою роботи є наукові праці, матеріали періодичних видань, ресурси Internet.

РЕЗУЛЬТАТИ

В етимологічному значенні термін "потенціал" походить від латинського. У словнику іноземних слів [1, с.89] приводиться тлумачення терміна як "міць", "сила". В етимологічному словнику російської мови відзначається походження слова "потенційний" як запозиченого в 19 сторіччі з французької мови, де *potentiel*, з латинського *potentialis*, похідне від *potens* "здатний", буквально "здатний бути" [2, с.169].

У літературі часто зустрічається визначення терміна "потенціал" як "засоби, запаси, джерела, що мають у наявності і здатні бути мобілізовані, приведені в дію, використані для досягнення визначених цілей, здійснення плану; рішення якої-небудь задачі; можливості окремого обличчя, суспільства, держави у визначеній області" [3, с. 542].

Автори Бузько І.Р., Дмитренко І.Є. і Сущенко О.А. визначають, що "потенціал" як економічна категорія трактується в такий спосіб: "Можливість і готовність суб'єктів ринку спеціалізуватися в тих видах діяльності і виробництва, по яких у кожен момент часу мають абсолютні чи порівняльні переваги" [4, с. 38].

Існує потенціал вищого і нижчого порядку. Нижчого порядку потенціали – це локальні потенціали, які характеризуються показниками-індикаторами. Потенціал вищого порядку складається з потенціалів нижчого порядку, це – стратегічний потенціал, конкурентний потенціал,

потенціал виживаності, антикризовий потенціал і ринковий потенціал. Серед потенціалів вищого порядку слід особливо виділити таку категорію як "конкурентний потенціал", що є оціночним показником, і якому присвячена основна маса публікацій по теорії потенціалів.

Краснокутська Н. С. вважає, що перш за все доцільно вивчати економічний потенціал, який необхідно розглядати у взаємозв'язку з властивими кожній суспільно-економічній формації виробничими відносинами, що виникають між окремими працівниками, трудовими колективами, а також управлінським апаратом підприємства, з приводу повного використання їхніх здібностей зі створення матеріальних благ і послуг [5, с. 7]. У даному визначенні, на наш погляд, підкреслена досить важлива риса економічного потенціалу. Однак, економічний потенціал однаковою мірою залежить від наявності і достатності виробничих сил, для мобілізації яких і виникають виробничі відносини.

Найбільш розповсюджене поняття сутності конкурентного потенціалу підприємства як сукупності природних умов і ресурсів, можливостей, запасів і цінностей, що можуть бути використані для досягнення визначених цілей, що близько до визначення Великого економічного словника. Крім того, іноді конкурентний потенціал підприємства визначають, як можливості господарської системи виробляти продукцію (що близько до його визначення як виробничої потужності) чи як можливості продуктивних сил забезпечувати визначений ефект [6, с. 23].

Таким чином, спостерігаємо, що більшість визначень тією чи іншою мірою спираються на ресурси підприємства, з одного боку, і досягнення з їхньою допомогою поставлених цілей, з іншого.

Аналіз економічної літератури показав, що коло визначень конкурентного потенціалу підприємства дуже широке – від надзвичайно вузького його розуміння як річного обсягу виробництва продукції до таких загальних категорій, як соціально-економічна система. Зіставивши аналізи можна зробити висновок, що конкурентний потенціал – це є сукупність можливостей підприємства, що визначаються на основі вже наявних ресурсів і реалізованих у процесі застосування управлінських процедур, для постанови, підтримки його норм і розвитку в умовах мінливого зовнішнього середовища. А економічний потенціал характеризується визначенням набором ресурсів, що повинні бути притягнуті в виробництво, підготовлені до використання в господарській системі. Тобто, можна сказати, що економічний потенціал як категорія характеризує досягнутий рівень розвитку.

Класифікація видових проявів потенціалу підприємства здійснюється за такими напрямками [5, с. 9]:

За об'єктами дослідження виділяють ресурсну та результатну концепції потенціалу підприємства. Ресурсна концепція розглядає потенціал як

сукупність ресурсів підприємства, оцінка яких здійснюється за вартістю їхнього залучення.

У рамках результатної концепції, потенціал підприємства може розглядатися як здатність господарської системи освоювати, переробляти ресурси для задоволення суспільних потреб і створення певного результату. Оцінка його величини в цьому випадку полягає у визначенні максимальної кількості благ, які підприємство здатне виробити за умов даної кількості, якості та структури ресурсів [5, с. 9].

Наступним рівнем класифікації є поділ потенціалу підприємства за ступенем використання можливостей підприємства на фактичний (поточний, реалізований, досягнений у даний момент) і перспективний (стратегічний, орієнтований на досягнення довгострокових цілей). Така диференціація дозволяє оцінювати ступінь використання потенціалу підприємства через порівняння його перспективного рівня з фактичним значенням. Основним етапом оцінки стає визначення потенційних можливостей підприємства.

За сферою реалізації потенціал можна розглядати як ринковий (зовнішній) і внутрішній. Зовнішній характеризує можливості підприємства, орієнтовані на ринок, і визначається потенційним обсягом попиту, незадоволеним сформованою ним пропозицією її [5, с. 10]. Підприємство має обмежений вплив на зовнішній (ринковий) потенціал через складність, динамічність, непередбачуваність зовнішнього середовища. Внутрішній потенціал представлений ресурсами та компетенціями, які дозволяють реалізувати ринкові шанси, що надаються.

Досліджуючи ієрархію потенціалів, підприємство можна розглядати як систему, що складається з більш дрібних підсистем – бізнес-одиниць, виділених за принципом значущості їхнього функціонування для бізнесу в цілому. У цьому випадку має місце класифікація проявів потенціалу за принципом ієрархії від потенціалу підприємства, як системи глобального рівня до потенціалів бізнес-одиниць, як підсистем нижчого рівня, які визначають, разом з тим, ефективність реалізації сукупних можливостей за рахунок адитивного та синергічного ефекту.

Правомірно розглядати також потенціал підприємства за функціональними напрямками його формування та використання. У цьому випадку виділяють потенціал маркетинговий (здатність маркетингової системи підприємства забезпечити його постійну конкурентоспроможність); виробничий (здатність виробничої системи забезпечити випуск продукції в обсязі, що відповідає потенціалу попиту); фінансовий (здатність фінансової служби забезпечити основні ланки ланцюжка "збут – виробництво – закупівлі" фінансовими ресурсами за принципом найбільш ефективного їхнього розподілу); організаційний (здатність менеджменту створити ефективну систему взаємодії між усіма елементами потенціалу) [5, с. 11].

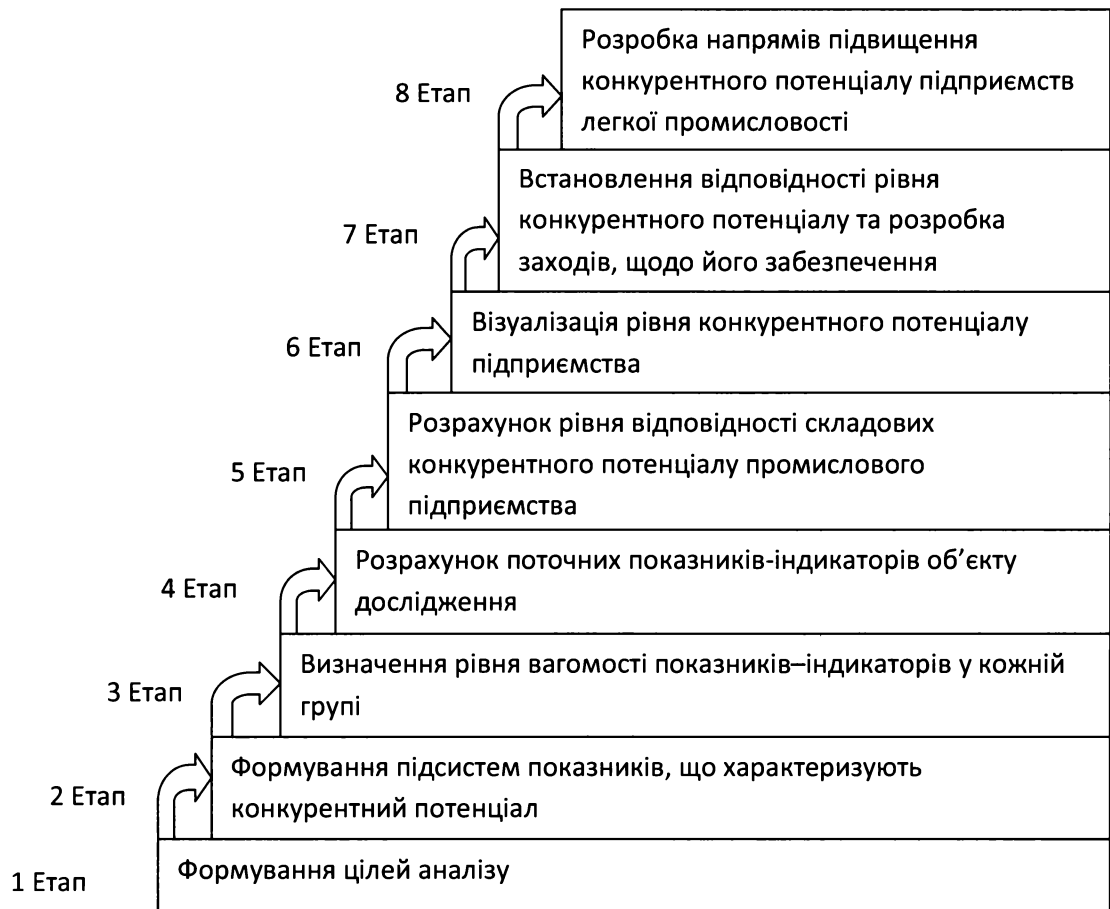


Рис. 1. Структурна схема методичних засад оцінювання рівня конкурентного потенціалу підприємства легкої промисловості [авторська розробка]

У зв'язку з тим, що формування конкурентного потенціалу підприємства є складним динамічним процесом, орієнтованим на максимальну взаємодію з зовнішнім середовищем і забезпечення високої якості реалізації, важливо визначити, які саме фактори обумовлюють розвиток його елементів і впливають на їхню збалансованість і ефективність використання. Очевидно, що в основі побудови системи цих факторів повинен лежати принцип сфери впливу на елементи конкурентного потенціалу, відповідно якого усі фактори можна класифікувати на зовнішні і внутрішні щодо формування і розвитку конкурентного потенціалу [5, с. 32].

До зовнішніх факторів відносяться економічні, соціальні, політичні, юридичні умови, вплив яких визначається обмежувальними чи стимулюючими заходами з боку різних державних органів, банків, інвестиційних компаній, суспільних груп, політичних сил і т.д. Такими заходами, як правило, виступають податкові, процентні ставки, законодавчі, етичні, суспільні норми, тиск політичних сил.

Крім того, важливим зовнішнім фактором є також ринкові умови на вході (умови конкуренції на ринках ресурсів) і виходу із системи (умови конкуренції безпосередньо в області). Перший фактор зв'язаний з вартістю забезпечення кожного

елемента потенціалу ресурсами, що є альтернативною вартістю цих ресурсів, тобто цінністю тих альтернативних можливостей, від яких довелося відмовитися через напрямок ресурсів у того, а не інший елемент потенціалу з метою максимального досягнення цілей. Другий фактор означає, що для завоювання міцних ринкових позицій потенціал підприємства належний відповідати необхідним конкурентним властивостям продукції (ціні, якості, технічним характеристикам, сервісу, гарантіям). Так, при умовах посилення конкуренції підприємство повинне сфокусувати свої зусилля на максимальній реалізації наявного потенціалу і створенні нового за рахунок своєчасного виявлення слабких позицій конкурентів. Інновації з боку конкурентів вимагають, як правило, адекватного реагування шляхом створення і реалізації нових можливостей.

До внутрішніх факторів [5, с. 33] відноситься, насамперед, стратегія підприємства, для реалізації якої формується потенціал, досвід і звички менеджерів, необхідні для реалізації намічених планів, принципи організації і ведення бізнесу, якими керуються на підприємстві, моральні цінності й амбіції керівників, а також загальноприйняті в рамках підприємства цінності і культура.

Рішення щодо формування конкурентного потенціалу орієнтовані на майбутнє і тому

базуються на попередніх умовах розвитку релевантних факторів, тобто визначених передумовах. Особливе значення мають передумови, що зв'язані з конкурентами, тому що ресурсний потенціал підприємства утрачає свою цінність саме під їх тиском. Також повинні бути враховані і внутрішні передумови, зв'язані з загальноприйнятими установками усередині підприємства.

Фактори формування дають оцінку тільки складовим, котрі впливають на загальну взаємодію в середовищі і не дають уяву про внутрішню структуру. Для кращого розуміння сутності конкурентного потенціалу розглянемо його структуру. При формуванні конкурентного потенціалу підприємства необхідно виходити з того, що його структура являє собою визначену взаємозалежну сукупність його локальних потенціалів, тобто потенціалів кожного виду ресурсів, що забезпечують максимально ефективну реалізацію довгострокових цілей і стратегічних напрямків розвитку підприємства [4, с. 99]. Оптимальна структура потенціалу повинна мати мінімальну кількість компонентів, але, разом з тим, вони повною мірою повинні виконувати задані функції. Існує трохи можливих підходів до структуризації потенціалу підприємства: блочно-модульна структуризація і функціональна [5, с. 12]. Блочно-модульна структуризація потенціалу підприємства заснована на взаємодії восьми складових, які охоплюють усі стратегічні компоненти підприємства, що дозволяють досягти поставленої цілі, і найбільше повно характеризують

Література

1. Словарь иностранных слов / Ред. Васюкова. — М., 1972.
2. Этимологический словарь русского языка / Ред. Шанского Н.М. — М.: Прозерпина: ТОО "Школа", 1994. — 621 с.
3. Большая Советская Энциклопедия / Ред. Введенский Б.А. — Т.34. — М.: БСЭ, 1949. — 656 с.

внутрішній стан підприємства — ресурсів, системи керування і діяльності персоналу (рис. 1). Нами пропонує у складі блоку ресурсів виділяти 8 наших потенціалів: фінансовий, виробничий, кадровий, маркетинговий, екологічний, управлінський, інноваційний, енергетичний. Такий підхід, на думку автора, враховує всі сучасні складові, що є стратегічними компонентами сучасного підприємства.

Запропонована методика представлена у вигляді структурної схеми (рис.1).

Вибір показників здійснювався на основі дослідження індикаторів, що використовуються у фінансовому аналізі, аналізі організаційно-технічного рівня, оцінці енергетичної та екологічної ефективності підприємства, оцінці інноваційно-інвестиційної привабливості на основі аналізу та рекомендацій практиків, що працюють в легкій промисловості.

ВИСНОВКИ

Усі зазначені види локальних потенціалів знаходяться між собою в безпосередньому взаємозв'язку і визначеній взаємозалежності.

Проведення комплексного аналізу даних складених дозволяє одержати найбільш повну і достовірну оцінку конкурентного потенціалу і всього стану підприємства.

Слід зазначити, що дані складові, у свою чергу, являють собою сукупність визначеного числа ресурсних компонентів, композиційне з'єднання яких варіюється в залежності від реалізованого стратегічного напрямку розвитку підприємства.

4. Бузько І.Р., Дмитренко І.Є., Суценко О.А. Стратегічний потенціал і формування пріоритетів у розвитку підприємств: Монографія. — Алчевськ: вид-во ДГМІ, 2002. — 216 с.

5. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч. посібник. — К.: Центр навчальної літератури, 2005. — 352 с.

6. Авдеенко В.Н., Котлов В.А. Производственный потенциал промышленного предприятия. — М.: Экономика, 1989. — 239 с.