

УДК 339.137.2

ПОНЯТИЙНЫЙ АППАРАТ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КАТЕГОРИИ «КОНКУРЕНТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРЕДПРИЯТИЯ»

Толпежников Р. А., д.э.н., доцент, ГВУЗ «Приазовский государственный технический университет», г. Мариуполь

Ткачева А. Р., аспирантка, ГВУЗ «Приазовский государственный технический университет», г. Мариуполь.

Толпежников Р. А., Ткачева А.Р. Понятийный аппарат экономической категории «конкурентный потенциал предприятия».

Успешное функционирование и развитие предприятий в современных условиях требует соответствующего подхода к формированию его конкурентной стратегии, выявлению конкурентных преимуществ, а это в свою очередь предполагает необходимость определения роли и значения конкурентного потенциала в деятельности фирмы. В статье проведен анализ последних публикаций и определена сущность понятий «потенциал предприятия», «конкурентный потенциал предприятия». В настоящее время существует множество различных толкований понятия «потенциал предприятия». На основе проведенного теоретического анализа экономической категории «потенциал предприятия» предложена авторская трактовка данного понятия. Одним из перспективных направлений в исследовании нового характера конкурентных отношений является конкурентный потенциал. Понятие конкурентного потенциала пока еще не имеет общепринятой трактовки, а неоднозначные позиции в отношении его содержательной нагрузки приводит к недооценки роли конкурентного потенциала в развитии экономики. В основу понятия «конкурентный потенциал» заложены следующие основные подходы: ресурсный, инновационный, маркетинговый, коммерческий, организационный, стратегический. Опираясь на перечисленные подходы к трактовке категории «конкурентный потенциал», предложено авторское определение данного понятия. На основе предложенного понятия «конкурентный потенциал», автором разработана схема наращивания конкурентного потенциала предприятия. Конкурентный потенциал предприятий обеспечивает непосредственное влияние на состояние экономики региона и его стратегические направления развития, это побуждает управление предприятием к разработке собственной стратегической политики развития конкурентных возможностей и преимуществ.

Tolpezhnikov R., Tkachova A. The conceptual apparatus of economic category “competitive potential of enterprise”.

Successful functioning and development of enterprises in modern conditions requires an appropriate approach to the formation of its competitive strategy, identify competitive advantages, and this in turn implies the need to define the role and importance in the competitive potential of the company. The article analyzed the latest publications and defines the essence of “potential of enterprise” and “competitive potential of enterprise”. Based on the theoretical analysis of the economic category of "potential of the enterprise" offered its own interpretation of the concept. One of the promising directions in the study of the nature of the new competitive relationship is competitive potential. The notion of competitive potential has not yet been accepted interpretation and ambiguous position with regard to its content load leads to underestimation of the role of competitive potential in economic development. The basis of the concept of "competitive potential" based on the following basic approaches: resource, innovation, marketing, commercial, organizational, and strategic. Based on these approaches to the interpretation of the category of

"competitive potential," was suggested definition of this concept. Based on the proposed concept of "competitive potential", the author developed a scheme for increasing the competitive potential of the company. Competitive potential of enterprises provides a direct impact on the economy of the region and its strategic direction, it encourages enterprise management to develop its own strategic policy development opportunities and competitive advantages.

Толпежников Р. О., Ткачова О.Р. Понятійний апарат економічної категорії «конкурентний потенціал підприємства».

Успішне функціонування і розвиток підприємств в сучасних умовах вимагає відповідного підходу до формування його конкурентної стратегії, виявленню конкурентних переваг, а це в свою чергу передбачає необхідність визначення ролі і значення конкурентного потенціалу в діяльності фірми. У статті проведений аналіз останніх публікацій та визначено сутність понять «потенціал підприємства», «конкурентний потенціал підприємства». В даний час існує безліч різних тлумачень поняття «потенціал підприємства». На основі проведеного теоретичного аналізу економічної категорії «потенціал підприємства» запропоновано авторське трактування даного поняття. Одним з перспективних напрямків у дослідженні нового характеру конкурентних відносин є конкурентний потенціал. Поняття конкурентного потенціалу поки ще не має загальноприйнятого трактування, а неоднозначні позиції щодо його змістовного навантаження призводить до недооцінки ролі конкурентного потенціалу в розвитку економіки. В основу поняття «конкурентний потенціал» закладені такі основні підходи: ресурсний, інноваційний, маркетинговий, комерційний, організаційний, стратегічний. Спираючись на перелічені підходи до трактування категорії «конкурентний потенціал», запропоновано авторське визначення даного поняття. На основі запропонованого поняття «конкурентний потенціал», автором розроблена схема нарощування конкурентного потенціалу підприємства. Конкурентний потенціал підприємств забезпечує безпосередній вплив на стан економіки регіону та його стратегічні напрямки розвитку, це спонукає управління підприємством до розробки власної стратегічної політики розвитку конкурентних можливостей і переваг.

Постановка проблемы. Одним из главных критериев долгосрочного функционирования и поступательного развития предприятия является его конкурентоспособность. На современном этапе развития экономики все большее значение принимает изучение вопросов формирования, оценки и управления потенциалом предприятия с целью обеспечения его высокой степени конкурентоспособности.

Анализ последних исследований и публикаций. Изучению понятия потенциал, проблемам его формирования, управления и оценки посвящены исследования многих ученых: Абалкин Л.И., Авдеенко В.Н., Азарян Е.М., Анчишкин А.И., Архангельский В.М., Бакум И.В., Божко Е.А., Вейц В.И., Воблый К.В., Гавва В.Н., Должанский И.З., Загорная Т.А., Краснокутская Н.С., Котов В.А., Попов Е.В., Струмилин С.Г., Толпежников Р.А., Федонин А.С., Хомяков В.И.

Цель статьи – исследование структуры категорийно-понятийного аппарата экономической категории «конкурентный потенциал предприятия».

Изложение основного материала. В условиях возрастающего уровня конкурентной борьбы вопросам развития конкурентного потенциала предприятия уделяется всё больше внимания. Это связано с тем, что конкурентный потенциал является базой, на основе которой компания способна сохранять и увеличивать свою конкурентоспособность в долгосрочной перспективе [1, с 120]. Исследования показали, что в настоящее время существует множество различных толкований понятия «потенциал предприятия». Согласно определению Большого экономического словаря, потенциал, как экономическая категория представляет имеющиеся возможности, ресурсы, запасы, средства, которые могут быть использованы для достижения, осуществления чего-нибудь[2].

Наиболее распространена трактовка сущности потенциала предприятия как

совокупности естественных условий и ресурсов, возможностей запасов и ценностей, которые могут быть использованы для достижения определенных целей, что близко к определению Большого экономического словаря. Кроме того, иногда потенциал предприятия определяют как возможность хозяйственной системы вырабатывать продукцию (что близко к его трактовке, как производственной мощности) или как возможности продуктивных сил обеспечивать определенный эффект, не уточняя, вместе с тем, или отвечает этот эффект поставленным целям.

Федонин А.С. определяет «...термин «потенциал», «потенциальный» означает наличие у кого-либо (будь это отдельно взятый человек, рабочий коллектив, общество в целом) скрытых возможностей, которые еще не проявились, или возможности действовать в соответствующих сферах», [3, С.5].

Краснокуская Н.С. предлагает под потенциалом предприятия понимать «...возможности системы ресурсов и компетенций предприятия создавать результаты для заинтересованных лиц посредством реализации бизнес-процессов», [4, С.8].

Марушков Р.В. в своей диссертации рассматривает экономический потенциал как «...способность предприятия обеспечивать свое долгое функционирование и достижение стратегических целей на основе использования системы имеющихся ресурсов», [6, С.24].

Толпежников Р.А. в своих исследованиях определяет потенциал предприятия как «...организационно-экономическую систему ресурсов, сформированную производственным и финансовым потенциалом под воздействием управленческой среды для достижения максимально возможного результата при наиболее эффективном использовании всех ресурсов», [6, С.25].

Краснокутская Н.С. в своих исследованиях при определении составляющих потенциала предприятия выделяет его слабые и сильные стороны (табл.1). К составляющим потенциала предприятия автор относит производственную, кадровую, маркетинговую, финансовую, и организационную возможности, однако такая классификация не учитывает научно-техническую и логистическую составляющие, которые представлены в исследованиях Ровенской В.В.(табл.1).

Учитывая вышеизложенные составляющие и факторы предприятию необходимо запустить сложные процессы самоорганизации и адаптации бизнеса, обеспечить дополнительные конкурентные преимущества в следствии эффекта синергизма и повысить уровень управляемости и конкурентоспособности предприятия [8, С.274].

Одним из перспективных направлений в исследовании нового характера конкурентных отношений является конкурентный потенциал. Понятие конкурентного потенциала пока еще не имеет общепринятой трактовки, а неоднозначные позиции в отношении его содержательной нагрузки приводит к недооценки роли конкурентного потенциала в развитии экономики [9, С.102].

Впервые понятие «конкурентный потенциал» было рассмотрено в работе Л.В. Балабановой и А.В. Балабаниц, под которым авторы понимали «совокупность имеющихся конкурентных преимуществ и маркетинговых возможностей фирмы, обладающих способностью при благоприятном маркетинговом климате трансформироваться в конкурентные преимущества предприятия, обеспечивая ему стойкую конкурентную позицию на рынке» [10, С.8]

На следующем этапе развития исследований под конкурентным потенциалом понимается уже «...комплекс возможностей и ресурсов предприятия, что обеспечивает получение конкурентных преимуществ на рынка и достижение поставленных стратегических конкурентных целей» [11, С.26]. Т.А. Загорная анализирует понятие «конкурентный потенциал торговой марки », характеризуя его как «совокупность возможностей предприятия использовать функциональные и эмоциональные свойства торговой марки с целью усиления преимуществ в конкурентной борьбе» [12, С.5] .

Таблица 1. - Сильные и слабые позиции функционирования составляющих потенциала предприятия [2, С.62; 7, С.69]

Составляющая потенциала	Сильные позиции	Слабые позиции
Производственная	низкий уровень себестоимости продукции; высокое качество продукции; высокая фондоотдача; современное высокопродуктивное оборудование.	устаревшее оборудование; высокий уровень затрат по сравнению с конкурентами; низкий уровень загрузки производственных мощностей.
Кадровая	высокая квалификация и компетентность персонала; способность работников к генерированию идей; позитивная деловая репутация.	неэффективная система мотивации и стимулирования труда; высокий уровень текучки кадров.
Маркетинговая	высокая доля рынка; эффективная реклама и стимулирование сбыта; высокий уровень деятельности потребителей к продукции; высокий уровень дифференциации продукции.	недостаточный уровень ширины и глубины ассортимента; уменьшение доли рынка; сокращение клиентской базы.
Финансовая	доступность заемных средств; высокая деловая активность; высокая ликвидность активов; устойчивое финансовое положение; высокий уровень рентабельности капитала.	недостаток финансовых ресурсов; неустойчивое финансовое состояние; высокий уровень зависимости от кредиторов; низкая рентабельность.
Организационные возможности (управленческая)	квалифицированный менеджмент; эффективная организационная структура.	низкая квалификация менеджеров; низкая скорость прохождения управленческих влияний.
Научно-техническая	разработка инноваций; внедрение инноваций в рабочий процесс; объекты интеллектуальной собственности (патенты).	высокий уровень энергоёмкости технологии по сравнению с конкурентами.
Логистическая	сложные сооружения; подъездные пути; ускорение термина поставок; возможность оптовой торговли.	недостаток финансовых ресурсов; высокий уровень зависимости от поставщиков и потребителей.

При этом следует обратить внимание на то, что понятия «конкурентоспособность предприятия» и «конкурентный потенциал предприятия» не являются тождественными.

Из анализа следуют основные характеристики конкурентного потенциала предприятия (табл.2). Таким образом, в основу понятия «конкурентный потенциал» заложены следующие основные подходы: ресурсный, инновационный, маркетинговый, коммерческий, организационный, стратегический. В результате анализа существующих трактовок конкурентного потенциала автором было предложено усовершенствовать понятие «конкурентный потенциал», а именно: конкурентный потенциал предприятия это оценка возможности реализации способности обобщить ресурсы в течение лага времени для формирования устойчивых конкурентных преимуществ в конкретный момент времени функционирования предприятия (рис 1). Таким образом, особенность заключается в том, чтобы сформировать условия победы в конкурентной борьбе на долговременной основе путем выявления возможностей роста предприятия по сравнению с конкурентами. Это и отличает конкурентоспособность предприятия от конкурентного потенциала предприятия.

Таблица 2. - Основные подходы к трактовке понятия «Конкурентный потенциал»[13]

Автор	Название подхода	Сущностная характеристика
Романова В.В.	Ресурсный	Конкурентный потенциал предприятия определяется объемом и качеством имеющихся у него ресурсов с учетом потенциальной возможности относительно увеличения.
Смоляр Л.Г.	Инновационный	Конкурентный потенциал предприятия определяется как способность отдельных структурных звеньев производства, организационной структуры предприятия и предприятия в целом вовремя реагировать на любые изменения конъюнктуры рынка, за счет обновления производства, изменения технологий, проведения НИ ИКР.
Балабанова Л.В.	Маркетинговый	Конкурентный потенциал предприятия – это совокупность имеющихся конкурентных преимуществ и маркетинговых возможностей фирмы, обладающих способностью при благоприятном маркетинговом климате трансформироваться в конкурентные преимущества предприятия, обеспечивая ему устойчивую конкурентное позицию на рынке.
Загорная Т.А.	Коммерческий	Конкурентный потенциал торговой марки - совокупность возможностей предприятия использовать функциональные и эмоциональные свойства торговой марки с целью усиление преимуществ в конкурентной борьбе.
Воронкова А.	Организационный	Конкурентный потенциал предприятия определяется способностью менеджмента оптимально использовать ресурсы предприятия (подготовка, талант и профессиональная адаптация менеджеров, умение создавать и обновлять организационные структуры предприятия).
Тенералова С.	Стратегический	Конкурентный потенциал предприятия – это не набор свойств, а способность их применить в производстве с целью получения конкурентных преимуществ, которые учитываются в процессе разработки стратегии и стратегического плана деятельности предприятия.

Ученые, исследовавшие проблемы конкуренции [14,15,16,17,18,19], предлагают разные определения понятия «конкурентное преимущество». Градов А.П. [19] трактует категорию «конкурентное преимущество фирмы» как состояние, при достижении которого все ресурсы фирмы используются настолько, что фирма становится более прибыльной, чем ее основные конкуренты. Р. А. Фатхутдинов [17] утверждает, что конкурентное преимущество системы – это эксклюзивная ценность, которой владеет система и которая дает ей преимущества перед конкурентами. Интересным считается подход Акимовой Т.А. [14] к определению данной категории. По ее мнению, конкурентные преимущества показывают, в каких областях предприятие достигло более высоких результатов, чем конкуренты. Шинкаренко В.Г. и Бондаренко А.С. [18] предлагают рассматривать конкурентное преимущество как высокую компетентность предприятия, которая основана на достигнутом уровне конкурентного статуса, достаточности и эффективности конкурентного потенциала. С точки зрения Иванова Ю.Б. [15], конкурентные преимущества предприятия – это совокупность (система) уникальных факторов, которая является присущей предприятию, таких, которые отличают его от конкурентов и содействуют ведению успешной конкурентной борьбы на рынке. Конкурентное преимущество – величина интегральная по отношению к конкурентоспособности и конкурентному потенциалу и является в простейшем

случае их аддитивной функцией с весовыми коэффициентами [16].

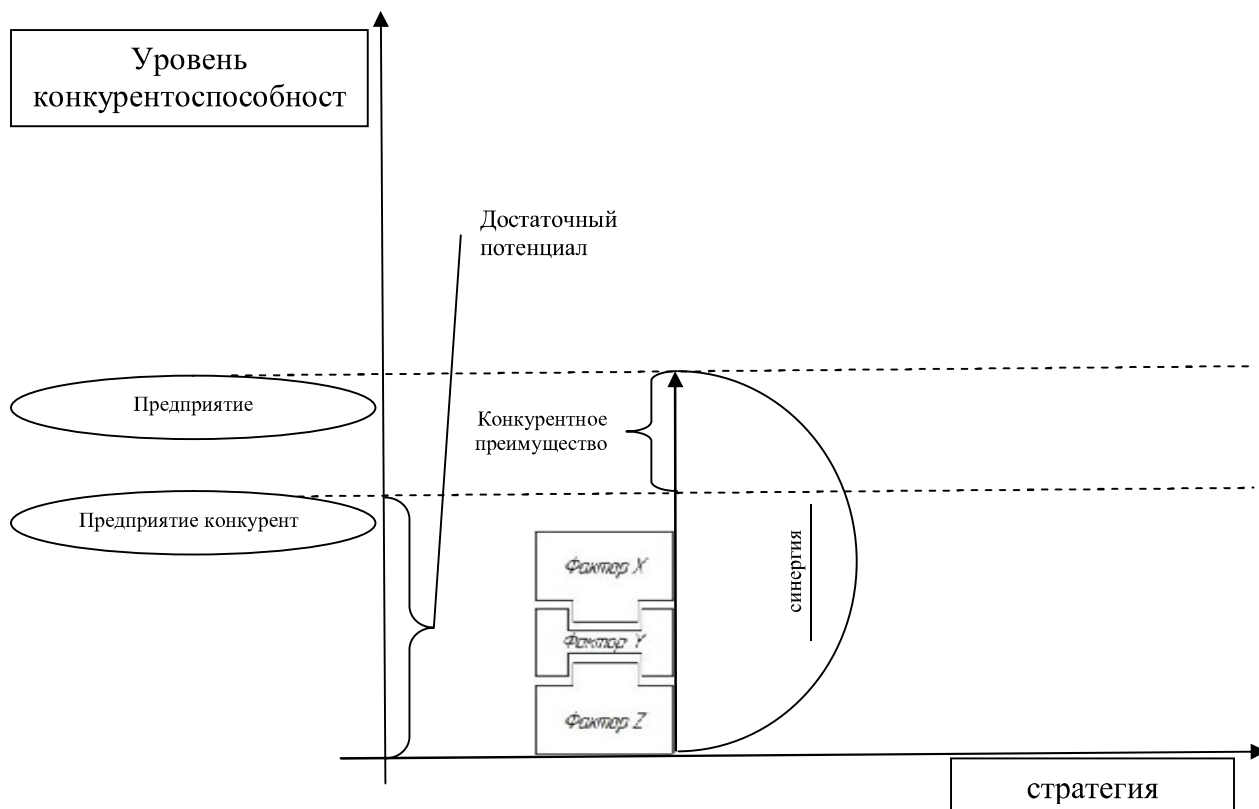


Рис 1. Схема наращивания конкурентного потенциала предприятия

Анализируя и обобщая существующие определения конкурентного преимущества, целесообразно учитывать причины, которые содействовали достижению, сохранению и возрастанию конкурентных преимуществ. Конкурентные преимущества представляют собой систему уникальных факторов, которая сформировала и нарастила достаточный и эффективный конкурентный потенциал и обеспечила преимущество перед конкурентами.

Сравнительный анализ понятий «конкурентное преимущество», «конкурентный потенциал» и «конкурентоспособность» предприятия по нескольким критериями представлено в таблице 3.

Конкурентный потенциал предприятия объединяет одновременно три уровня связей и взаимоотношений:

1) Конкурентный потенциал отражает прошлое, а именно совокупность характерных для данной системы свойств, накопленных в процессе ее становления, и таких, которые обеспечивают функционирования системы и ее дальнейшее развитие. Фактически, на данном уровне, конкурентный потенциал приобретает значение «ресурс».

2) Конкурентный потенциал частично совпадает с понятием «резерв», поскольку характеризует уровень использования имеющихся и потенциальных возможностей, а также разграничение между реализованными и нереализованными потенциальными ресурсами.

3) Конкурентный потенциал ориентирован на будущее развитие предприятия, поскольку существует как единое целое устойчивого и переменного состояний деятельности хозяйствующего субъекта [21, С.17].

На конкурентный потенциал предприятия в значительной степени влияют социально - экономические процессы, имеющие место на территории региона. Ведь конкурентоспособность региона характеризуется уровнем инновационного развития, поступлением прямых иностранных инвестиций, развитием потенциала местных предприятий, наличием квалифицированных кадров, уровнем производительности труда и занятости, развитием инфраструктуры. Анализ доли потенциала регионов Украины показал, что наибольшее значение имеет город Киев (10,9%), а также Донецкая и Днепропетровская

области (5,93% и 5,85% соответственно). Наименьшее значение у областей западной Украины (Закарпатская 2,65%, Черновицкая 2,57%, Тернопольская 2,31%) [23]. Конкурентный потенциал предприятий обеспечивает непосредственное влияние на состояние экономики региона и его стратегические направления развития, что побуждает управление предприятием к разработке собственной стратегической политики развития конкурентных возможностей и преимуществ [22, С. 17].

Таблица 3. - Сравнительный анализ понятий «конкурентное преимущество», «конкурентный потенциал» и «конкурентоспособность» предприятия [20, С.82]

Характер понятия	Конкурентное преимущество	Конкурентоспособность	Конкурентный потенциал
1. Количество факторов, на оценке которых основано понятия	Единый значимый ключевой фактор успеха	Множество факторов внутренней и внешней позиции предприятия	Латентные факторы, действие которых будет прослеживаться в будущем
2. Характер понятия	Выражает свойство объекта	Выражает способность объекта	Выражает способность к будущей победе в конкурентной борьбе
3. Ограничение значения оценок	Только положительное значение	Любое значение	Любое значение
4. Аналогичное понятие по отношению к продукции	Привлекательность товара	Конкурентоспособность товара	Повышение качества товара
5. Отношение к конкурентной стратегии	Основание	Цель	Индикатор будущих изменений, связанных с реализацией стратегии
6. Каким образом определяются в концепции менеджмента	Определяется в процессе стратегического планирования при анализе альтернатив	Создается в процессе оперативного управления	Определяется в процессе стратегического планирования

Выводы. Важную роль в повышении конкурентоспособности предприятия играет его конкурентный потенциал. В результате анализа существующих трактовок конкурентного потенциала автором было предложено усовершенствовать понятие «конкурентный потенциал», а именно: конкурентный потенциал предприятия это оценка возможности реализации способности обобщить ресурсы в течение лага времени для формирования устойчивых конкурентных преимуществ в конкретный момент времени функционирования предприятия. Таким образом, особенность заключается в том, чтобы сформировать условия победы в конкурентной борьбе на долговременной основе путем выявления возможностей роста предприятия по сравнению с конкурентами. Это и отличает конкурентоспособность предприятия от конкурентного потенциала предприятия.

Список использованных источников:

1. Конкурентный потенциал предприятия: модель и стратегия развития/Аренков И.А., Салихова Я.Ю., Гаврилова М.А./Проблемы современной экономики, №4(40), 2011
2. Большой экономический словарь. А. Азрилиян, О. Азрилиян, Е. Калашникова, О. Квардакова, 2010 г., 1472с.

3. Федонін О.С., Репіна І.М., Олексюк О.І. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч. Посібник.-Вид.2-ге, без змін.- К.:КНЕУ, 2006.-316с.
4. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навчальний посібник.-Київ: Центр навчальної літератури, 2005.-352с.
5. Азарян О.М. Концепція управління потенціалом підприємства на основі інтегрального маркетингу. Вісник Приазовського державного технічного університету, 2012, Випуск 24, 128-132с.
6. Толпежников Р.А. Тернавский Ю.И. Экономический механизм управления потенциалом промышленного предприятия. Теоретичні та практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності'2010, 23-28с.
7. Ровенская В.В. Потенціал підприємства: сутність, структура та загальні підходи до формування. Теоретичні та практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності'2012, Випуск 1, Том 3, 66-71с.
8. Мельник Лариса. Потенціал підприємства як основа його міжнародної конкурентоспроможності. Економічний аналіз. Випуск 4, 2009 рік. 273-277с.
9. Погорельская В.Я., Журан Е.А. Конкурентный потенциал предприятия в системе конкурентных отношений. Стратегія розвитку підприємства. 102-104с.
10. Балабанова Л.В. Маркетинговый аудит в системе сбыта: Моногр. / Л.В. Балабанова, А.В. Балабанич. – Донецк: ДонГУЭТ, 2006. – С.188.
11. Балабанова Л.В. Маркетинговое управление конкурентоспособностью предприятий: стратегический подход: Моногр. / Л.В. Балабанова, В.В. Холод. – Донецк: ДонДУЕТ, 2006. – С.294.
12. Загорна Т.О. Управление конкурентным потенциалом торговой марки: Автореф. дис. канд. экон. наук. – Донецк: ДонДУЕТ, 2005. – С.19.
13. Ковальська Л.Л., Пятачук В.В. Конкурентний потенціал підприємства як основа забезпечення його конкурентоспроможності. Економічні науки. Серія «економіка та менеджмент»: Збірник наукових праць. Луцький національний технічний університет. – Випуск 6 (22). – Луцьк, 2009.
14. Акимова Т. А. Теория организации: Учебное пособие для вузов.– М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003.– 367 с.
15. Иванов Ю. Б. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия. Научное издание / Колл. авторов.– Харьков: Изд. ХНЭУ, 2004.– 256 с.
16. Основы корпоративного управления концернами.– М.: Издательство «ПРИОР», 1998.– 176 с.
17. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление.– М.: ИНФРА-М, 2000.– 312 с.
18. Шинкаренко В. Г., Бондаренко А. С. Управление конкурентоспособностью предприятия.– Харьков: Изд-во ХНАДУ, 2003.– 186 с.
19. Экономическая стратегия фирмы: Учеб. пособие / Под ред. А. П. Градова.– 3-е изд., испр.– СПб.: Спец-Лит, 2000.– 589 с.
20. Иващенко А.А., Даниленко С.В. Методическое обеспечение анализа и оценки конкурентных преимуществ предприятия. Бизнес информ №4, 2011, 81-85с.
21. Балабанова Л.В. Конкурентний потенціал підприємства як основа формування конкурентних переваг// Проблемы теории и практики управления. – 2007. - №2.
22. Воронкова А. Концепція управління конкурентним потенціалом підприємства // Економіст. – 2007. - № 8. – С. 14 – 17.
23. Рейтинг инвестиционной привлекательности регионов. Потенциалы и риски №49, стр.52 Эксперт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.expert-rating

Ключові слова: потенціал, конкурентний потенціал, конкурентні переваги.

Ключевые слова: потенциал, конкурентный потенциал, конкурентные преимущества.

Keywords: potential, competitive potential, competitive advantage.