

УДК 339.137.2

**КОНКУРЕНТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТА ЙОГО РОЛЬ У ФОРМУВАННІ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА****Карачина Н.П., д.е.н.***E-mail: karachina-natalija@rambler.ru***Перцата Л.І.***E-mail: vinnicaua@rambler.ru**Вінницький національний технічний університет*

У статті розглянуто основні поняття в контексті конкурентоспроможності, а саме «конкурентоспроможність», «конкуренція» та «конкурентний потенціал підприємства» як ключових. Проведено дослідження трактування конкурентного потенціалу вченими різних країн в порядку еволюції, що дало змогу виявити, що трактування категорії «конкурентний потенціал» зазнало істотних змін від визначення його як сукупності ресурсів та можливостей і частини загального потенціалу до розуміння конкурентного потенціалу як набору ключових факторів успіху і складових, які характеризуються інноваційністю та адаптивністю. Визначено роль та надано характеристику основних елементів, як складових конкурентного потенціалу у формуванні конкурентоспроможності підприємства. Виявлено, що структурні елементи конкурентного потенціалу мають не однаковий вплив на його рівень. Обґрунтовано, що кожне підприємство самостійно вирішує, які ресурси відносити до тієї чи іншої групи елементів, які є складовими конкурентного потенціалу на основі виявлення, систематизації та аналізу всіх елементів-складових. Виявлено, що при систематизації складових необхідно враховувати не тільки внутрішнє, але і зовнішнє середовище підприємства

Ключові слова: конкурентний потенціал, конкурентоспроможність, управлінський потенціал, кадровий потенціал, маркетинговий потенціал, виробничий потенціал, фінансовий потенціал, інформаційно-інноваційний потенціал

UDC 339.137.2

**COMPETITIVE POTENTIAL AND ITS ROLE IN FORMATION OF
THE ENTERPRISE COMPETITIVENESS****Karachyna N.P. Doctor of Economics***E-mail: karachina-natalija@rambler.ru***Pertsata L.I.***E-mail: vinnicaua@rambler.ru**Vinnitsia National Technical University*

In the paper it has been considered basic concept in the context of competitiveness, namely, «competition», «competitive» and «competitive potential of the company» as a key. There has been investigated the interpretation of the competitive potential by scientists from

different countries in the order of evolution, which helped to discover that interpretation of the category «competitive potential» has changed much from its definition as a set of resources and capabilities and the parts of the general potential to understanding the competitive potential as a set of key success factors and components characterized by innovation and adaptability. There has been defined the role and have been characterized the basic elements as components of competitive potential in the formation of the enterprise competitiveness. There has been discovered that the structural elements of the competitive potential do not have the same effect on its level. There has been substantiated that each company decides itself what resources to refer to a particular group of elements that are constituents of the competitive potential by identifying, organizing and analyzing all elements-components. There has been found that in systematization of the components is necessary to consider not only internal but also external environment of the company

Keywords: competitive potential, competitiveness, management capacity, human resources, marketing potential, production potential, financial capacity, information and innovation potential

Актуальність проблеми. Актуальність дослідження конкурентного потенціалу підприємництва як важливої та методологічно продуктивної категорії сучасної економічної науки зумовлюється наступними причинами. По-перше, на сучасному етапі розвитку ринкових відносин в Україні, коли посилюється роль споживачів, зростає ризик і невизначеність умов функціонування підприємств, збільшується ступінь залежності від маркетингового середовища, посилюється конкурентна боротьба за ринки збуту товарів, особливої актуальності набуває проблема забезпечення конкурентоспроможності підприємств. По-друге, для того, щоб сьогодні успішно діяти на ринку, організаціям недостатньо володіти матеріально-фінансовими ресурсами. Першочерговими є внутрішні можливості організації. Фірми зосереджуються не на вивченні конкурентів, клієнтів, посередників, постачальників або оточуючого середовища, а на своїх внутрішніх можливостях, які унікальні і властиві тільки окремій фірмі, що і визначає наявність конкурентної переваги. Таким чином, пошук конкурентної переваги при значній доступності ринків матеріальних ресурсів зводиться до володіння інформацією і знаннями.

Аналіз останніх наукових досліджень. Вперше термін «потенціал» був застосований вітчизняними економістами у 20-30 роках ХХ ст. для вивчення особливостей розвитку виробничих сил і виробничих відносин у суспільстві. Але і до останнього часу в науковій літературі поняття «потенціал» як атрибутивна категорія в системі управління досить часто

дискутується і по-різному інтерпретується. Проаналізувавши праці науковців, які досліджували сутність категорії «потенціал», було виявлено тенденцію до постійних змін у її трактуванні. Слід зазначити, що в сучасних наукових публікаціях висвітлюються різні аспекти поняття «потенціал» і переважно вказується на значні розбіжності у визначенні самого поняття «потенціал», його сутності, складових елементів та співвідношення з іншими категоріями.

Щодо категорії «конкурентний потенціал підприємства», то наразі в економічній літературі теж не існує однозначного трактування цього поняття. А складність цієї категорії стала причиною існування значної кількості найрізноманітніших поглядів щодо її тлумачення.

У сучасній літературі, як вітчизняній, так і зарубіжній, існує безліч підходів до визначення конкурентного потенціалу підприємства. Як глобальну мету економічної стратегії підприємства це поняття розглядав А. Градов [1], як перевагу над підприємствами-суперниками – Ф. Котлер [2], Е. Голубков [3], як характеристики або властивості товару, що створює певну перевагу для підприємства над своїми конкурентами – Ж. Ламбен [4], Б. Райзберг [5]. Разом із тим питання щодо чіткого визначення поняття «конкурентний потенціал» та його складових потребує більш глибокого і комплексного аналізу.

Мета роботи: аналізування підходів до трактування поняття «конкурентний потенціал» та визначення ролі його складових у формуванні конкурентоспроможності підприємства.

Викладення основного матеріалу дослідження. Перед тим, як розглядати трактування поняття «конкурентний потенціал», доцільно буде надати трактування таких понять, як конкуренція та конкурентоспроможність для більш повного розуміння категорії конкурентний потенціал, оскільки без конкуренції на ринку не виникло б поняття конкурентоспроможність, яка забезпечується за рахунок наявного конкурентного потенціалу підприємства.

Отже, найбільш вдалим трактуванням конкуренції варто вважати погляд Т. П. Решетникової, яка відзначає, що це тонкий і гнучкий механізм управління виробництвом, що проявляється у його миттєвій реакції на будь-які зміни ринку. У кращому становищі виявляються ті підприємства, які найбільш пристосовані до них, тобто мають більш високу конкурентоспроможність порівняно з конкурентами [5]. А найбільш вдале

трактування поняття конкурентоспроможність наведено у праці Мазура К.В., де зазначено, що конкурентоспроможність є комплексною порівняльною характеристикою, що відображає ступінь переваг сукупності оціночних показників діяльності підприємства, які визначають його успіх на певному ринку за певний проміжок часу відносно сукупності показників конкурентів [7]. Оскільки конкурентний потенціал має проявлятися в конкурентоспроможності, виникає необхідність дослідити його як категорію. Дані досліджень зведено у таблиці 1.

Таблиця 1. Підходи до трактування категорії конкурентний потенціал підприємства

Дослідники	Трактування конкурентного потенціалу
А.Г. Андреев [8]	Частина загального потенціалу, що забезпечує досягнення конкурентних переваг компанії в умовах внутрішньо-фірмових трансформацій і впливу зовнішніх ринкових сил.
В.А. Баринов, А.В. Синельников [9]	Потенціал, що передбачає дві складові: адаптивність і інноваційність. Адаптивність розуміється як властивість пристосування, як форма відносин організації із зовнішнім середовищем.
К.П. Янковский, І.Ф. Мухарь [10]	Конкурентні переваги низького порядку, пов'язані з можливістю використання дешевших матеріалів, енергії, робочої сили; а також високого порядку - унікальна продукція, прогресивна технологія та висококваліфіковані фахівці, позитивна репутація компанії.
А.Б. Ідрісов [11]	Наявність таких факторів: внутрішньої компетенції; зовнішньої компетенції, а також динамічної здібності. При цьому конкурентну позицію підприємства визначає його здатність швидко адаптуватися до змін на ринку і управляти наявними знаннями, а також високий інноваційний потенціал у всіх сферах діяльності.
Дэвіс Стівен [12]	Виявлення та реалізація внутрішніх резервів - стратегічного потенціалу, який складається з трьох складових: професіоналізм, знання, виробничий процес. Важливо визначити, чим і як стратегічно потенціал фірми відрізняється від стратегічного потенціалу конкурентів.
О.І. Остапенко, Н.В. Верещак [13]	Як реальна, так і потенційна здатність компанії розробляти, виготовляти, збувати та обслуговувати в конкретних сегментах ринку конкурентоспроможні вироби, тобто товари, що перевершують за якісно-ціновими параметрами аналоги і користуються більш пріоритетним попитом у споживачів.
В.С. Сімонова [14]	Це відкрита багатоелементна, ієрархічна та динамічна система можливостей, компетенцій і ресурсів внутрішнього середовища підприємства, спрямована на отримання конкурентних переваг в умовах мінливого зовнішнього середовища, яка в разі раціонального й ефективного використання ресурсів забезпечить підприємству високий конкурентний статус, що відповідає встановленим цілям та завданням.

З проведених досліджень видно, що трактування категорії «конкурентний потенціал» зазнало істотних змін від визначення його як сукупності ресурсів і можливостей і частини загального потенціалу до розуміння його як набору ключових факторів успіху і складових, що володіють інноваційністю та адаптивністю. На основі проведеного аналізування трактування поняття схиляємось до позиції Сімонової В.С., яка наведена у таблиці 1.

Слід зазначити, що важливим завданням забезпечення конкурентоспроможності є виявлення, систематизація та аналіз усіх елементів, які є складовими конкурентного потенціалу (рис. 1) [14].

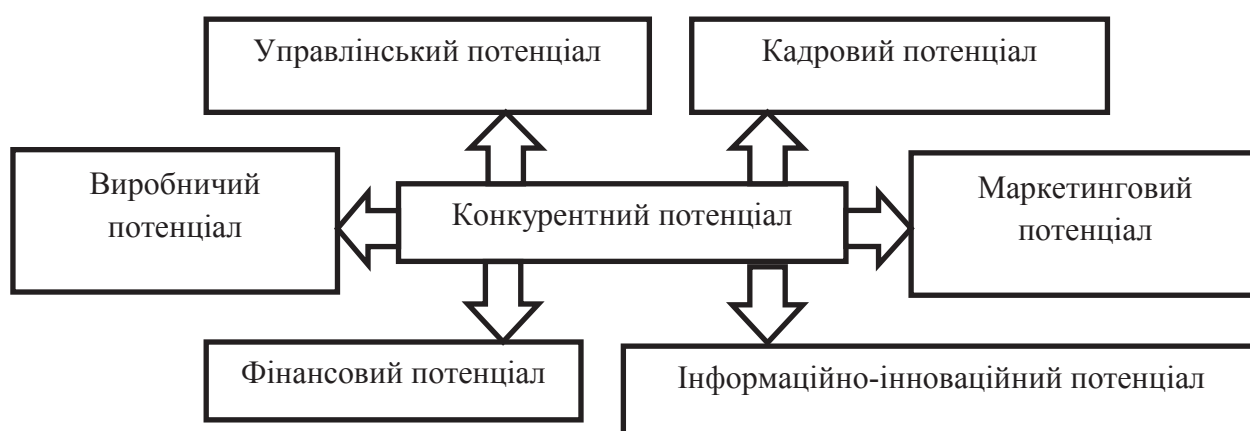


Рис. 1. Складові конкурентного потенціалу підприємства

Таким чином, конкурентний потенціал включає в себе сукупність наявних природних, матеріальних, трудових, фінансових і нематеріальних ресурсів та можливості об'єктів та/або суб'єктів господарювання, що дозволяють їм отримувати конкурентні переваги перед іншими учасниками ринку. Іншими словами конкурентний потенціал являє собою внутрішні і зовнішні конкурентні можливості фірми, які дозволяють підприємству вести ефективну конкурентну боротьбу на ринку за рахунок формування конкурентних переваг на основі використання матеріальних і нематеріальних ресурсів. Характеристика окремо кожної зі складових конкурентного потенціалу наведена у таблиці 2.

Доцільно відзначити позицію Саліхової Я.Ю., яка поняття «конкурентний потенціал» ототожнює з поняттям ресурсного потенціалу й на основі цього виділяє наступні його елементи, які подані в таблиці 3 й надає їх характеристику [15].

Таблиця 2. Характеристика складових конкурентного потенціалу

Складова	Характеристика
1	2
Виробничий потенціал	сукупність вартісних і натурально-речовинних характеристик виробничої бази, що виражається в потенційних можливостях провадити продукцію певного складу, технічного рівня і якості в необхідному обсязі
Управлінський потенціал	навички та здібності керівників усіх рівнів управління з формування, організації, створення належних умов для функціонування та розвитку соціально-економічної системи підприємства.
Кадровий потенціал	трудова можливість підприємства, здатність персоналу до генерування ідей, створення нової продукції, його освітній, кваліфікаційний рівень, психофізіологічні характеристики і мотиваційний потенціал.
Маркетинговий потенціал	здатність підприємства систематизовано й планомірно спрямувати всі свої функції (визначення потреб і попиту, організація виробництва, продаж і післяпродажне обслуговування) на задоволення потреб споживачів і використання потенційних ринків збуту.
Фінансовий потенціал	обсяг власних, позичених та залучених фінансових ресурсів підприємства, що ними воно може розпоряджатися для здійснення поточних і перспективних витрат.
Інформаційно-інноваційний потенціал	єдність організаційно-технічних та інформаційних можливостей, які забезпечують підприємство науковими кадрами і висококваліфікованими спеціалістами для сприйняття інновацій зовні і можливість реалізації нововведень у виробництві або організаційній структурі, ринковий потенціал, що влаштовує власника виробництва.

Таблиця 3. Елементи ресурсного потенціалу

Елемент	Характеристика
Матеріальний потенціал	сукупність предметів діяльності (засоби і предмети праці), а також технології виробництва товарів, надання послуг та виконання робіт, що застосовуються фірмою, у тому числі інноваційні технології
Комерційний капітал	сукупність створених і тих, що підлягають реалізації товарів, алгоритмів надання послуг, навичок виконання робіт
Інформаційний потенціал	сукупність професійної і ділової інформації, наявної в розпорядженні компанії, а також технології створення, відтворення, представлення та захисту інформації
Фінансовий потенціал	сукупність фінансових активів фірми, а також фінансових зобов'язань фірми щодо інших суб'єктів бізнесу
Людський потенціал	використовувані людські ресурси, що об'єднуються всередині підприємницької фірми, в тому числі інтелектуальний (освітній) потенціал даної фірми
Організаційний потенціал	організаційна структура компанії, рівень внутрішньо-фірмового менеджменту, а також внутрішні і зовнішні комунікації даної компанії
Підприємницький потенціал	ділові здібності засновників підприємницької фірми, її співробітників і менеджерів («потенціал підприємливості»)

Думки авторів Сімонової В.С. та Саліхової Я. Ю. стосовно того, до якої категорії елементів віднести відповідні ресурси відрізняються, так як і назви елементів, але загалом вони являють собою конкурентний потенціал підприємства.

Аренков І. А. в своїй роботі констатує, що запропонований його попередниками склад структурних елементів конкурентного потенціалу є неповним [16]. Автор говорить, що між елементами конкурентного потенціалу існує зв'язок, в рамках якого вони взаємодіють і впливають один на одного і на конкурентний потенціал. Він пропонує розглядати структуру конкурентного потенціалу в розрізі складових, які наведені на рис.2.

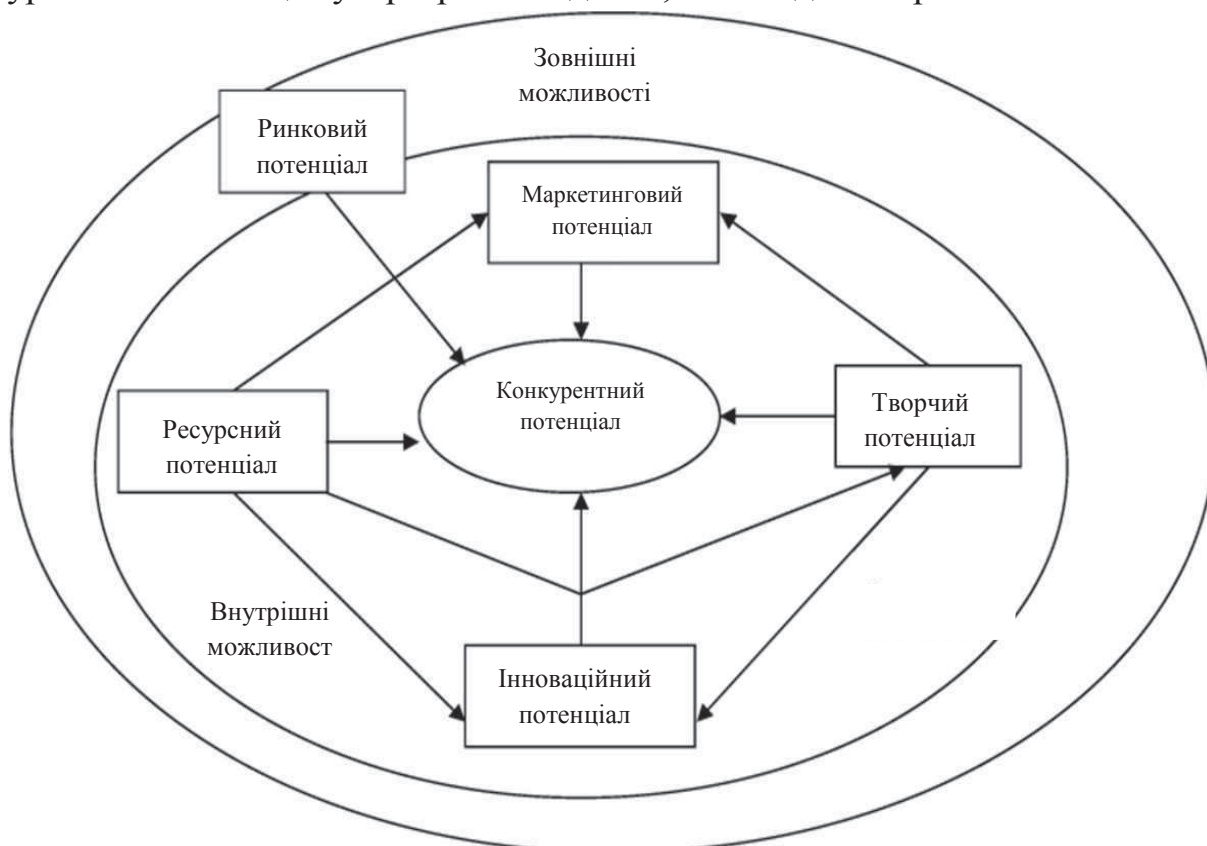


Рис. 2. Структура конкурентного потенціалу за позицією І.А.Аренкова

Відмінність між рисунком 1 та рисунком 2 в тому, що на другому є виокремлення складових конкурентного потенціалу в межах середовища підприємства як внутрішнього так і зовнішнього. Сімонова В.С. не відзначає які з елементів відносяться до зовнішнього середовища підприємства, а які до внутрішніх, Аренков І. А. виокремлює, що ринковий потенціал має пряме відношення до зовнішнього середовища підприємства, а інші елементи конкурентного потенціалу є внутрішніми.

Також важливо зазначити, що автор Сімонова В.С. в своїй роботі засвідчує, що підприємство формує власну елементну структуру конкурентного потенціалу, яка характеризується обсягом і якістю наявних у нього ресурсів, здібностями працівників, здатністю менеджменту оптимально використовувати ресурси підприємства, інноваційною здатністю, інформаційними здібностями, фінансовими можливостями [14].

Висновки. Враховуючи вище викладене можна стверджувати, що конкурентний потенціал - це відкрита багатоелементна, ієрархічна та динамічна система, яка включає в себе можливості, компетенцію, інноваційність та ресурси внутрішнього середовища підприємства, і спрямовується на отримання конкурентних переваг підприємством в умовах мінливого зовнішнього середовища, яке при раціональному й ефективному використанні ресурсів забезпечить підприємству досягнення поставлених цілей та завдань у довгостроковому та короткостроковому періоді.

Найбільш вдалою та адаптованою до сучасного стану економіки є елементна структура конкурентного потенціалу, яку пропонує автор І.А. Аренков, який до внутрішнього середовища відносить маркетинговий потенціал, інноваційний потенціал, творчий потенціал, ресурсний потенціал та до зовнішнього - ринковий потенціал.

Також на нашу думку, твердження Я.Ю. Саліхової про те, що кожне підприємство самостійно формує структуру конкурентного потенціалу в залежності від якісних та кількісних характеристик наявних у нього ресурсів в існуючих ринкових умовах є досить актуальним.

Слід також відмітити, що не всі структурні елементи мають однаковий вплив на рівень конкурентного потенціалу. Ця нерівномірність, з одного боку, зумовлена нерівнозначністю наслідків, які виникають у разі наявності або відсутності у підприємства тих чи інших можливостей, а з іншого боку, нерівномірність впливу елементів конкурентного потенціалу зумовлена відмінностями у забезпеченні кожного з них відповідними ресурсами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Градов А.П. Экономическая стратегия фирмы: учеб. пособие / Под ред. А.П. Градова. — СПб.: Спец. лит-ра, 1999. — 540 с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф.Котлер. — М.; СГТб.: Дом Вильямс, 1998. — 172 с.
3. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е. П. Голубков. — М.: Финпресс, 2000. — 245 с.

4. Ламбен Ж. Ж. Стратегический маркетинг. Европейская і перспектива / Ж. Ж. Ламбен. — СПб.: Наука, 1996. — 92 с.
5. Райзберг Б.А. Управление экономикой / Б.А. Райзберг. — М.: Интел-Синтез, 1999. - 217 с.
6. Решетникова Т. П. Методы оценки конкурентоспособности предприятия/ Т.П. Решетникова// Вісник Східноукраїнського національного університету. – 2001. – №9. – С. 166–173.
7. Мазур К. В. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємницьких структур / К. В. Мазур // Актуальні проблеми економічного розвитку України в умовах глобалізації: збірник наукових праць Міжнародної науково-практичної конференції 24 квітня 2009 року. – Вінниця: Центр підготовки навчально-методичних видань ВТЕІ КНТЕУ, 2009. – ч.1. – С.434-436.
8. Андреев А. Монополистические действия и ограничение конкуренции: вопросы квалификации / А. Андреев, С. Гордейчик // Российская юстиция. -1998. - № 7. – 16 с.
9. Баринов В.А. Развитие организации в конкурентной среде / В.А. Баринов, А.В. Синельников // Менеджмент в России и за рубежом. - 2000. - №6. - С23-28.
10. Янковский К.П. Организация инвестиционной и инновационной деятельности / К.П. Янковский, И.Ф. Мухарь. - СПб., 2001. – 300 с.
11. Идрисов А.Б. Стратегія, заснована на ключових компетенціях і динамічних здібностях компанії / А.Б. Идрисов // Контролінг в Росії. -2002. - № 1. – С 17-21
12. Дэвис С. Конкурентный потенциал – как его выявить?/ С. Дэвис // Competia Online Magazine. – 2003. – 57с.
13. Остапенко, О. И. Конкурентоспособность как критерий оценки экономического потенциала предприятия-участника ВЭД: материалы XXXIV науч.-техн. конф. по результатам работы профессорско-преподават. состава, аспирантов и студентов / О.И. Остапенко, Н.В. Верещак.- Ставрополь: Северо-Кавказ. гос. техн. ун-т. - 2004. - 116 с.
14. Сімонова В. С. Підходи до визначення поняття «конкурентний потенціал» та його роль у формуванні конкурентоспроможності підприємства / В. С. Сімонова // Формування ринкових відносин в Україні.2011. - № 6. – С.194-195.
15. Салихова Я.Ю. Конкурентный потенциал предприятия: сущность, структура, методика оценки : учебное пособие / Я.Ю. Салихова. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2011. – 52 с.
16. Аренков И. А. Конкурентный потенциал предприятия: модель и стратегии развития / И. А. Аренков. // Проблемы современной экономики, - 2011. - № 4. - С. 40-43.