

КОНКУРЕНТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРЕДПРИЯТИЯ: ПОНЯТИЕ, ФОРМИРОВАНИЕ И ОЦЕНКА*

В статье представлены результаты анализа различных подходов к трактовке понятия «конкурентный потенциал», на основе которых автором уточнено определение данного понятия. Рассмотрены составляющие конкурентного потенциала предприятия и направления его формирования. Предложена методика оценки конкурентного потенциала предприятия с использованием экспертного и затратного методов. Затронута проблема эффективности использования конкурентного потенциала с экономической точки зрения.

Ключевые слова: конкурентный потенциал, конкурентоспособность, ресурсный потенциал, конкурентные преимущества, методика оценки.

Е.А. Arbatskaya

COMPETITIVE POTENTIAL OF AN ENTERPRISE: CONCEPT, FORMATION AND EVALUATION

The article presents the results of an analysis of different approaches to the interpretation of the concept «competitive potential» and on their basis formulated a definition of the concept. The components and formation of competitive potential of the enterprise. The method of estimation of competitive potential enterprise on the basis of expert and costing methods. The problem of efficiency of use of competitive potential from the economic point of view is considered.

Keywords: competitive potential, competitive, resource potential, competitive advantages, assessment methodology.

В современных условиях конкурентоспособность выступает в качестве одной из важнейших характеристик организации. Основой для обеспечения конкурентоспособности любой организации, вступающей в рыночные отношения, является конкурентный потенциал. Необходимость исследования конкурентного потенциала и его оценки обусловлена тем, что «знание основных его составляющих и степени их развития у конкретной компании определит будущие направления развития деятельности предприятия» [1, с. 121].

Термин «потенциал» происходит от латинского «*potentia*» и переводится как сила или мощь. В научной литературе представлены несколько отличные подходы к трактовке понятия «конкурентный потенциал». В целом наиболее

* Статья выполнена в рамках проекта № 1841 «Активизация ресурсного потенциала Прибайкальского региона как фактора его устойчивого социально-экономического развития» (государственное задание № 2014/52 на выполнение работ в сфере научной деятельности, номер государственной регистрации в ФГАНУ ЦИТиС 01201458900).

распространенным можно считать подход, раскрывающий данное понятие через совокупность имеющихся у предприятия ресурсов и возможностей [2; 3; 7]. Тем не менее, можно выделить и другие подходы. Например, некоторые исследователи рассматривают конкурентный потенциал как составляющие, обладающие такими обязательными характеристиками как инновационность и адаптивность, или же как совокупность ключевых факторов успеха.

При этом, как известно, основой для формирования конкурентного потенциала является ресурсный потенциал предприятия. В основе ресурсного потенциала, если исходить из понятия «ресурс», находятся средства, запасы, а, в широком смысле, все то, что может быть использовано или преобразовано в процессе функционирования организации для достижения какой-либо цели и реализации различных задач.

Ещё одним обязательным признаком конкурентного потенциала, отличающего его от любого другого потенциала предприятия, является способность обеспечивать предприятию конкурентные преимущества на том или ином рынке. То есть внутренний (ресурсный) потенциал соотносится с внешним (рыночным) потенциалом и в том случае, если они соответствуют друг другу, у предприятия возникают определенные возможности. При реализации последних предприятие формирует конкурентные преимущества и, как следствие, повышает уровень своей конкурентоспособности. Таким образом, конкурентный потенциал предприятия определяет наличие у него возможностей по формированию конкурентных преимуществ.

Исходя из трактовки конкурентного преимущества, предложенной Р.А. Фатхутдиновым, конкурентное преимущество предприятия можно определить как любую эксклюзивную ценность, присущую предприятию и дающую ему превосходство над конкурентами [6, с. 165]. Конкурентные преимущества могут быть классифицированы по различным признакам. Например, по использованию конкурентных преимуществ, они могут быть реальными (реализованными) и потенциальными. По степени устойчивости конкурентные преимущества условно можно разделить на низко-, средне- и высокоустойчивые. При этом чем выше устойчивость конкурентного преимущества, тем важнее его роль в обеспечении стабильного функционирования предприятия. Согласно подходу Е.Е. Панфиловой, степень устойчивости конкурентного преимущества определяется тремя следующими характеристиками: трудновоспроизводимостью; длительностью использования; устойчивостью к нейтрализации со стороны конкурентов [4, с. 197].

Несмотря на различия подходов к трактовке понятия «конкурентный потенциал», выделяют общие положения, присущие большинству из них. Во-первых, это ресурсная составляющая, являющаяся основой для формирования конкурентного потенциала предприятия. Во-вторых, наличие инструментов по превращению конкурентного потенциала в фактор, повышающий уровень конкурентоспособности. В-третьих, относительный характер потенциалов конкурирующих субъектов рынка. В-четвертых, учет рыночной ситуации, и, как следствие, адаптивность конкурентного потенциала. В-пятых, влияние конкурентного потенциала на уровень конкурентоспособности предприятия [5, с. 34].

Таким образом, конкурентный потенциал – это та часть ресурсного потенциала (материальные, трудовые, финансовые и другие ресурсы) предприятия, который с учетом рыночных возможностей обеспечивает формирование конкурентных преимуществ и повышение конкурентоспособности предприятия. Другими словами, для формирования конкурентного потенциала необходимы определенные ресурсы, которые при соотношении с рыночными возможностями позволяют создавать конкурентные преимущества предприятия, обеспечивая его конкурентоспособность.

В условиях конкурентного рынка формирование конкурентного потенциала – это важное направление деятельности предприятия. Так как основой конкурентного потенциала является ресурсный потенциал предприятия, то формирование конкурентного потенциала предполагает приращение определенного вида ресурсного потенциала. Например, предприятие наращивает кадровый потенциал, то есть увеличивает потенциальную способность персонала «квалифицированно, эффективно и качественно выполнять свои функции, положительно и заинтересованно относиться к изменениям, происходящим в организации с целью ее дальнейшего развития, принимать и следовать миссии организации» [5, с. 46]. При этом отдельные характеристики кадрового потенциала, в свою очередь, могут выступать в качестве конкурентных преимуществ и, следовательно, увеличивать конкурентный потенциал предприятия.

Для определения эффективности деятельности по формированию и реализации конкурентного потенциала предприятия представляется целесообразным осуществление количественной оценки его величины.

Методику оценки величины конкурентного потенциала предприятия можно представить в виде следующих последовательных этапов.

1. *Проведение анализа рынка и выявление относительных конкурентных возможностей предприятия.* При этом можно использовать различные методики анализа среды предприятия (STEP-анализ, SWOT-анализ и др.).

2. *Определение конкурентных преимуществ предприятия и ресурсов на которых они основаны.* Так как конкурентные преимущества могут базироваться на кадровых, информационных, производственных, технологических, финансовых, маркетинговых, инновационных и других ресурсах [см. подробнее: 5, с. 46–46], то представляется возможным с использованием экспертного метода определить какие ресурсы предприятия и в какой степени формируют то или иное конкурентное преимущество.

3. *Стоимостная оценка каждого конкурентного преимущества с выделением статей затрат.* В качестве статей затрат предприятия, учитываемых при стоимостной оценке его конкурентных преимуществ, например, могут выступать расходы на обучение персонала, формирование корпоративной культуры, приобретение основных средств, оборудования и т.п.

4. *Расчет величины совокупного конкурентного потенциала в стоимостном выражении.* Совокупный конкурентный потенциал может быть рассчитан как сумма стоимостных оценок конкурентных преимуществ предприятия. При этом одни и те же затраты, могут учитываться при стоимостной оценке различных конкурентных преимуществ. Так, например, при учете затрат на обучение

персонала может быть сформировано не одно, а сразу несколько конкурентных преимуществ: повышение производительности (скорости обслуживания) и лояльность персонала. В связи с тем, что организация является специфической социально-экономической системой, то в данном случае можно говорить о проявлении синергетических эффектов. Последние позволяют предприятию получить больший результат, чем сумма затрат, связанных с формированием конкурентных преимуществ и конкурентного потенциала предприятия.

5. Расчет уровня конкурентного потенциала предприятия. Абсолютная величина конкурентного потенциала сама по себе не позволяет сделать вывод о конкурентоспособности организации. Более информативным показателем является уровень конкурентного потенциала, вычисляемый как отношение величины совокупного конкурентного потенциала в стоимостном выражении к организационному потенциалу (например, балансовой стоимости имущества организации). Данный показатель позволяет оценить какую долю в ресурсном потенциале организации занимает конкурентный. Другими словами, какая часть имеющегося ресурсного потенциала является эффективной с точки зрения способности противостоять действующим на предприятие конкурентным силами и, следовательно, позволяет обеспечивать его конкурентоспособность.

С экономической точки зрения наиболее важным является не величина конкурентного потенциала (абсолютная или относительная), а эффективность его реализации. Потенциал – это лишь возможность, которой организация может воспользоваться с той или иной степенью эффективности, а может и вовсе не воспользоваться. В последнем случае, эффективность конкурентного потенциала не зависимо от его величины будет равна нулю. Эффективность реализации конкурентного потенциала можно определить как отношение прибыли за определенный период к стоимостной оценке конкурентного потенциала предприятия. Показатель эффективности реализации конкурентного потенциала может быть рассчитан и как соотношение приращения величины прибыли к приращению величины конкурентного потенциала за определенный период.

В целом, эффективность реализации конкурентного потенциала зависит от множества взаимосвязанных факторов. Начиная от эффективности управления организацией в целом и заканчивая изготавливаемой продукцией или оказываемой услугой. От того насколько эффективно будет реализовывать свой конкурентный потенциал каждый, даже самый, на первый взгляд, незначительный, элемент в системе организации будет зависеть конечный показатель эффективности реализации конкурентного потенциала организации в целом.

Таким образом, важна не величина конкурентного потенциала как такового, а то, насколько эффективно его использует предприятие. При этом, представляется логичным, что уровень конкурентного потенциала должен быть оптимальным. Так, при недостаточной величине конкурентного потенциала, организации сложно будет конкурировать на рынке и, как следствие, это не позволит максимально эффективно реализовать имеющийся конкурентный потенциал. С другой стороны, можно предположить, что не исключена ситуация, когда дальнейшее увеличение конкурентного потенциала станет экономически нецелесообразным, а с определенной величины даже убыточным для организации.

В таком случае у организации может возникнуть проблема, связанная с определением оптимальной величины конкурентного потенциала. Решение данной проблеме представляется возможным с учетом двух аспектов. Во-первых, аспект, связанный с ограниченностью ресурсов организации и уровнем конкуренции на рынке, что определяет нижнюю границу величины конкурентного потенциала. Во-вторых, аспект, связанный с экономической целесообразностью наращивания величины конкурентного потенциала, что определяет верхнюю границу величины конкурентного потенциала.

Список использованной литературы

1. Аренков И.А. Конкурентный потенциал предприятия: модель и стратегии развития / И.А. Аренков, Я.Ю. Салихова, М.А. Гаврилова // Экономика, управление и учет на предприятии. – 2011. – № 4. – С. 120–125.
2. Войцеховская И.А. Потенциал предприятия как основа его конкурентоспособности / И.А. Войцеховская // Проблемы современной экономики. – 2006. – № 1 (17). – Режим доступа : <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=953>.
3. Лисенков М.В. Конкурентный потенциал и конкурентная стратегия в совокупности отношений конкурентоспособности / М.В. Лисенков // Вестник ТГУ. – Вып. 2 (58). – 2008. – С. 63–65.
4. Панфилова Е.Е. Конкурентоспособность промышленной организации в условиях интеграции в мировое экономическое сообщество / Е.Е. Панфилова // Менеджмент сегодня. – 2008. – № 4 (46). – С. 197–211.
5. Старостина Т.Г. Конкурентный потенциал организации: монография / Т.Г. Старостина. – Ульяновск : УлГТУ, 2014. – 115 с.
6. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: учеб. / Р.А. Фатхутдинов. 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Маркет ДС, 2008. – 432 с.
7. Фомченкова Л.В. Конкурентный потенциал - основа повышения конкурентоспособности промышленного предприятия / Л.В. Фомченкова, М.И. Дли // Российское предпринимательство. – 2005. – № 1 (61). – С. 66–71.

Информация об авторе

Арбатская Елена Анатольевна – ассистент, кафедра менеджмента, маркетинга и сервиса, Байкальский государственный университет, 664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, e-mail: elena.nirs@mail.ru.

Author

Arbatskaya Elena Anatolyevna – assistant, Chair of Management, Marketing and Service, Baikal National University, 11, Lenin str., Irkutsk, e-mail: elena.nirs@mail.ru.