

Результати опроса показали, що підприємства мають потребу в спеціалістах, які готує СПбГЭТУ, і готові приймати випускників вузу на вакантні позиції по всіх профільних для вузу напрямках.

Крім того, був досліджений рівень задоволеності роботодавців випускниками університету. Результати свідчать про те, що високотехнологічні підприємства міста мають потребу в спеціалістах, яких готує СПбГЭТУ, і готові приймати випускників вузу на вакантні позиції по всіх профільних для вузу напрямках.

ВИВОДИ

Таким чином, аналіз взаємодії великих підприємств металургічної галузі України з навчальними закладами, а також аналіз співпраці «вуз-промислові підприємства» на прикладі російських підприємств показали, що масштаби взаємодії в області соціального партнерства в різних країнах помітно відрізняються. Успішний досвід СПбГЭТУ, а також ПГТУ свідчать про те, що відносини між вузами і виробничими підприємствами повинні бути побудовані на взаємній зацікавленості і корисності. Одним з головних показників ефективності такого партнерства є підвищення реального попиту на спеціалістів на підприємствах, і ступінь задоволення цього попиту, тобто забезпечення необхідними трудовими кадрами підприємств. Регулювання попиту і пропозиції призведе до взаємної зацікавленості сторін, буде сприяти підвищенню конкурентоспроможності навчальних закладів, а також підвищенню рівня кваліфікації випускників, а підприємства отримуватимуть додаткову конкурентоспроможність продукції і можливості надаваних послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Звіт про роботу відділу кадрів ОАО «Азовсталь» за 2012 р. – Мариуполь, 2010 – 75 с.
2. Гузаиров М. Б. Стратегическое партнерство ВУЗов и предприятий - залог успешного инновационного развития региона /М.Б. Гузаиров.// Экономика и управление: научно-практический журнал. – 2005. – № 6. – С. 25 – 26.
3. Цепков А.С. Кризис и федеральная система профессионального образования /А.С. Цепков. // Администратор образования. – 2009. – №5. – С. 4 – 6.
4. Коршунов С.В. Механизмы и условия привлечения работодателей из наукоемких отраслей к формированию содержания подготовки инженеров /С.В. Коршунов. // Содержание, формы и методы обучения в высшей школе – М., 2007. – 84 с.
5. Ибрагимов А.У. Состояние и перспективы взаимодействия предприятий и образовательных учреждений в сфере подготовки специалистов по управлению качеством /А.У. Ибрагимов. // Университетское управление: практика и анализ. – 2007. – № 3 (49) – С. 77 – 83.

УДК 330.35

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ

Чумак Л.Ф.

Розглянуто поняття, сутність конкурентоспроможного потенціалу підприємства. Проаналізовано структуру конкурентоспроможного потенціалу та фактори, що впливають на його формування.

Ключові слова: потенціал підприємства, конкурентоспроможний потенціал підприємства, структура потенціалу, формування потенціалу.

Конкурентоспроможність підприємства є основною вимогою утримання існуючих позицій на ринку та забезпечення майбутнього розвитку і спирається на свої можливості наявні і потенційні, тобто потен-

ціал. В умовах ринкової економіки такі категорії як «потенціал підприємства» та «конкурентоспроможний потенціал підприємства» придбають особливу актуальність як фактор стійкості та розвитку підприємства. Саме тому керівництво підприємств прагне до створення конкурентоспроможного потенціалу. Формування конкурентоспроможного потенціалу та управління ним є головною метою управлінської діяльності на підприємстві в умовах інноваційно-інвестиційного розвитку.

Теоретичні та практичні аспекти визначення та формування конкурентоспроможності потенціалу підприємства відображені у роботах таких учених, як А.Е.Воронкова [2], Є. В. Лапін [7], О.О. Коваль [6], Е.І. Полякова [8], О.С.Федонін, О.І.Олексюк [10] та ін.

Метою статті є визначення структурних елементів конкурентоспроможного потенціалу підприємства, їх поняття та факторів, що впливають на формування конкурентоспроможного потенціалу.

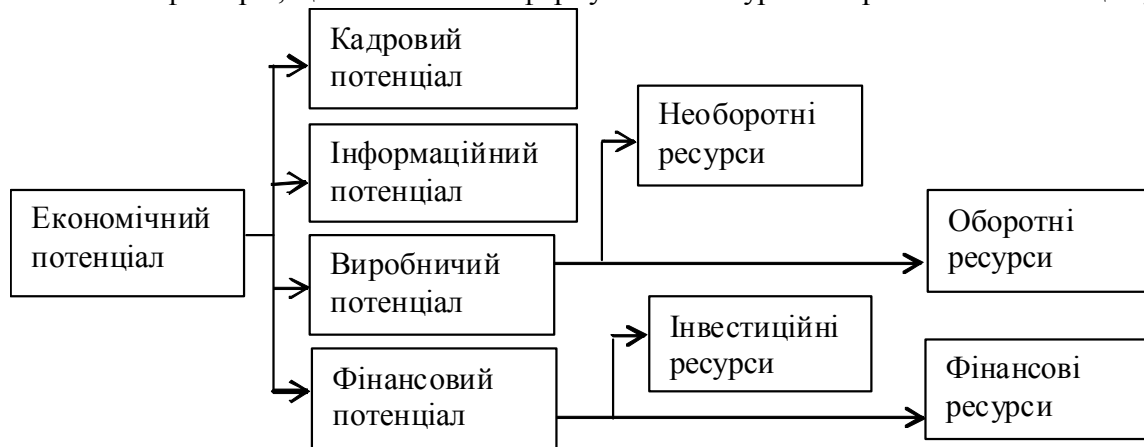


Рис. 1. Структура економічного потенціалу на засадах інформаційного підходу (за Л.В. Скоробогатою)

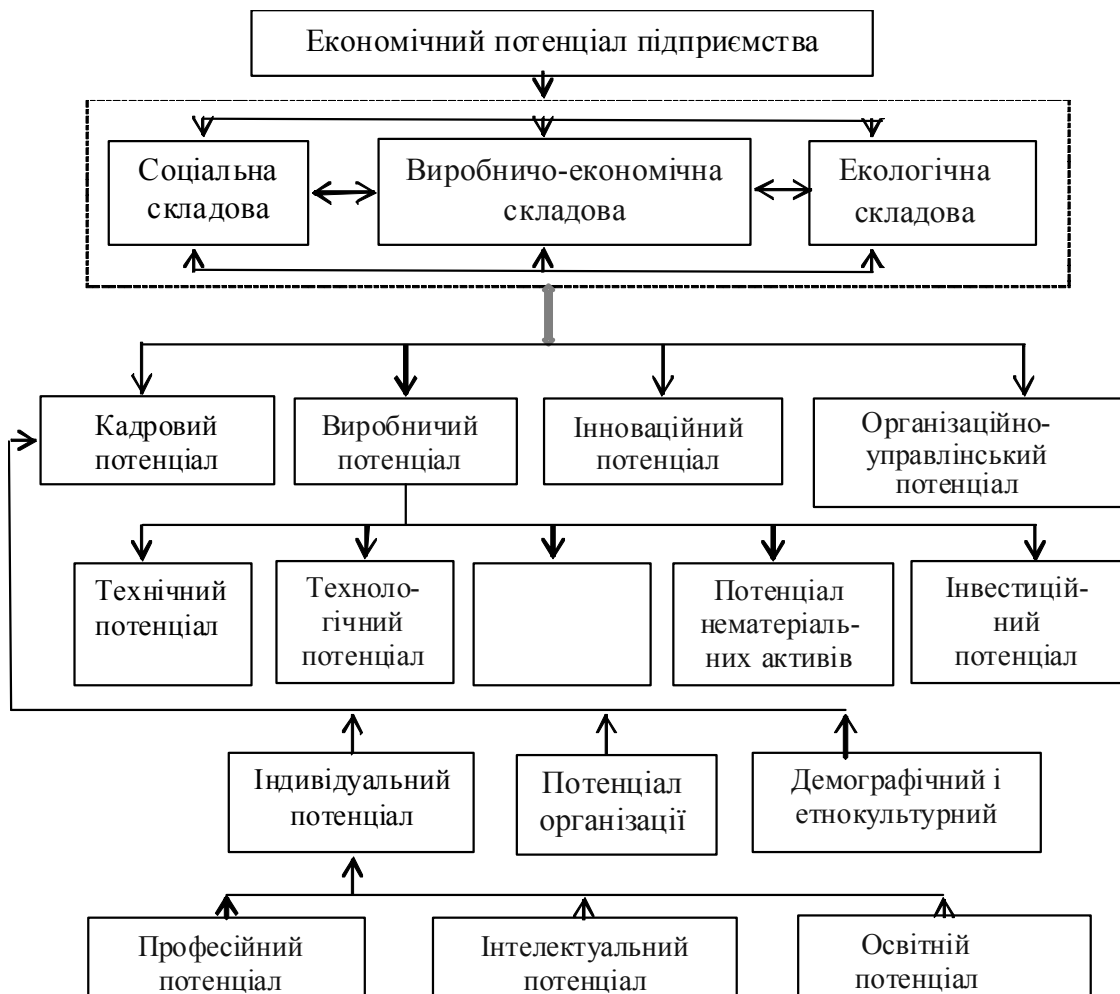


Рис. 2. Структура економічного потенціалу підприємства (за Є.В. Лапіним)

Як що розуміти «потенціал підприємства» як «сукупність можливостей» підприємства, то володіти такими можливостями означає мати конкурентоздатний потенціал та здатність до його реалізації. Формування конкурентоздатного потенціалу підприємства – це процес визначення та створення спектру підприємницьких можливостей, його структуризації і побудови визначених організаційних форм для забезпечення стабільного розвитку та ефективного відтворення.

Структура потенціалу підприємства являє собою відносно стійкий спосіб організації елементів потенціалу що розкривають його побудову, елементний склад, принцип формування та розвитку. У відповідності з цим, структурі потенціалу повинні бути притаманні такі риси як стійкість, конкурентоздатність, гнучкість, стабільність, збалансованість та ін.

У вітчизняної та зарубіжної наукової літературі наводиться багато класифікацій за різними критеріями складових потенціалу (рис. 1, 2, 3, 4).



Рис. 3. Структура економічного потенціалу підприємства (Л.В. Коваль)

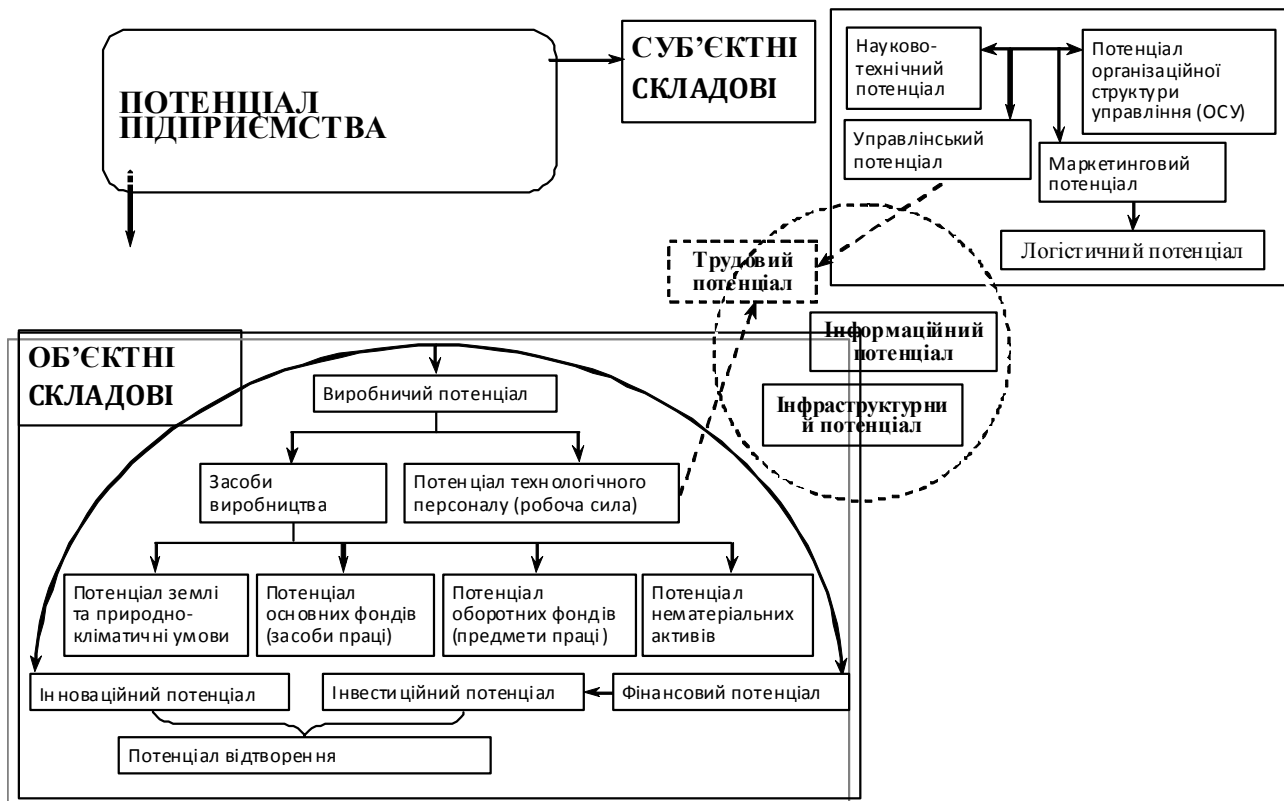
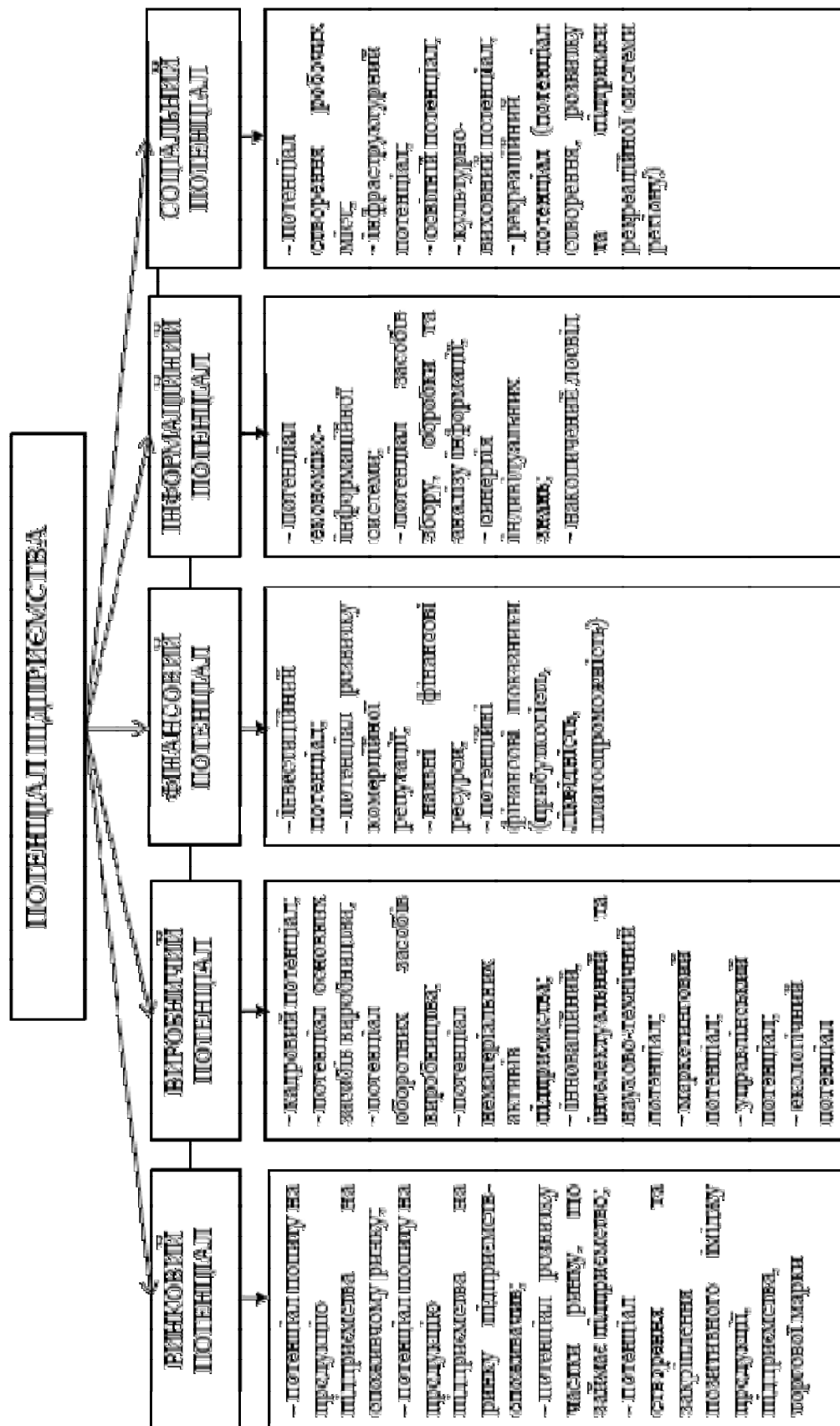


Рис. 4. Структура потенціалу підприємства (Федонін, Репіна)

Враховуючи те, що життєздатність та конкурентоспроможність підприємства може забезпечити наявність такого потенціалу підприємства, який має стійки конкурентні переваги. До структури конкурентоздатного потенціалу, на погляд авторів, доцільно віднести ринковий потенціал, виробничий потенціал, фінансовий потенціал, інформаційний потенціал та соціальний потенціал (рис. 5).

Щодо ринкового потенціалу, то Т. Йеннер визначає його як «сукупність засобів і можливостей підприємства в реалізації ринкової діяльності» [5], Голубков Є.П. [3] як «межу, до якої лине ринковий попит при приближенні витрат на маркетинг в галузі до такої величини, при якій їх подальше збільшення вже не приводить до зросту попиту при певних умовах зовнішньої середовища. З деякими припущеннями можна розглядувати попит, який відповідає його максимальному значенню на кривій життєвого циклу будь – якого продукту для стабільного ринку.



У цьому випадку припускається, що конкуруючі організації для підтримки попиту застосовують максимально можливі маркетингові зусилля»[5], Аткина Н.А. як «можливість управління його ресурсами на окремих етапах його розвитку в цілях ефективної взаємодії з ринком»[1], Репіна І.М. стверджує, що ринковий потенціал - це сукупність внутрішніх можливостей та зовнішніх шансів задовольняти потреби споживачів та отримувати на цій основі максимальні економічні вигоди. Цим поняттям позначають здатність (можливість) підприємства ефективно виявляти, формувати та найповніше задовольняти потреби споживачів».[10]

Конкурентоздатний ринковий потенціал підприємства – це такі явні та приховані можливості організації, управління та реалізації ринкової діяльності підприємства, які на засадах інноваційно-інвестиційного розвитку дають можливість протягом тривалого часу утримувати свої позиції на ринку та мати стійкі конкурентні переваги.

Визначення виробничого потенціалу також не є однозначним, наприклад під виробничим потенціалом розуміють сукупність вартісних і натурально-речовинних характеристик виробничої бази, що виражається в потенційних можливостях провадити продукцію певного складу, технічного рівня і якості в необхідному обсязі, або стверджують, що виробничий потенціал підприємства — це властивість носія забезпечити виготовлення продукції певної номенклатури, що відповідає вимогам ринку за вихідними характеристиками, якістю, асортиментом, по максимуму, з орієнтацією не на попит, а на загальну місткість ринку цієї або альтернативної (що її виробництво забезпечено функціональним потенціалом відповідної системи) продукції [7].

Конкурентоздатний виробничий потенціал підприємства характеризується наявними та прихованими сукупними можливостями трудових, матеріальних та нематеріальних факторів виробництва щодо розробки та виробництва оптимального обсягу конкурентоздатного продукту на засадах інноваційно-інвестиційного розвитку.

Під фінансовим потенціалом більшість авторів розуміють обсяг власних, позичених та залучених фінансових ресурсів підприємства, якими воно може розпоряджатися для здійснення поточних і перспективних витрат.

Конкурентоздатний фінансовий потенціал підприємства – це наявність достатнього обсягу власних та можливість залучення фінансових ресурсів підприємства задля підтримки стійкого інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства та утримання конкурентних позицій на ринку.

Інформаційний потенціал визначається [10] як єдність організаційно-технічних інформаційних можливостей, які забезпечують підготовку й прийняття управлінських рішень та впливають на характер (специфіку) виробництва через збирання, зберігання (нагромадження), обробку та поширення інформаційних ресурсів.

Конкурентоздатний інформаційний потенціал підприємства – це можливість та здатність організаційно-технічних та інформаційних систем підприємства забезпечувати необхідні інформаційні умови для прийняття оптимальних своєчасних рішень, сприяючи при цьому більш гнучкої адаптації до змін у зовнішньому середовищі та отриманні і підтримки конкурентних позицій за умовами інноваційно-інвестиційного розвитку.

Соціальний потенціал підприємства більшість авторів (О.О.Коваль, Е.І.Полякова) пов'язує з трудовим потенціалом підприємства та визначає його як рівень цивільної свідомості і соціальної зрілості, ступінь засвоєння працівником норм ставлення до праці, ціннісні орієнтації, інтереси, потреби і запити в сфері праці, виходячи з ієрархії потреб людини.

В сучасних умовах жорсткої конкурентної боротьби утримати свої конкурентні позиції може те підприємство, яке у своїй діяльності використовує соціальний маркетинг та маркетингову філософію бізнесу. Конкурентоздатність та успішність підприємства залежить не тільки від задоволення потреб споживача, а й від спрямованості його діяльності на задоволення потреб суспільства взагалі. Тому, під конкурентоздатним соціальним потенціалом підприємства розуміємо можливості потенціалу підприємства задовольняти соціальні потреби регіону, держави, що дозволить йому отримати конкурентні переваги, підтримати свій імідж та утримувати конкурентоздатність.

Формування та розвиток конкурентоздатного потенціалу підприємства залежить від середовища (зовнішнього та внутрішнього) господарювання суб'єкту. Враховуючи сучасні темпи змін кожного зовнішнього

та внутрішнього фактору, створення конкурентоздатного потенціалу спрямовується на перспективу та забезпечення його гнучкості. Для досягнення цього результату потрібен деталізований аналіз факторів впливу.

Кожна з складових конкурентоздатного потенціалу не однаково реагує на зміни зовнішніх та внутрішніх факторів, крім того, має свій набір факторів впливу (рис. 6).

Під зовнішнім середовищем прийнято розуміти сукупність суб'єктів господарювання, економічних, суспільних і природних умов, національних і міждержавних інституціональних структур та інших зовнішніх умов і чинників, що діють у глобальному оточенні, що впливають або можуть вплинути на функціонування підприємства.

Внутрішня середа – це повністю контрольовані фактори діяльності підприємства. Аналіз внутрішніх факторів впливу тісно пов'язан з аналізом господарської, фінансової, інвестиційної, інноваційної, антикризової, маркетингової діяльності підприємства.

Крім наведених на рисунку внутрішніх факторів впливу на виробничий потенціал підприємства, існує ще один фактор впливу на конкурентоздатність виробничого потенціалу який має особливе значення – це оптимальна структура факторів виробництва. Як правило, це пов'язано з вдосконаленням співвідношення постійних та змінних факторів (витрат) та оптимізацією змінних факторів.

В рамках структурного підходу, орієнтованого на визначення раціональної структури виробничого потенціалу підприємства, визначається його величина виходячи із прогресивних норм і нормативних співвідношень, заданих найбільш сучасними технологіями, організацією виробництва в цілому й окремими підсистемами підприємства, які використовуються в галузі.

Аналіз й оцінка структурних характеристик виробничого потенціалу підприємства пов'язані з певними труднощами, оскільки всі його елементи функціонують одночасно, у сукупності й взаємодії. Це приводить до того, що важко встановити значення кожного типу ресурсів окремо для діяльності всього потенціалу. До структуроутворюючих елементів потенціалу можна віднести технологію й організацію.

Проблеми структурного характеру виробничий потенціал підприємства укладаються в тім, що відповідність одних елементів іншим стримує розвиток й удосконалювання потенціалу в цілому. Так, застаріле обладнання українських підприємств заморожує інші технології, які є енерго-, матеріало- і трудомісткими, а це у свою чергу не дозволяє виготовляти конкурентоздатну продукцію. Оптимізація структури потенціалу може здійснюватися з урахуванням різних рівнів деталізації підсистем й їхніх елементів, але варто мати на увазі, що досягнута структура завжди є компромісом між ідеальним поданням про потреби й можливість залучення ресурсів, формування різних ланцюжків, де їх використовують тим або іншим способом. Зі структурним підходом зв'язана ще одна характеристика потенціалу – його потужність, що є кількісною оцінкою його виробничих можливостей. Потужність повинна визначатися щодо окремих підсистем і потенціалу в цілому, і вказувати місце конкретного підрозділу, елемента у всьому потенціалі.

Створення ефективної структури виробничого потенціалу підприємства обумовлює економію всіх видів ресурсів (сировини, матеріалів, енергії, фінансів, живої й упредметненої праці), оскільки завдяки досягненню оптимальної рівноваги між ними (як елементами потенціалу), можна з меншою їхньою кількістю задовольнити більшу кількість потреб, зробивши більшу кількість продукції. Це можливо за умови підвищення якісного складу всього виробничого потенціалу підприємства й окремих його складових.

При здійсненні аналізу факторів зовнішнього середовища слід враховувати загальні характеристики середовища, до яких відносять: взаємозв'язок факторів – це рівень сили, з яким зміна одного фактора впливає на інші фактори; складність – кількість і різноманітність факторів, що значно впливають на конкурентоздатність потенціалу підприємства; рухливість – відносна швидкість зміни середовища; невизначеність – відносна кількість інформації про середовище і впевненість у її точності.

Аналіз зовнішнього середовища становить собою процес, за допомогою якого підприємство отримує можливість контролювати зовнішні щодо нього фактори з метою визначення можливостей і загроз. Оцінка впливу зовнішнього середовища на потенціал підприємства проводиться за такими параметрами: оцінка змін, що впливають на різні аспекти поточного потенціалу; визначення факторів, які є загрозою для потенціалу підприємства; визначення факторів, що надають більше можливостей для досягнення загальних для підприємства цілей унаслідок коректування плану.



Аналіз факторів впливу зовнішнього середовища на потенціал підприємства дає час для прогнозування можливостей, розробки плану дій на випадок непередбачених обставин, розробки заходів, які дозволять перетворити загрози на будь-які вигідні можливості. Для аналізу факторів макросередовища частіше використовують PEST-аналіз (політичні, економічні, соціальні, технологічні фактори), SWOT-аналіз (загрози, можливості, сильні сторони, слабкі сторони).

Оцінка впливу факторів зовнішнього середовища на потенціал підприємства звичайно проводиться у загальновизнаному порядку. Після встановлення місії й цілей підприємства виконується діагностичний етап: оцінка змін, що впливають на різні аспекти потенціалу підприємства; визначення факторів, що представляють погрозу для конкурентоспроможності потенціалу фірми; аналіз діяльності конкурентів; визначення факторів, що представляють більше можливостей для досягнення стратегічних цілей шляхом коректування планів.

Аналіз зовнішнього середовища допомагає визначити погрози й можливості, з якими зіштовхується підприємство, і встановити несприятливі фактори, які у змозі знизити рівень використання загального потенціалу підприємства.

ВИСНОВКИ

Життєздатність підприємства може забезпечити тільки створення конкурентоспроможного потенціалу підприємства на засадах інноваційно-інвестиційного розвитку. До складу конкурентоздатного потенціалу підприємства слід віднести ринковий потенціал, виробничий потенціал, фінансовий потенціал, інформаційний потенціал, соціальний потенціал, причому розвиток соціального потенціалу спрямовано не в напрямку трудового потенціалу, а в бік створення зовнішніх соціальних ефектів.

Фактори впливу на структурні елементи конкурентоздатного потенціалу підприємства традиційно поділяються на внутрішні та зовнішні. Особливу увагу при аналізі внутрішніх факторів впливу на конкурентоспроможний виробничий потенціал підприємства слід приділяти аналізу оптимальності структури факторів виробництва.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аткина Н.А. Стратегическое планирование использования рыночного потенциала / Н.А. Аткина. // Менеджмент в России и за рубежом. – 2003. – №2. – С. 25-28.
2. Воронкова А.Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация / А.Э. Воронкова. – Луганск: И-во Восточноукраинского национального университета, 2000. – 310 с.
3. Голубков Е.П. Исследование и анализ рыночных ситуаций / Е.П. Голубков // Маркетинг в России и за рубежом. – 2000 – № 6. – С. 43-46.
4. Економічний потенціал підприємства: обліково-статистичний та інформаційно-технологічний контексти : моногр. / М. П. Войнаренко, О. Г. Осауленко, Л. В. Скоробагата, В. О. Шевчук ; за наук. ред. чл.-кор. НАН України О. Г. Осауленка. – К. : Держкомстат України, 2010. – 282 с.
5. Йеннер Т. Создание и реализация потенциала успеха как ключевая задача стратегического менеджмента. / Т. Йеннер // Проблемы теории и практики управления. – 1991 – №2 – С.45-51.
6. Коваль О.О. Модель використання соціального потенціалу машинобудівного підприємства. / О.О. Коваль // Вісник Дніпропетровського університету. Сер. «Економіка». – 2012 – № 6(2) – С. 174-179.
7. Лапин Е. В. Оценка экономического потенциала предприятия: моногр. / Е. В. Лапин — Сумы: ИТД «Университетская книга», 2004. — 360 с.
8. Полякова Е.І. Управління посиленням економічної безпеки підприємства за функціональною складовою – соціальний потенціал / Е.І. Полякова // Наукові праці ДонГУ. Сер. Економічна. – 2008. – Вип.33. – С. 23–27.
9. Попов Е.В. Рыночный потенциал предприятия. – М.: Экономика, 2002. – 559с.
10. О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч. посібник. / О.С. Федонін О.І. Олексюк — К.: КНЕУ, 2003. — 316 с.