

Кондратьева М.А.

аспирантка

Санкт-Петербургского университета экономики и финансов

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ В ПЕРСПЕКТИВЕ

конкурентный потенциал и стратегии его развития

Конкурентные отношения способны стать зрелыми лишь после окончательного формирования и доминирования рынка потребителей. В этих условиях для эффективного ведения соперничества необходимо обладать определенными преимуществами.

Сегодня начинают развиваться такие элементы в системе конкурентных отношений, как конкурентный потенциал, конкурентная стратегия и конкурентоспособность. Успешное функционирование и развитие субъекта хозяйствования в рыночной экономике требует соответствующего подхода к формированию его конкурентной стратегии, выявлению преимуществ. Это предполагает необходимость определения роли и значения конкурентного потенциала в деятельности фирмы.

В отечественной научной литературе серьезное внимание уделялось исследованию и оценке потенциала хозяйственных систем. Однако эти исследования в основном касались производственного потенциала. Это объясняется ключевой ролью производственных процессов в период доминирования административной системы

управления народным хозяйством в России.

Конкурентный потенциал

С переходом к рыночной экономике более актуальным становятся вопросы оценки рыночного, предпринимательского и конкурентного потенциалов, а также определения их структуры и взаимосвязей.

В то же время, необходимость исследования конкурентного потенциала компании становится все более актуальной научной задачей. Это обусловлено тем, что знание основных его составляющих и степени их развития у конкретной компании определит будущие направления развития деятельности фирмы.

Под потенциалом в традиционном смысле понимается степень мощности или совокупность средств, возможностей, необходимых для реализации чего-нибудь, а также ресурсы для ведения и раз-

В основе изучения
потенциала любого
объекта или явления
лежит анализ имеющихся
ресурсов, которые
и определяют будущие
возможности

виятия какой-либо деятельности. Следовательно, потенциал складывается из возможностей, которые, в свою очередь, определяются ресурсами. Значит, в основе изучения потенциала любого объекта или явления лежит анализ имеющихся ресурсов, которые и определяют будущие возможности. Отсутствие возможностей для будущего развития означает исчерпание или полную реализацию потенциала.

Таким образом, ключевыми характеристиками потенциала можно определить:

- ресурсы, лежащие в его основе;
- возможности и способности по использованию данных ресурсов;
- возможности воспроизводства ресурсов и создания резервов.

**Материальные
и нематериальные
преимущества**

Изучение потенциала любого явления, процесса или деятельности имеет решающее значение для теории и практики. Ключевая задача исследования потенциала – целевая максимизация результатов функционирования объекта за счет

рационализации использования его ресурсов. Идентификация возможностей и способностей объекта способствует правильному выбору оптимальных направлений и стратегий его развития.

Незнание потенциала, его недооценка или переоценка, приводят к принятию ошибочных решений и неэффективному использованию, а зачастую иррациональной расстрате ресурсов. В конечном итоге это приводит к серьезным потерям и нанесению ущерба объекту.

Профессиональная диагностика и выявление основных направлений использования потенциала определяют будущее состояние исследуемого объекта и возможности совершенствования его функционирования, а значит будущие результаты деятельности. Таким образом, изучая, например, конкурентный или предпринимательский потенциал, фактически осуществляется попытка определить основные перспективные направления развития и совершенствования хозяйственной деятельности субъекта с учетом имеющихся у него возможностей и ресурсов.

Конкурентный потенциал – это совокупность располагаемых природных, материальных, трудовых, финансовых и нематериальных ресурсов и возможностей объектов и/или субъектов хозяйствования, позволяющие получать преимущества перед другими участниками рынка. Следовательно, конкурентный потенциал определяют материальные и нематериальные ресурсы, которые формируют соответствующие преимущества.



Рис. 1. Структура конкурентного потенциала

Конкурентные преимущества, связанные с материальными ресурсами, включают в себя сырье и материалы; трудовые, технологические, финансовые и информационные ресурсы.

В состав конкурентных преимуществ, основанных на нематериальных ресурсах, входят нематериальные активы; компетенции персонала; отношения с другими субъектами рынка; организационные ресурсы.

Следовательно, структуру конкурентного потенциала можно представить следующим образом (рис. 1):

Таким образом, уровень конкурентного потенциала будет зависеть от степени развития соответствующих потенциалов и их взаимосвязи в процессе формирования конкурентных преимуществ и разработке конкурентной стратегии предприятия.

Внешние и внутренние возможности

Конкурентный потенциал определяется внутренними возможностями компании по усилению своей

конкурентной позиции и внешними факторами. Последние могут как способствовать, так и препятствовать фирме реализации ее стратегии.

Используя такие критерии, как внешние и внутренние возможности предприятия, определим позицию компании по развитию конкурентного потенциала (рис. 2).

Таким образом, обладая широкими внутренними возможностями, которые непосредственно влияют на конкурентный потенциал, компания в условиях благоприятной внешней среды будет занимать сильную рыночную позицию. В слу-

конкурентный потенциал
 складывается
 из возможностей,
 которые, в свою
 очередь, определяются
 ресурсами

		Внешние возможности	
		<i>Сильная позиция</i>	<i>Развитие за счет благоприятных внешних условий</i>
широкие узкие	<i>Использование внутренних ресурсов</i>	<i>Слабая позиция</i>	
	широкие	узкие	Внутренние возможности

Рис. 2. Стратегии развития конкурентного потенциала

чае если внешние возможности ограничены, фирме следует укреплять свою конкурентную позицию за счет развития соответствующих потенциалов и использования внутренних ресурсов.

Имея ограниченные внутренние возможности, предприятие способно развиваться только благодаря благоприятным внешним условиям. В случае отсутствия широких внешних возможностей, компания окажется в роли аутсайдера и будет занимать слабую рыночную позицию.

Обобщая вышесказанное, можно заключить, что на развитие конкурентного потенциала влияют многие факторы, которые можно выделить в две группы. Это внешние факторы, которые определяют развитием рыночного потенциала, и внутренние, связанные с маркетинговым, ресурсным, инновационным и кадровым потенциалами.

Литература

1. Аренков И.А., Бичун Ю.А., Смирнов М.А. Методы формирования интегрированных маркетинговых коммуникаций. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2004.
2. Багиев Г.Л. и др. Маркетинг: учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2005.
3. Галенко В.П., Рахманов А.И., Страхова О.А. Менеджмент. – СПб.: Питер, 2003.
4. Ершов В.Ф. Бизнес-проектирование. – СПб.: Питер, 2005.

недооценка
или переоценка
потенциала
приводят к принятию
ошибочных решений
и неэффективному
использованию ресурсов

рп