



Конкурентный потенциал предприятия сферы услуг представляет собой совокупность организационных, финансовых, экономических, трудовых, информационных, технологических и других ресурсов. В свою очередь ресурсный потенциал предприятия включает в себя материальный потенциал, коммерческий капитал, информационный потенциал, финансовый потенциал, человеческий потенциал, организационный потенциал и предпринимательский потенциал.[\[1\]](#)

Каждый элемент конкурентного потенциала имеет определенные цели применения, подвержен влиянию различных факторов и является сильной или слабой стороной предприятия. Часть ресурсного потенциала предприятия, позволяющая получить конкурентные преимущества, может быть обозначена в качестве конкурентного потенциала. Основу конкурентного потенциала составляют владельцы субъекта предпринимательства, менеджеры и сотрудники, обладающие профессиональными и деловыми способностями.

Несмотря на различные определения понятия «конкурентный потенциал», можно выделить ряд схожих моментов[\[2\]](#), таких как наличие традиционной ресурсной составляющей и ее доступность, учет блока управления, в котором различают планирование, реализацию и контроль, ресурс опыта организации, доверия капитала, а также политический ресурс, как способность руководства предприятия оказывать воздействие на факторы рыночной среды, определяемые политикой и законодательством государства (например, в налоговой сфере).

Конкурентный потенциал субъекта предпринимательства имеет различные трактовки, из которых следует выделить основные:

- часть общего потенциала, обеспечивающая достижение конкурентных преимуществ компании в условиях внутрифирменных преобразований и влияния внешних рыночных сил[\[3\]](#);
- способность предприятия разрабатывать, изготавливать, сбывать и обслуживать в конкретных сегментах рынка конкурентоспособные изделия, а именно, продукцию, превосходящую по качественно-ценовым параметрам аналоги и пользующуюся более приоритетным спросом у потребителей[\[4\]](#);
- конкурентные преимущества низкого порядка, связанные с возможностью использования более дешевых материалов, энергии, рабочей силы, а также

высокого порядка (уникальная продукция, прогрессивная технология и высококвалифицированные специалисты, репутация компании)[5];

- выявление и реализация внутренних резервов – стратегического потенциала, который состоит из трех слагаемых: профессионализм, знания, производственный процесс. Важно определить, чем и как стратегический потенциал фирмы отличается от стратегического потенциала конкурентов[6].

Относительно оценки конкурентного потенциала предприятия выделяют подход, предложенный Г. С. Мерзликиной и Л. С. Шаховской, согласно которому к предметным его составляющим необходимо отнести:

- рыночный потенциал: потенциальный спрос на продукцию и доля рынка, занимаемая предприятием, потенциальный объем спроса на продукцию предприятия, предприятие и рынок труда, предприятие и рынок факторов производства;
- производственный потенциал: потенциальный объем производства продукции, потенциальные возможности основных средств, потенциальные возможности использования сырья и материалов, потенциальные возможности профессиональных кадров;
- финансовый потенциал: потенциальные финансовые показатели производства (прибыльности, ликвидности, платежеспособности), потенциальные инвестиционные возможности.

Таким образом, конкурентный потенциал является совокупностью природных, материальных, трудовых, финансовых и нематериальных ресурсов и возможностей объектов и/или субъектов хозяйственной деятельности, способствующих получению конкурентного преимущества относительно других участников рынка.

В свою очередь следует отметить, что комбинация различных ресурсов, которыми обладает субъект предпринимательства, должна быть сбалансирована, что означает следующее: для одних предприятий ключевыми могут являться материальные ресурсы, тогда как для других наиболее важными в конкурентной борьбе становятся нематериальные ресурсы. Таким образом, мы говорим об основных элементах, формирующих конкурентный потенциал, и вспомогательных. Выбор приоритетных элементов зависит от конкретной деятельности предприятия и от особенностей развития рынка. Однако это не означает, что основное внимание должно быть сконцентрировано на накоплении ключевого ресурса. Отсутствие других ресурсов может привести к невозможности формирования конкурентных преимуществ на базе ключевого ресурса. Таким образом, все ресурсы,

формирующие конкурентный потенциал, должны быть сбалансированы с учетом ключевых и вспомогательных ресурсов. В частности, данный аспект важен при оценке конкурентного потенциала потому, как он требует введения весовых коэффициентов, а не суммирование значений структурных компонентов, которые и представляют собой различные виды ресурсов предприятия.

1. Четыркина Н. Ю. Управление конкурентоспособностью организации сферы услуг. Учебное пособие. – СПб.: Издательство СПбГУЭФ, 2009 г. [↑](#)
2. Лопаткина Н.Ю. Сущность конкурентного потенциала интегрированной бизнес группы. Проблемы современной экономики, N 3 (35), 2010 г. [↑](#)
3. Ерохин Д.В., Галушко Д.В. Теоретические основы оценки конкурентного потенциала промышленной фирмы // Вестник Брянского государственного технического университета., N 4 (12). – 2006 г. [↑](#)
4. Словарь делового человека / Под ред. В. Амуржуева. – М.: Экономика, 1992 г. – С. 89. [↑](#)
5. Янковский К.П., Мухарь И.Ф. Организация инвестиционной и инновационной деятельности. – СПб., 2001 г. – 300 с. [↑](#)
6. Дэвис С. Конкурентный потенциал – как его выявить? // Competia online magazine, 2003. [↑](#)