

М. В. ТАЦЕВИЧ

(г. Минск, Белорусский национальный технический университет) Науч. рук. **И. В. Торская**

РОЛЬ ОЦЕНКИ РЫНОЧНОГО ПОТЕНЦИАЛА В ЭФФЕКТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В современных рыночных условиях промышленным предприятиям приходится функционировать в жёсткой конкурентной среде, которая заставляет кардинальным образом изменять стратегию и тактику поведения, больше времени тратить на прогнозирование и планирование деятельности. Большинство предприятий, которые оказались не в простом положении, проводят мероприятия, связанные, как правило, либо с развитием маркетинговой сферы без тщательного изучения производственных возможностей самого предприятия, либо с инвестиционными проектами. Однако, и первый, и второй варианты влекут за собой привлечение дополнительных ресурсов, которые и так малодоступны предприятиям. Поэтому представляется, что в такой ситуации гораздо эффективнее пробовать более полно использовать те возможности, которыми предприятие уже располагает. В настоящее время возникает необходимость в чёткой, оперативной и нетрудоёмкой оценке ресурсов предприятия и его рыночных возможностей. В связи с этим актуальным вопросом для многих промышленных предприятий становится потребность в оценке рыночного потенциала.

Следует отметить, что само понятие рыночного потенциала возникло относительно недавно. Были изучены исследования как отечественных, в частности, Е. В. Попова [1, с. 41-50], А. И. Рогового [2, с. 11-13], так и зарубежных ученых-экономистов – Т. Йеннера [3, с. 83-84] и др., рассмотрены различные точки зрения к определению сущности понятия «рыночный потенциал», его структуре и оценке.

Предлагается понимать под рыночным потенциалом промышленного предприятия совокупность имеющихся и привлекаемых им ресурсов, а также возможность управлять ими с целью наиболее эффективного взаимодействия с рынком. Основной задачей для предприятия становится способность быстро обнаружить и наиболее полно удовлетворить потребности потребителей. Оценка рыночного потенциала должна быть направлена на определение внутренних возможностей и выявление скрытых резервов в целях повышения эффективности деятельности и успешного функционирования предприятия в нестабильной рыночной среде.

Правильное и эффективное использование рыночного потенциала, а также его непрерывное совершенствование и наращивание являются основой активного приспособления промышленного предприятия к постоянно изменяющимся условиям функционирования. В связи с этим возникает необходимость в определении структуры рыночного потенциала, которая непосредственно подсказывает принцип его формирования и развития, какие именно элементы подлежат оценке и анализу, на что нужно делать упор, в каком направлении совершенствоваться. Так как существует несколько подходов к рассмотрению рыночного потенциала, соответственно, есть и несколько интерпретаций к раскрытию его структуры, однако важно отметить, что вне зависимости от рассматриваемого подхода, структура должна быть гибкой, сбалансированной, стабильной, что диктуется требованиями современного рынка. В целом в

структуре рыночного потенциала следует выделить блок ресурсов, блок управления и блок маркетинга [4, с. 116-121]. В качестве основных компонентов первого блока необходимо рассматривать трудовые, материальные, финансовые и производственные ресурсы. Без блока управления становится невозможным полное раскрытие и развитие рыночного потенциала. Эффективное управление реализуется через осуществление таких функций, как планирование, реализация и контроль, т.е. начиная со стадии выявления будущего потенциала успеха до проверки эффективности реализации намеченных ранее планов. Также важным в развитии рыночного потенциала является применение маркетинговых инструментов взаимодействия с рынком.

Представляется, что первоначальным при оценке рыночного потенциала должно стать определение ресурсных составляющих, раскрывающие, в том числе, промышленный и финансовый потенциал предприятия, без которых невозможно его дальнейшее развитие. Это можно объяснить тем, что рыночный потенциал определяет потенциальный спрос на продукцию, долю рынка, занимаемую предприятием. На последнее оказывают влияние показатели производственного и финансового потенциала, а именно, потенциальный объем производства продукции, потенциальные возможности основных средств, возможности использования сырья, материалов, возможности профессиональных кадров, а также потенциальные финансовые показатели производства (прибыльности, ликвидности и т.д.).

С целью выявления рыночного потенциала, была проведена оценка его производственной, материальной, кадровой и финансовой составляющих на примере машиностроительного предприятия ОАО «Амкодор» за период 2012-2013 гг. В результате было выявлено, что предприятие характеризуется высоким уровнем развития производственной и кадровой составляющей, для оценки которых были выбраны такие показатели, как износ основных средств, соотношение обновление / выбытие основных средств, фондоотдача, коэффициент профессионально-квалификационного соответствия, выработка на одного работающего и др. Показатели материальной (доля прямых переменных затрат в себестоимости, материалоотдача и др.) и финансовой (коэффициенты текущей, абсолютной ликвидности, рентабельность собственного капитала и т.д.) составляющих характеризуются несколько худшими значениями, что показывает конкретные направления, на которых нужно сконцентрировать усилия для получения в дальнейшем необходимой отдачи и эффекта. Исходя из того, в какой диапазон попадает полученное значение рассчитываемого показателя, по каждому из них, а затем и по каждой составляющей был определен уровень развития потенциала и присвоено определенное количество баллов –уровень А (высокий), В (средний), С (низкий). Диапазоны уровней для показателей промышленного потенциала определены экспертным путем, по финансовым показателям – исходя из их нормативных значений. Можно отметить, что в 2013 году улучшились показатели, характеризующие промышленную сторону деятельности предприятия, финансовая же сторона оказалась в более худшем положении. Суммарная оценка составляющих говорит о наращивании рыночного потенциала в 2013 году. В дальнейшем предприятие должно осуществлять планирование рыночного потенциала по таким направлениям, как разработка конкурентных преимуществ продукции, внедрение прогрессивных технологий производства, совершенствование организации производства, снижение расходов на приобретение и преобразование ресурсов, автоматизация производственных процессов и др. Данные стратегии необходимо включать в различные планы научно-исследовательских, опытно-конструкторских и производительных работ предприятия.

Список используемой литературы

- 1 Попов, Е. В. Рыночный потенциал предприятия / Е. В. Попов. – М.: Экономика, 2002. – 559с.
- 2 Роговой, А. И. Рыночный потенциал предприятия: Проектирование, развитие, эффективность использования. На примере предприятий машиностроения: дис. канд. экон. наук: 08.00.05 / А. И. Роговой. – Самара, 1999. – 197 с.
- 3 Йеннер, Т. Создание и реализация потенциала успеха как ключевая задача стратегического менеджмента / Т. Йеннер // Проблемы теории и практики управления. – 1991. – №2. – С. 83-84.
- 4 Ханжина, В. Л. Структура рыночного потенциала предприятия / В. Л. Ханжина, Е. В. Попов // Проблемы теории и практики управления. – 2006. – №6. – С. 116-121.

РЕПОЗИТОРИЙ ГГУ ИМ. Ф. СКОРИНЫ