

УДК 339.13

Колтакова Г. В.
(ЛНАУ, г. Луганск, ЛНР, g_kolt@ukr.net)

НАУЧНЫЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ РЫНОЧНОГО ПОТЕНЦИАЛА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Современный аграрный рынок характеризуется нестабильностью цен на сельскохозяйственную продукцию, резкими колебаниями спроса и предложения, зависимостью от политической ситуации, изменениями в конкурентной среде, поэтому для предприятий АПК важным является формирование рыночного потенциала, который обеспечит эффективное их функционирование. Обобщенная структурно-функциональная модель формирования рыночного потенциала сельскохозяйственного предприятия является средством при принятии управленческих решений.

Ключевые слова: рыночный потенциал, предприятие, управление, конкурентоспособность, система, модель.

Введение. В настоящее время в научных кругах не сформировалось единого понимания сущности рыночного потенциала предприятий АПК, а соответственно и не существует унифицированных подходов к его оценке и анализу.

Функционирование взаимосвязанных компонентов порождает качественно новые функциональные свойства рыночного потенциала. Его структурные компоненты взаимосвязаны и взаимодействуют, что повышает конкурентоспособность предприятий АПК и, в частности, сельскохозяйственных предприятий.

Цель статьи. Целью статьи является анализ формирования структуры рыночного потенциала, способов его мониторинга и построения обобщенной структурной функциональной модели его реализации.

Основной материал исследования. Каждая экономическая категория проявляет себя в своих функциях, соответственно рыночный потенциал выполняет следующие три основные функции:

- планирования — направлена на рост рыночного потенциала в будущем;
- реализации — направлена на поиск новых источников формирования рыночного потенциала предприятий АПК, основанная на стимулировании предпринимательской деятельности, возникновении оригинальных компетенций и рыночных возможностей;

- контроля — обеспечивает проверку эффективности принятых решений, в частности контроль за сохранением конкурентной позиции предприятия.

Характерными особенностями развития рыночного потенциала предприятий АПК являются:

- системно-комплексный подход к изучению проблемы в единстве технических, экономических, социальных, управленческих, природно-климатических и других аспектов;
- рост количества рыночных связей между субъектами хозяйствования;
- взаимосвязь и взаимодействие структурных компонентов;
- разнообразие организационно-правовых форм хозяйствования;
- сезонный характер производства в сельском хозяйстве;
- глобализация конкуренции и производства;
- усиление роли человеческого фактора в управлении прибылью как основным рычагом обеспечения экономической безопасности.

Рыночный потенциал характеризуется особенностями, типичными для всех экономических систем. Он, с одной стороны, существует как единое целое, а с другой стороны, формирование рыночного потенциала не может быть сведено к воссозда-

нию его отдельных компонентов. Функционирование взаимосвязанных структурных компонентов характеризует новые особенности рыночного потенциала, которые меняются в соответствии с изменением времени.

Несмотря на большой объем исследований по проблеме формирования рыночного потенциала, следует констатировать, что остается весьма актуальной проблема разработки единого теоретико-методологического подхода к проблеме формирования рыночного потенциала в общей системе управления предприятием. Таким образом, основой формирования рыночного потенциала выступает структурно-функциональная модель, которая по своему содержанию одновременно выступает инструментом для теоретико-аналитического и практического исследования рыночного потенциала.

Обобщение результатов исследований отдельных направлений структурно-функциональной модели формирования рыночного потенциала делает возможным комплексную разработку ее теоретических положений. Эффективность рыночного потенциала предприятий находит свое освещение в научных работах по управлению потенциалом и экономической диагностики [1]. Однако, несмотря на острый интерес исследователей к выбранному вопросу, проблема формирования рыночного потенциала предприятий АПК остается нерешенной. То есть в экономической науке существует ряд проблем, которые обуславливают отсутствие общепринятой точки зрения относительно обоснования подхода к формированию рыночным потенциалом предприятия.

Анализ теории и практики рыночного потенциала предприятий выявил следующие подходы к процессу его воспроизводства [1]: системный, функциональный, интеграционный, ситуационный, структурный, целевой, процессный. Однако выделенные подходы не позволяют в полной мере эффективно управлять рыночным по-

тенциалом, поскольку не учитывают, что современная динамично развивающаяся внешняя среда требует применения инновационных подходов, которые обеспечивают способность рационально и эффективно принимать стратегические решения, что в свою очередь обеспечит успех сельскохозяйственных предприятий в долгосрочной перспективе.

Использование только системного подхода к формированию рыночного потенциала сельскохозяйственного предприятия является недостаточным, поскольку он направлен только на объект исследования, оставляя в стороне детальный анализ факторов макроокружения предприятия, методов, функций и составляющих управленческого воздействия на рыночный потенциал субъекта хозяйствования. Исследование этих составляющих целесообразно при условии применения процессного подхода. Исходя из этого, считаем целесообразным использование процессно-системного подхода к процессу формирования рыночного потенциала сельскохозяйственного предприятия, поскольку это универсальный, прогрессивный, современный метод управления, который заключается в построении бизнес-процесса каждой составляющей рыночного потенциала, ее организации и управления для достижения максимальной эффективности деятельности. Ускорение экономических процессов в мире, трансформация экономики, быстрые и непредсказуемые изменениями в конкурентной среде, нестабильность политической ситуации обуславливают необходимость учета процессно-системного подхода к формированию рыночного потенциала сельскохозяйственного предприятия. На рисунке 1 направления формирования рыночного потенциала сельскохозяйственного предприятия ориентированы на раскрытие целостности рыночного потенциала предприятия в контексте взаимосвязи с внешней и внутренней средой.



Рисунок 1 Схема формирования рыночного потенциала на основе процессно-системного подхода

Важным аспектом является выявление многоаспектных связей. При этом отражают не только текущее состояние процесса формирования рыночным потенциалом, но и процессы его управления; направлены на обеспечение высокого уровня качества рыночного потенциала и сбалансированности его локальных составляющих.

В рамках процессно-системного подхода формирование рыночного потенциала имеет вход (ресурсы, ценности, компетенции, которые необходимы для достижения стратегической цели предприятия) и выход (результат — эффективная деятельность предприятия). Промежуточными процессами выступают: идентификация локальных составляющих, их анализ и оценка. Представленный процесс формирования рыночного потенциала выступает в качестве модели для сельскохозяйственных предприятий, однако следует понимать, что каждое предприятие является уникальным и не

существует единственного правильного процесса формирования рыночного потенциала предприятия. В экономической литературе процесс формирования рыночного потенциала предприятия рассматривается как сложная экономическая система с присутствующими только ей следующими свойствами, которые нужно учитывать при его разработке [1]. На рисунке 2 перечислены следующие свойства:

- сложность — рыночный потенциал сельскохозяйственного предприятия включает составляющие, которые в свою очередь, можно разделить на более мелкие элементы;
- структурность — рыночный потенциал предприятия характеризует внутреннюю упорядоченность и определенную иерархичность его элементов;
- динамичность — изменениям подвергается структура, качественное состояние и размер рыночного потенциала;

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЙ

– адаптивность — рыночный потенциал предприятия предусматривает адаптацию параметров системы к постоянно меняющимся условиям;

– пропорциональность — все структурные элементы рыночного потенциала формируются в условиях согласованности их количества;

– временная ограниченность — реализация рыночного потенциала предприятия — это задача долгосрочного характера, что обусловлено невозможностью учета всех факторов влияния на его величину в краткосрочном периоде;

– реалистичность — факторы, формирующие рыночный потенциал, должны иметь конкретную практическую направленность.

Важно дополнить общепринятые свойства процесса формирования рыночного потенциалом такими как интегрированность и сбалансированность, поскольку:

– интегрированность — обеспечивает своевременность и полноту достижения установленных стратегических целей за счет качественного выполнения функций локальными элементами рыночного потенциала и их эффективное взаимодействие, то есть, чем больше влияние локальных элементов на достижение целей предприятия, тем более высоким уровнем интегрированности характеризуется рыночный потенциал;

– сбалансированность — представляет собой продолжительное воспроизводство заранее определенных пропорций и структур рыночного потенциала, что позволяет предприятию не только поддерживать стабильное состояние, но при благоприятных условиях развиваться путем обеспечения оптимального равновесия между локальными элементами рыночного потенциала, повышать способность предприятия противодействовать негативным воздействиям внешней среды и снижать вероятность наступления кризисных ситуаций.

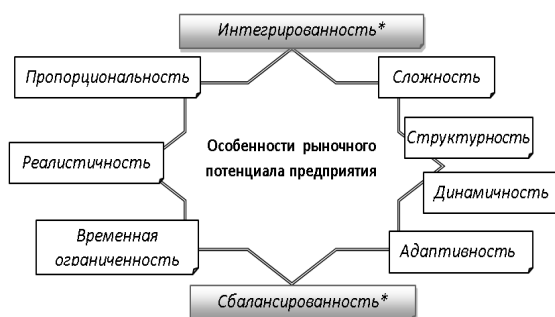


Рисунок 2 — Свойства процесса формирования рыночного потенциала сельскохозяйственного предприятия

Основная задача формирования рыночного потенциала заключается не только в обосновании перечисленных свойств и использовании во время управления предприятием, но и способности идентифицировать и сформировать те, которые являются определяющими для стратегического управления сельскохозяйственным предприятием.

Среди факторов, которые существенно влияют на сбалансированность и интегрированность рыночного потенциала сельскохозяйственного предприятия и его элементов, можно выделить такие основные группы и их характеристики:

– природные (топографические условия местности; качество почвы; продолжительность безморозного периода, обеспеченность теплом; обеспеченность светом; условия увлажнения, количество осадков; вероятность повторяемости неблагоприятных метеорологических условий (ветровая и водная эрозия, засуха, заморозки); обеспеченность водными ресурсами);

– биологические (сезонность, обеспечение севооборота, защита растений и животных от вредителей и болезней, воспроизводство стада);

– экономические (тенденции производства, фаза цикла развития экономики, валютно-денежная политика, уровень занятости, фискальная политика, направления экономических реформ);

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЙ

– политические (политическая стабильность, социальные отношения, развитие предпринимательства и бизнеса, прозрачность экономических отношений);

– социально-культурные (социальные установки и культурные ценности, отношение социальных групп к бизнесу и предпринимательству, социальный строй, дискриминация в бизнесе, социальная защита населения);

– технологические факторы (инвестиционный климат, интерес к внедрению инноваций, контроль за качеством и безопасностью товара, льготы по изобретательству и рационализаторству);

– международные (валютные курсы, таможенные тарифы и налоговые ставки, экономическая политика и экономические связи на политической основе, законодательное поле, тенденции развития стран-партнеров);

– экологические и географические (экологическая ситуация, правовое обеспечение безопасности выбросов в окружающую среду, доступ к сырьевым ресурсам, цены на сырье, транспортные условия, обеспеченность трудовыми ресурсами и их качество);

– законодательство (однозначность законодательства, эффективность законодательных решений, согласованность законов и подзаконных актов);

– поставщики (открытость границ, желание к сотрудничеству, качество сырья и услуг, стабильность и эффективность ценовой политики, ритмичность в поставках на предоставлении услуг, развитие рынка кредитования, тенденции банкротства деловых партнеров);

– конкуренты (поведение конкурентов, барьеры входа на рынок и выхода с него, качество конкуренции);

– потребители (налаживание эффективных коммуникаций, желание сотрудничать, платежеспособность потребителей).

Формирование рыночного потенциала заключается в применении различных способов воздействия на процесс воссоздания

его структур и имеет цель. Главной целью формирования рыночного потенциала сельскохозяйственного предприятия является разработка и обоснование теоретико-методического обеспечения эффективного функционирования каждой локальной составляющей рыночного потенциала с учетом определенных неиспользованных резервов и определения стратегий развития предприятий.

Главная цель формирования рыночного потенциала предприятия реализуются в процессе воспроизводства эффективной структуры объекта управления — его локальных составляющих. Для достижения поставленной цели определены основные задачи формирования рыночного потенциала сельскохозяйственного предприятия:

– обеспечение сбалансированного роста каждой локальной составляющей в совокупном рыночном потенциале предприятия;

– определение ключевых индикаторов рыночного потенциала каждой локальной составляющей;

– повышение эффективности управления рыночным потенциалом;

– обоснование оптимальной стратегии управления рыночным потенциалом;

– поиск неиспользованных резервов роста каждого структурного элемента рыночного потенциала [2].

Достижение желаемых задач формирования рыночного потенциала возможно за счет эффективной реализации функций управления. Проведенное исследование показало, что существует огромный набор различных функций рыночного потенциала предприятия. Однако ключевыми являются такие классические функции управления: прогнозирование, организация, мотивация; анализ, координация, контроль.

Анализ экономической литературы по указанной проблеме позволил определить следующие принципы формирования рыночного потенциала сельскохозяйственного предприятия: сбалансированность, интегрированность, целеустремленности, гибкость, динамичность, системность, прин-

цип ориентации на процессный подход, своевременного принятия управленческих решений, оптимального использования ресурсов, способность быстро реагировать и приспосабливаться к изменениям, контроля. Принципы формирования рыночного потенциала предприятия должны применяться на предприятии только в системе, дополняя друг друга и создавая конкурентоспособность предприятия на рынке [3].

К организационному обеспечению структурно-функциональной модели формирования рыночного потенциала следует отнести: обоснование системы показателей для локальных составляющих; оценка сбалансированности; определение целевых ориентиров, которые будут способствовать повышению эффективности использования рыночного потенциала; выявление приоритетов в формировании рыночного потенциала, то есть процесс формирования рыночного потенциала предприятия в целом заключается в создании и организации системы ресурсов и компетенций таким образом, чтобы результат их взаимодействия был фактором успеха в достижении целей деятельности предприятия. Учитывая основную цель современного предприятия — создание стоимости — во многих исследованиях отмечено, что при увеличении общего рыночного потенциала предприятия как совокупности экономических ресурсов и возможностей для развития компании определяется взаимовлияние потенциала и рыночной стоимости предприятия. Основой формирования и развития рыночного потенциала предприятия выступает анализ всех его локальных элементов. При этом некоторые авторы акцентируют, что в основе построения системы этих факторов должен лежать принцип сферы влияния на элементы потенциала, согласно которому все факторы можно классифицировать на внешние и внутренние относительно формирования и развития потенциала.

При исследовании основ формирования рыночного потенциала анализируемых предприятий следует подчеркнуть основ-

ные подходы в научной литературе. Среди множества обзоров важным является системный подход. При этом анализируемый объект рассматривается как система, основными элементами которой являются две составляющие: внутренняя структура и внешнее окружение. Экономическая категория «рыночный потенциал» рассматривается как сложная система. Простота системы характеризуется «прозрачностью» и успешностью функционирования. Процесс эффективности управления усложняется, так как характеристика систем базируется на множестве ее свойств.

Таким образом, составление стратегических планов и пути их достижения сельскохозяйственным предприятием невозможно без детального изучения данного подхода и его составляющих.

Практическая реализация структурно-функциональной модели формирования рыночного потенциала заключается в разработке стратегии управления деятельностью сельскохозяйственного предприятия; обосновании стратегии управления рыночным потенциалом, а также в своевременном выявлении неиспользованных возможностей роста рыночного потенциала. Указанные практические положения направлены на обеспечение сбалансированного развития сельскохозяйственного предприятия в долгосрочной перспективе.

Следует отметить, что эффективная структурно-функциональная модель формирования рыночного потенциала предприятия разработана с учетом цели, задач, принципов, критериев управления, которые вместе направлены на обеспечение долгосрочного положительного результата хозяйственной деятельности [4].

Обобщенную структурно-функциональную модель формирования рыночного потенциала сельскохозяйственного предприятия рассмотрим в контексте практической реализации, состоящей из следующих этапов.

Этап 1. Разработка стратегии управления деятельностью сельскохозяйственным предприятием.

Этап 2. Обоснование стратегии управления рыночным потенциалом.

Этап 3. Выявление неиспользованных возможностей роста рыночного потенциала предприятия.

Результат — сбалансированное развитие сельскохозяйственного предприятия в долгосрочной перспективе.

Перечисленные положения структурно-функциональной модели формирования рыночного потенциала сельскохозяйственного предприятия являются научно-обоснованной системой действий управленческого процес-

са, направленной на выработку эффективных решений на основе понимания единства всех его структурных элементов.

Предложенный обзор структурно-функциональной модели формирования рыночного потенциала сельскохозяйственного предприятия основывается на процессно-системном подходе, что позволяет выявить скрытые возможности и превратить их в потенциальные преимущества, что обеспечит сбалансированное развитие сельскохозяйственного предприятия в стратегической перспективе.

Библиографический список

1. Попов, Е. В. Рыночный потенциал предприятия [Текст] / Е. В. Попов. — М. : Экономика, 2013. — 559 с.
2. Лапин, Е. В. Оценка экономического потенциала предприятия [Текст] : монография / Е. В. Лапин. — Сумы : Университетская книга, 2004. — 360 с.
3. Лапыгин, Ю. Н. Экономическое прогнозирование [Текст] : учебное пособие / Ю. Н. Лапыгин, В. Е. Крылов, А. П. Чернявский. — М. : Эксмо, 2009. — 256 с.
4. Анализ методов и моделей оценки финансовой устойчивости организаций [Текст] / Н. П. Любушин, Н. Э. Бабичева, А. И. Галушкина, Л. В. Козлова // Экономический анализ: теория и практика. — 2010. — № 1. — С. 3–11.

© Колтакова Г. В.

Рекомендована к печати к.э.н., доц. каф. ЭиУ ДонГТУ Белозерцевым О. В., д.э.н., доц. каф. экономической теории и маркетинга ЛНАУ Шевченко М. Н.

Статья поступила в редакцию 22.05.20.

Senior Lecturer Koltakova G. V. (LNAU, Lugansk, g_kolt@ukr.net)

SCIENTIFIC AND PRACTICAL BASES OF FORMATION OF MARKET POTENTIAL OF AGRICULTURAL ENTERPRISES

The modern agricultural market is characterized by instability of prices for agricultural products, violent fluctuations in supply and demand, dependence on the political situation, changes in the competitive environment, so it is important for agricultural enterprises to form a market potential that will ensure their effective functioning. The generalized structural and functional model of forming the market potential of an agricultural enterprise is a tool for making managerial decisions.

Key words: market potential, enterprise, management, competitiveness, system, model.