

Ткачев А.А.,  
ассистент кафедры экономической кибернетики,  
*Донецкий национальный технический университет*  
г. Донецк

## **СТРУКТУРНЫЙ БАЗИС МОДЕЛИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ИТ КОМПАНИИ**

На современном этапе развития экономики уровень развития и внедрения информационных технологий (ИТ) выступает определяющим фактором, обеспечивающим рациональность управленческих решений за счет предоставления полной, достоверной, своевременной информации, а также стимулирующим использование передового опыта по повышению эффективности функционирования предприятий, необходимым условием которого, в свою очередь, является формирование конкурентного потенциала в деятельности предприятия.

Существует несколько подходов к трактовке понятия "конкурентный потенциал", затрагивающих различные его аспекты. Согласно одному из них, конкурентный потенциал определяется через уровень эффективности использования предприятием экономических ресурсов относительно эффективности их использования конкурентами [1, с.10]. При этом получение адекватной оценки эффективности использования ресурсов конкурентами может быть в значительной степени осложнено ввиду конфиденциальности необходимой информации. Также под конкурентным потенциалом понимают совокупность возможностей предприятия [2].

По мнению автора, наиболее полным является следующее определение: конкурентный потенциал представляет собой совокупность располагаемых природных, материальных, трудовых, финансовых и нематериальных ресурсов и возможности объектов и/или субъектов хозяйствования, позволяющие им получать конкурентные преимущества

перед другими участниками рынка [3]. Термин "конкурентные преимущества", в отличие от возможностей, следует понимать как факт, который фиксируется в результатах реальных и очевидных предпочтений покупателей [4, с.48].

В структуре конкурентного потенциала предприятия выделяют пять составляющих [3]: маркетинговый потенциал, рыночный потенциал, инновационный потенциал, ресурсный потенциал, творческий потенциал. Указанные элементы конкурентного потенциала взаимодействуют и влияют друг на друга. Влияние каждого отдельного элемента структуры на развитие конкурентного потенциала различно, а важность (вес) каждой составляющей определяется спецификой рынка и особенностями деятельности предприятия. Для ИТ компаний маркетинговый потенциал и рыночный потенциал целесообразно представлять в виде одной составляющей представляют собой, так как успешное использование внешних возможностей (например, удовлетворение новых потребностей, захват свободных рыночных ниш и сегментов) может быть осуществлено только при условии реализации маркетингового потенциала (проведение маркетинговых исследований собственными силами компании, исследование причинно следственных связей между характеристиками ИТ товаров / ИТ услуг и принятием решения о покупке).

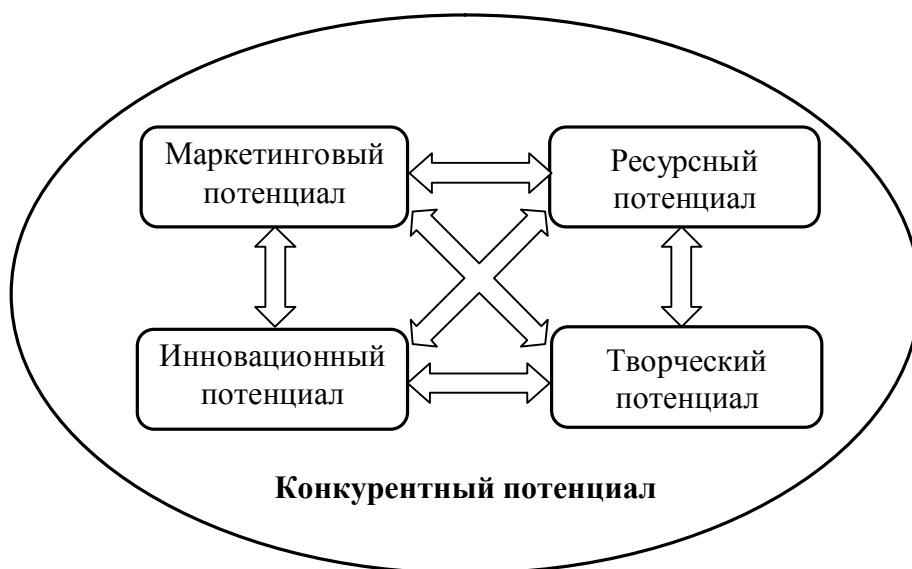


Рисунок 1 – Структура конкурентного потенциала ИТ компании

Таким образом, конкурентный потенциал ИТ компании (см.рис.1) формируется за счет ресурсного, маркетингового, инновационного и творческого потенциалов (расположены в порядке убывания важности). При этом для развития конкурентного потенциала предприятия необходимо комплексно подходить к процессу управления всеми элементами его структуры с целью достижения максимально возможного общего результата.

Список литературных источников:

1. Калинин А.М. Управление реальным сектором экономики в развивающемся информационном пространстве региона: Автореф. дис. канд. экон. наук. – Москва, 2013. – 23 с.

2. Підтримка конкурентоспроможного потенціалу підприємства / А. Е. Воронкова, В. П. Пономарьов, Г. І. Дібніс. – К.: Техніка, 2000. – 152 с.

3. Аренков И. А., Салихова Я. Ю., Гаврилова М. А. Конкурентный потенциал предприятия: модель и стратегии развития // Проблемы современной экономики. – 2011. – №4 (40).

4. Азоев Г.Л., Челенков А.П. Конкурентные преимущества фирмы. Уч. пособие. – М.: Типография "Новости", 2000. – 255 с.