

УДК 338.3

**П. С. Маламанова**

*Санкт-Петербургский государственный университет гражданской авиации*

**В. Н. Старинский**

*Санкт-Петербургский государственный экономический университет*

## **КАТЕГОРИЯ «ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ»**

*Рассматривается производственный потенциал организаций – не только как совокупность используемых ресурсов или в качестве резервов производства, но и как определенный энергетический ресурс трудового коллектива. Предложенный подход позволяет сформулировать суть социально-экономической категории «потенциал» с позиции синергетического подхода, более эффективно использовать функционал хозяйствующих субъектов, применять интегральные оценочные показатели при характеристике всех аспектов деятельности предприятий.*

### **Потенциал, ресурсы, энергетические ресурсы, резервы, хозяйствующий субъект, синергетический подход**

Потенциал хозяйствующих субъектов – это прежде всего материальные и нематериальные активы, представляющие собой количественную меру возможности выполнения конкретной деятельности.

В условиях рыночной экономики значительно расширяется содержание понятия «потенциал» – появились экономический, производственный, финансовый, стратегический, рыночный, трудовой, организационно-структурный, творческий и другие виды потенциалов, которые характеризуют возможность трудовых коллективов достигать конкретной цели в поставленной задаче в области экономики, финансов, стратегии рыночных отношений и т. д. Эти возможности являются функцией социально-экономического состояния экономики страны, отрасли, региона, конкретного предприятия, зависящей, во-первых, от уровня взаимодействия его структурных элементов между собой и, во-вторых, от характера влияния внешних условий.

Представляется, что понятия «потенциал» и «энергетические ресурсы» близки по своему содержанию и характеризуют способность производственной системы совершать работу. Кроме того, потенциал можно рассматривать как способность производственной системы переходить от сложившейся ситуации в любой сфере деятельности к обновленной ситуации. При этом «потенциал» («энергетические ресурсы») становится мерой единства достигнутого, которое может быть использовано с определенной целью, и возможного, являющегося достижимым при определенных условиях.

Отечественные ученые и специалисты по-разному раскрывают социально-экономическую сущность потенциала. Многие, например, считают, что потенциал – это прежде всего экономическая категория, отражающая совокупную возможность развиваться экономике. Авторы этой точки зрения при определении потенциала выделяют лишь способность хозяйственного механизма выполнять производственную функцию, определяют экономический потенциал как экономические возможности, которые зависят от степени развития производительных сил и производственных отношений, наличия трудовых

и производственных ресурсов, эффективности хозяйственного механизма. Достаточно большая группа отечественных ученых и специалистов (Л. С. Сосненко [1], В. В. Ковалев [2], Н. П. Любушин [3], Г. В. Савицкая [4]) считают, что потенциал (и опять же как экономическая категория) отражает уровень производственных и экономических отношений между субъектами хозяйственной деятельности, представляет собой совокупность имущественного потенциала и финансового состояния экономических субъектов, рассматривают потенциал как некий обобщающий показатель, характеризующий эффективность деятельности предприятий. Дело в том, что потенциал предприятий во многом зависит еще и от уровня развития производственных сил, о которых авторы в своем определении потенциала не упоминают. В то же время они делают акцент на том, что потенциал (экономический) – это прежде всего совокупность имущественного и финансового состояния хозяйствующих субъектов. По их мнению, в результате использования имущества формируется финансовый результат от деятельности экономического субъекта, и его рациональное использование дает приращение потенциала предприятия.

Несколько иначе характеризуют экономический потенциал И. В. Грошев и Е. М. Уланова [5]. По их мнению, потенциал – это «интегральная характеристика, включающая способности предприятий в сфере использования финансовых и трудовых ресурсов».

Можно констатировать, что рассмотренные выше позиции в целом раскрывают сущность понятия «потенциал», но при этом делают акцент на его экономической составляющей. С одной стороны, это верное утверждение, поскольку совокупные возможности предприятий реализуются при наличии в хозяйственном обороте конкретных ресурсов и особенных взаимоотношений между субъектами, принимающими участие в производственном процессе. С другой стороны, экономическая составляющая понятия «потенциал» в транскрипции авторов не может учитывать в должной мере производственные, рыночные, конкурентные, юридические, социальные и другие важные факторы, которые могли бы обогатить содержание термина «потенциал».

Можно отметить, что производственный потенциал предприятий выступает как категория социально-экономическая, так как обеспечивается, наряду с прочими, трудовыми ресурсами, и значение их при формировании производственного потенциала очень велико. А. Берлин и А. Арзамов [6] делают акцент на том, что величина производственно-экономического потенциала предприятия способствует его конкурентоспособности на целевом рынке, характеризует возможности трудового коллектива создавать и реализовывать продукцию, более привлекательную по своим ценовым либо другим качественным характеристикам для потребителей, чем продукция конкурентов.

Анализируя позиции этой группы авторов, следует сделать вывод о том, что раскрывая сущность понятия «потенциал», они делают акцент на его производственной составляющей. Это верно, но недостаточно. Конечно, экономический и производственный потенциал как научные категории в широком смысле можно отождествить друг с другом, так как оба они олицетворяют возможности предприятия производить продукцию (услуги) при эффективном использовании имеющихся у него ресурсов.

Таким образом, анализ мнений отечественных ученых по поводу содержания понятия «потенциал» помог выделить следующие основные общие черты этой экономической категории. Прежде всего, потенциал характеризуют его способности и возможности, которые тесно связаны с характером и особенностями социально-экономических отношений и

взаимодействий между людьми, предприятиями, другими субъектами хозяйственной деятельности. Кроме того, он характеризуется определенным набором ресурсов либо резервов, которые должны быть вовлечены в производство или максимально подготовлены к использованию в производственном процессе. И, наконец, потенциал является динамической характеристикой и проявляется только в процессах его использования и наращивания, причем эти процессы являются непрерывными и дополняют друг друга.

Учитывая вышеизложенное, авторы настоящей статьи предлагают в процессе исследования проблем экономики категорию «производственный потенциал» раскрывать в следующей последовательности: вначале с позиции ресурсного, результативного и целевого подходов, как это делает большинство исследователей, а затем с позиции синергетического подхода, вытекающего из сотрудничества участников интегрированных форм бизнеса. Усиление роли синергетики в раскрытии производственного потенциала обусловлено тем, что совокупные возможности трудовых коллективов увеличиваются вследствие углубления разделения труда, производства и сбыта товаров, специализации и кооперации участников производственных процессов.

Производственный потенциал увеличивается при переходе от жестких к мягким формам интеграции. Под жесткой интегрированностью следует понимать аффилированность предприятий друг с другом, участие в капитале заинтересованных субъектов хозяйствования, территориальную распределенность, дочерние и внучатые предприятия, филиалы и совместные предприятия. Жесткая интеграция – это достаточно высокая степень контроля над аффилированным предприятием, уменьшение степени самостоятельности, свободы аффилированного предприятия, уменьшение его инициативы, предпринимательских прерогатив. Мягкая интегрированность – это кооперация и различные формы организационной общности, общие стандарты, регламенты, участие в отраслевых ассоциациях, технологических платформах, деловых сетях и т. д. [7]. В настоящее время около половины валового внутреннего продукта европейских стран обеспечивается предприятиями, сотрудничающими друг с другом в рамках промышленных кластеров и других «мягких» форм интеграции – технологических платформ, деловых сетей, частно-государственных партнерств, стратегических альянсов и т. д. Представляется, что только синергетический подход к определению производственного потенциала позволяет полнее отразить совокупные силовые возможности в достижении конкретных региональных целей развития территории и определить характер социально-экономических отношений на современном этапе, а также установить интегральные оценочные показатели развития народнохозяйственного комплекса.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Сосненко Л. С. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. Краткий курс. М.: КноРус, 2007. 256 с.
2. Ковалев В. В. Финансовый анализ: методы и процедуры. М.: Финансы и статистика, 2001. 560 с.
3. Любушин Н. П. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учеб. пособие. 3-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ, 2007. 445 с.
4. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб. М.: ИНФРА-М, 2009. 534 с.
5. Грошев И. В., Уланова Е. М. Проблемы оценки экономического потенциала предприятия: трудовой потенциал // Вопр. оценки. 2005. № 1. С. 27–30.

6. Берлин А., Арзамов А. Планирование капитальных вложений на предприятии в условиях инвестиционного кризиса // Проблемы теории и практики управления. 2001. № 3. С. 70–74.

7. Асаул А. Н., Старинский В. Н. Оценка нематериальных активов и интеллектуальной собственности. СПб.: АНО «ИПЭВ», 2011. 304 с.

P. S. Malamanova

Saint Petersburg State University of Civil Aviation

V. N. Starinskiy

Saint Petersburg State Economic University

## THE CATEGORY OF «PRODUCTION POTENTIAL»

*The problems of formation and effective use of the potential of industrial enterprises is becoming more and more urgent. In this paper we consider the productive capacity of organizations not only as a set of resources used or as production reserves, but also as a certain energy resource of a labor collective. The proposed approach allows us to formulate the essence of the socio-economic «potential» category in the context of synergetic approach, more efficient use of the economic entities functional, to apply integral estimates in description of all aspects of businesses activities.*

**Potential, resources, energy resources, reserve, economic agent, synergetic approach**

УДК 339.138

**Т. Н. Жукова**

Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина)

## УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДОМ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК РАБОТОДАТЕЛЯ В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА ОТНОШЕНИЙ

*Посвящается вопросам управления HR-брендом предприятия при реализации концепции маркетинга отношений. Обосновывается целесообразность системного управления товарным брендом и брендом работодателя. Предлагается характеристика стратегий позиционирования, учитывающих разные способы организации взаимосвязи товарного бренда и бренда работодателя. Даются рекомендации относительно ценностных элементов HR-бренда для решения задач формирования лояльности клиентов. Приводятся практические примеры организации взаимодействия товарного бренда и бренда работодателя.*

**Маркетинг отношений, HR-бренд, бренд работодателя, бренд-менеджмент, взаимодействие брендов**

Стремительное развитие информационных технологий, предоставляющих новые возможности для исследования рынка и воздействия на целевые сегменты, ужесточение конкуренции и ее выход на глобальный уровень, а также снижение эффективности традиционных средств маркетинга, наблюдаемое в последние десятилетия, актуализируют поиски способов установления более тесных и прочных взаимосвязей между компанией и ее потребителями. Эти поиски нашли отражение в развитии брендинга, а также в появлении и развитии относительно новой концепции маркетинга – «маркетинг отношений».

В настоящее время единых представлений о сущности и содержании этой концепции не сложилось [1], [2], [3]. В соответствии с одним подходом маркетинг отношений основан