

Економічні науки

Квач Крістіна Миколаївна

студент

Національного технічного університету України

«Київського політехнічного інституту імені Ігоря Сікорського»

ПОНЯТТЯ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ

***Анотація.** У статті розглядаються дискусійні питання виявлення сутності виробничого потенціалу у вітчизняній економічній науці, здійснюється порівняння подібних понять, пропонується авторська точка зору на виробничий потенціал як максимальні можливості виробництва, коли ресурси технологічно скомбіновані в певному поєднанні для отримання певного результату.*

***Ключові слова:** виробничий потенціал, інновації, фактори виробництва, виробничі ресурси.*

Виробництво, як процес виготовлення благ, утворює матеріальну основу економіки. Виробляючи продукт, людина впливає на об'єкти природи, надає їм форму, придатну для задоволення матеріальних потреб. Джерелами будь-якого виробництва є ресурси, якими володіє суспільство. В економічній науці використовуються такі поняття, як «виробничі ресурси» і «фактори виробництва», відмінність яких у тому, що ресурси - це ті засоби, які можуть бути залучені у виробництво в будь-якому поєднанні і в залежності від виробничого процесу привести до найрізноманітніших результатів, а «фактори виробництва» - це «що виробляють ресурси», тобто ресурси фактично втягнуті в процес виробництва в певній комбінації і націлені на отримання певних результатів. Ресурси це матеріальна основа процесу виробництва, його витратна частина і характеризують те, що можна використовувати, але не те, що можна отримати в результаті здійснення

виробничого процесу. А.І. Анчишкін як загальної ознаки виробничих ресурсів виділяє потенційну можливість їх участі в процесі виробництва. Термін «потенціал» означає силу, здатність і можливість досягнення певної мети, включає в себе матеріальні і організаційно-економічні джерела, які можуть використовуватися людиною для отримання бажаних результатів. Залежно від об'єкта і мети дослідження в економічній літературі використовуються терміни: «ресурсний потенціал», «виробничий потенціал», «економічний потенціал», «забезпеченість об'єктивними умовами виробництва».

Т. Шаталова, на відміну від А.І. Анчишкіна розглядає ресурсний потенціал як взаємозв'язок двох сторін способу виробництва. З одного боку, це продуктивні сили (земельні, трудові, матеріально-технічні ресурси), з іншого - виробничі відносини, тобто чинники, що забезпечують ефективне функціонування різних організаційно-правової форми [10, с. 49-57]. У науковій літературі економічний потенціал як категорія трактується в різних аспектах. Ю. О. Дорошенко, С. М. Буконова, А. А. Рудичев підходять до категорії «економічний потенціал» зі структурної точки зору, т. Е. В розрізі видів, ресурсів, об'єктів, елементів, результатів [5, с. 86]. Е. А. Макеева до елементів економічного потенціалу відносить трудові ресурси, кваліфікацію та освітній рівень кадрів, знаряддя та предмети праці, організацію і управління, міжгалузеві і внутрішньогалузеві зв'язку, міжрегіональні відносини.

На наш погляд, необхідно розрізняти вищеописані категорії: під ресурсним потенціалом слід розуміти вихідні умови, базу процесу виробництва, яку можна використовувати будь-яким альтернативним способом для досягнення різноманітних результатів. Виробничий потенціал - це максимальні можливості виробництва, коли ресурси технологічно скомбіновані в певному поєднанні для отримання певного результату. Говорити про економічний потенціал можна лише в тому випадку, коли

визначена ринкова вартість ресурсів, процесу виробництва при різних варіантах виробничих комбінацій і результатів виробництва, відповідних кожному з варіантів.

В даний час економістами-теоретиками уточнюються і деталізуються класифікації виробничих ресурсів. Огарков А.П. вважає за доцільне виділення речового фактора, що об'єднує землю, предмети і засоби праці, трудові ресурси, які об'єднують робочу силу і особистісний фактор [9, с. 7]. Більш абстрактна класифікація на дві групи: суб'єктивні і об'єктивні.

Ю.А. Дорошенко і група авторів виділяють економічно активне населення, виробничі фонди, природні ресурси, інформацію [5, с. 86]. Ми вважаємо, що в сучасних економічних умовах значно зросла роль нематеріальних чинників: науки, інформації, людського капіталу та екології. Перераховані фактори націлені на отримання додаткової вигоди і пов'язані з інноваційним підходом. Залучаючись в виробничий процес, інноваційні елементи набувають статус ресурсу. Потенційний та фактичний рівень їх використання визначаються профілем галузі в масштабах народного господарства, а в сільському господарстві - спеціалізацією.

Виробничий потенціал, як склалися можливості виробництва для отримання певного результату, приймемо основою об'єктивної оцінки виробничих можливостей підприємства. В умовах ринкової економіки, підприємство отримало можливість самостійно вибирати оптимальну комбінацію виробничих ресурсів з усіх альтернативних варіантів, з метою отримання максимального технологічного, економічного, соціального ефекту. У ситуації, що склалася виникає необхідність в аналітичних дослідженнях в галузі раціонального розподілу виробничих ресурсів, які враховували б не тільки матеріальні виробничі ресурси, а й науково-інформаційні. В умовах обмеженості виробничих ресурсів і різноманіття способів їх комбінування значне місце відводиться інновацій, оскільки впровадження нових наукових досягнень, ресурсозберігаючих технологій

дозволяє підвищити технологічну та економічну ефективність використання виробничого потенціалу. Досвід країн з розвинутою ринковою економікою показує, що фірми, які мають високу сприйнятливість до досягнень науки, домагаються надприбутків за рахунок монопольного присвоєння інтелектуальної ренти, що утворюється при впровадженні нових продуктів і технологій. Переможцем в конкурентній боротьбі виявляється той, хто будують свою діяльність переважно на основі інноваційного підходу [8, с. 59].

Поняття «інновація» швидко поширюється на мікро- і макрорівнях, хоча до цих пір серед фахівців немає єдиної думки про природу цього поняття. Слід зазначити, що обов'язковою умовою дії механізму інновацій є наявність ринкового середовища, всі положення сучасної теорії інновацій відносяться до ринкової економіки.

В сучасних умовах економічні науки, що займаються інноваційними проблемами, вкладають в поняття «інновація» різний зміст в залежності від предмета дослідження. Це означає, що інновація за своєю суттю є однорідною.

Предметом осмислення є питання: інновація - це об'єкт або процес? Відповідь однозначно дати складно, він буде залежати від того, які цілі аналізу. Склалася думка, якщо інновація є результатом творчого процесу і представлена у вигляді нової продукції або продукції з покращеними споживчими властивостями, нової або поліпшеної технології, методу, в такому випадку мова йде про інновації - об'єкті. Якщо ж досліджується творчий процес як такий: від зародження ідеї до її втілення в продукті, технології, рішення виробничого, фінансового, комерційного, адміністративного або іншого характеру, то тоді вивчається інновація як процес. Інноваційний процес розуміється як перетворення наукового знання в інновацію і являє собою послідовний ланцюг подій, в ході яких інновація визріває від ідеї до конкретного продукту, технології або послуги. Багато

вчених вважають, що головною рушійною силою інноваційного процесу є результати фундаментальних досліджень. На відміну від науково-технічного прогресу (НТП) інноваційний процес не закінчується впровадженням, тобто першою появою на ринку нового продукту або технології. Цей процес не переривається і після впровадження. У міру поширення нововведення вдосконалюється, робиться більш ефективним, набуває раніше не відомі споживчі властивості. Це відкриває для нього нові області застосування і ринки, отже, і нових споживачів, які сприймають даний продукт, технологію як нові саме для себе. Таким чином, цей процес спрямований на створення необхідних ринком продуктів, технології і послуг і здійснюється в тісній єдності із середовищем: його спрямованість, темпи, цілі залежать від соціально-економічного середовища, в якій він функціонує і розвивається. Кінцевою метою інноваційного процесу є комерційне освоєння технологічних інновацій і їх рентабельне використання [8, с. 59].

Допущення, що інновація є засобом для реалізації певних цілей, дозволяє виділити дві групи стратегічних цілей: визначаються розмірами збуту і обороту; вимірюваних розмірами витрат. Вони характеризують кількісну і якісну сторону очікуваного результату. До якісної сторони відносяться незалежність підприємства, інноваційна поведінка, вдосконалення управління фірмою. Кількісну сторону відображають ринкові (оборот, частка ринку), економічні (прибуток, рентабельність) і фінансові (структура капіталу, ліквідність) цілі. З цих стратегічних можна виділити конкретні цілі, що мають проміжний характер: ефективне використання ресурсів, виробничих потужностей, зниження комерційного ризику та ін.

Ми вважаємо, що з позиції окремого виробника інновація є продуктом, з позиції ж суспільства в цілому, інновація все одно залишається ресурсом.

Оскільки категорія «інновація» аналізується з економічної точки зору, то вона повинна бути пов'язана з поняттями «успіх і вигода». У ринковій економіці інновації тісно пов'язані з конкуренцією на ринку товарів і послуг,

а також з прагненням формувати нові ринки. Інновації народжуються необхідністю виробити і запропонувати споживачеві товар / послугу, яку він сприйме або віддасть перевагу аналогічного конкуруючого товару / послуги.

На підставі цього критерію, використовуючи функціональний підхід, базове поняття «інновація» можна визначити наступним чином: «Інновація» - це дія (процес) або результат дії (об'єкт), в основі яких лежить використання нових знань, втілених в нові технології, нові комбінації виробничих факторів, і мають на меті зняття наслідків деструктивних процесів або отримання нових (або з новими властивостями) продуктів / послуг з високим ринковим потенціалом [4, с. 87- 88]. Таке розуміння дозволяє говорити про «інноваційну діяльність».

Інноваційна діяльність передбачає комплекс наукових, технологічних, організаційних, фінансових і комерційних заходів, які в сукупності призводять до інновацій. Таким чином, на підставі вищесказаного можна зробити висновок, що «інновація» та «нововведення» пов'язані в тому сенсі, що нововведення у вигляді нових знань / підходів / прийомів є джерелом інноваційності [5, с. 84-85].

За формами прийнято розрізняти первинні і вторинні інновації. Здійснення первинних або базисних інновацій залежить від того, на яку стадію загальноекономічної кон'юнктури доводиться їх основна маса. З точки зору Х. Фрімена, Л. Суте і ін., Підвищену інноваційну активність проявлятиме процвітаюча фірма, впевнена в можливості розширення ринку і отримання за рахунок цього додаткового прибутку. Якщо становище фірми погіршиться, то вона швидше за все не стане використовувати технологічні новації, так як виростає ступінь ризику, з ними пов'язана. Прихильники другого напрямку Г. Менш та А. Кляйнкнехт вважають, що навпаки, погіршення стану фірми породжує стимул до інновацій. Якщо прибуток у фазі депресії мала, власники капіталу бачать в його внесок в інновації менше ризику, ніж у внеску в стару продукцію або технологію. У період тривалих економічних криз і

відбувається перехід фірми від стратегії максимізації прибутку до стратегії мінімізації відносного ризику. Поки вироблений продукт і освоєна технологія приносять значний прибуток, власнику немає необхідності використовувати інновацію, оскільки інноваційна діяльність завжди пов'язана з ризиком, але при настанні тривалого кризи ризик інновацій вже не є непереборною перешкодою, так як інші альтернативні варіанти можуть виявитися ще більш ризикованими.

Сучасні економісти вважають, що протиріччя між цими підходами пояснюється оцінкою періоду внутрішньофірмового планування. Прихильники першого підходу вважають цей період відносно невеликим, тоді як прихильники другого підходу вважають його досить великим для обліку можливості збільшення частки ринку і відповідного зростання прибутку, щоб почати здійснення інноваційної діяльності, не чекаючи дійсного початку цього зростання.

Здійснення вторинних інновацій пов'язано з теорією життєвого циклу інновації. Процес від створення нової галузі до її занепаду відбувається в двох вимірах: вертикальному, тобто від більш суттєвих інновацій до менш істотним, і горизонтальному - від малої поширеності інновації до повного насичення нею ринку. Темп приросту числа фірм, які споживають інновацію, прямо пропорційний частці фірм її не споживають, в загальній кількості потенційних споживачів. Швидкість поширення інновацій, тобто її передача і застосування, зростає з ростом її прибутковості і падає з ростом її капіталомісткості. Крім того, помічено, що поширення інновацій відбувається швидше в наукомістких галузях, воно залежить також від кваліфікації вищого менеджменту, розподілу сукупності фірм будь-якої галузі за розмірами і т. д.

Затребуваність досягнень науки залежить від ступеня сприйнятливості підприємств та організацій до інновацій. Їх інноваційний потенціал істотно залежить від параметрів організаційних структур менеджменту, форм

власності, професійно-кваліфікаційного складу, промислововиробничого персоналу, зовнішніх умов господарської діяльності, кон'юнктури ринку та інших факторів. Було доведено, що сприйнятливість організацій до інновацій скорочується в міру зростання виробництва і розвитку організаційних структур. Одним з найбільш сприйнятливих до інновацій секторів економіки є малий бізнес. Кожне мале підприємство виступає як мікросистема, причому все більше зростає їх економічне значення, оскільки вони покликані наблизити виробництво товарів і послуг до споживача, розширити асортимент споживчих товарів без залучення значних капіталовкладень, прискорити демонополізацію виробництва і розвиток конкуренції, послужити джерелом додаткових бюджетних надходжень.

У сучасному світі знижується виробництво стандартних товарів широкого споживання. Посилилося різноманіття ринків товарів і послуг означає, що стратегія багатьох продуктово-ринкових комбінацій стає все більш диференційованою. Досвід процвітаючих компаній показує, що виживає той, хто швидко реагує на зміну ринкової кон'юнктури. Необхідно здійснювати динамічну цілеспрямовану діяльність по створенню, освоєнню у виробництві і просуванню на ринок продуктових, процесних, організаційних і управлінських інновацій з метою отримання підприємством комерційної вигоди і конкурентних переваг [1, с. 55-60].

Практика показує, що застосування інновацій ускладнюється бар'єрами, які існують як в самій науці, так і на шляху від науки до виробництва. Багато в чому вони суперечливі: з одного боку - це недостатній приплив дослідних розробок, з іншого - відторгнення пропонованих нововведень. Н. Ю. Крюкова до бар'єрам впровадження інновацій відносить необхідність навчання нових операцій, принцип «винайдено чи не тут», виникнення нових структурних взаємозв'язків між сферами фінансів, маркетингу та ін. [6, с. 217].

Велике значення мають психологічні аспекти заміни старого на нове. Така ситуація характерна як для державного, так і для приватнопідприємницького сектора економіки. У зв'язку з цим Н.В. Арзамасцев зазначає, що незатребувані довгі роки наукові розробки приносять російській економіці плоди «упущеної вигоди» [2, с. 71-74]. Широке висвітлення наукових дискусій в друкованих виданнях, а також створення навчальних посібників, що відбивають вищевикладені точки зору, в тому числі, авторську, дозволить, в кінцевому підсумку, уникнути появи подібного роду «плодів».

Література

1. Альгина Т. Б., Нечаева О. Д. Внедрение инновационных методов в систему управления затратами предприятия // *Инновации*. 2000. – № 1–2. – С. 55–60.
2. Арзамасцев Н. В. Повышение конкурентоспособности отечественного промышленного производства – основная задача государственной инновационной политики // *Инновации*. – 2000. – № 7–8. – С. 71–74.
3. Большой экономический словарь: 25 000 терминов Азрилиян О.М., Калашникова Е.В., Азрилиян А.Н. / Ин-т новой экономики. – 2004. – 1376 с.
4. Ващенко В. П. Образовательные программы как фактор инновационности в подготовке менеджеров // *Инновации*. – 2000. – № 7–8. – С. 87–88.
5. Дорошенко Ю.А., Буконова С.М., Рудычев А.А. Методы оценки и механизм управления экономическим потенциалом региона // *Известия вузов. Строительство*. – 2000. – № 10. – С. 84–88.
6. Крюкова Н. Ю. Как помочь внедрению новшеств // *ЭКО*. – 1995. – № 3. – С. 213–218.

7. Коробейников О. П. Роль инноваций в процессе формирования стратегии предприятия // Менеджмент в России и за рубежом. – 2000. – № 3. – С. 29.
8. Морозов Ю. П. Технологические инновации и их роль в современных экономических условиях России // Инновации. – 2000. – № 1–2. – С. 59.
9. Огарков А.П. Сельское хозяйство и его производственно-ресурсный потенциал // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2000. – № 5. – С. 7–10.
10. Шаталова Т. Ресурсный потенциал и размеры сельскохозяйственного предприятия // АПК. – 1999. – № 7. – С. 49–57.