

Оценка уровней конкурентоспособности ОЭС производится в 10-балльной шкале по установленным критериям. Традиционно оцениваемые показатели $L^{укп}$ и $L^{уэд}$ переводятся в баллы путём приравнивания диапазона традиционно оцениваемых единиц к 10-балльному диапазону оценивания.

Ниже описывается технология целевого планирования и управления стратегическими изменениями системной открытости предприятия. В качестве 1-го шага повышения уровня системной открытости выбираются средние значения $Q^{ис}$ и $Q^{ко}$ (для компетентного системного менеджмента целевое значение показателей может быть выбрано и более высоким). Далее в рамках функции управления достижением установленных целей разрабатываются системные мероприятия, направленные на повышение проблемных оценочных показателей до уровня целевых значений. После реализации мероприятий производится оценка достигнутых значений. В случае их достижения новые средние значения показателей $Q^{ис}$ и $Q^{ко}$ будут равны 3,8 балла, а изменённые распределения значений расположатся правее исходных и будут отображены новыми (наложенными на исходные) профилями на рис. 2 А и Б. Однако реализация 1-го шага, хотя и приводит к повышению обобщённых показателей, не позволяет перейти в более высокий критериальный диапазон системной открытости, что характеризует недостаточный масштаб изменений.

Переходя ко 2-му шагу целевого планирования можно планку целевых значений C_i повысить до уровня среднего значения следующего критериального диапазона, то есть 6 баллов (отмечено на рис. 2 соответствующими сплошными линиями). В рамках функции целевого управления разрабатываются системные мероприятия одновременно для всех оцениваемых показателей, направленные на повышение их значений до 6 баллов. После реализации 2-го шага производится контрольное оценивание достигнутых значений. Целевое планирование и управление на 3-м шаге изменений может быть установлено до уровня 8 баллов и выполнено аналогично реализации 2-го шага. Число шагов и значений целевых уровней определяется исходя из конкретных рыночных условий, в которых находится предприятие, потенциалом системного менеджмента, стратегическими устремлениями и ресурсными возможностями для реализации изменений.

Таким образом, предложенный подход позволяет оценивать и контролировать уровень открытости реальных систем и целенаправленно управлять необходимыми изменениями при совершенствовании и развитии систем.

Литература: 1. Кобзев П. М. Концепция параметрической идентификации информационной открытости и рыночных отношений в ОЭС и СЭС / П. М. Кобзев // Экономика розвитку. – 2010. – № 2 (54). – С. 43–45. 2. Кобзев П. М. Параметрическая идентификация объектов стратегического управления на основе системной модели / П. М. Кобзев // Экономика розвитку. – 2003. – № 1. – С. 89–94.

Стаття надійшла до редакції
24.06.2010 р.

УДК 005.7:005.94

Вартанова О. В.

СУТНІСТЬ І ВИДИ СТРАТЕГІЧНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Визначено сутність та ключові ознаки стратегічної компетенції підприємства. Розроблено класифікацію компетенцій промислового підприємства. Встановлено ієрархію складових стратегічної компетенції підприємства.

Анотация. Определена сущность и основные признаки стратегической компетенции предприятия. Разработана классификация компетенций предприятия. Определена иерархия составляющих стратегической компетенции предприятия.

Annotation. The essence and main characteristics of strategic competence of enterprise are certified. The classification of competencies of enterprise is suggested. The hierarchy of elements of strategic competence of enterprise is considered.

Ключові слова: здібності, ієрархія, класифікація, ознаки, підприємство, ресурси, стратегічна компетенція, складові, сутність.

В умовах жорсткої конкурентної боротьби завдання пошуку нових джерел конкурентних переваг особливо гостро стоїть перед сучасними підприємствами. Сьогодні не викликає сумніву, що конкурентна перевага найближчого майбутнього – це знання та інформація. Дослідження даного джерела конкурентної переваги зумовлює необхідність ідентифікації цього ресурсу, визначення шляхів його використання й розвитку. Відповідно до цього повинна змінюватися і сама система стратегічного управління підприємством, яка повинна визначити можливість застосування існуючого методичного інструментарію для аналізу знань й інформації, а також формування нових підходів та методів управління знаннями. Це визначає необхідність визначення змісту стратегічної компетенції підприємства і її видів з метою її ідентифікації та подальшого розвитку.

Основоположною роботою, яка визначає зміст поняття "компетенція підприємства" та її ознаки, була стаття Прахальда і Хемеля (С. К. Prahalad and G. Hamel) "Ключова компетенція корпорації" [1], яка визначила подальший розвиток школи стратегічного управління. Ці автори оперують поняттям "ключова компетенція" для позначення набору вмінь і технологій, маси безсистемно накопичених підприємством знань і досвіду, яка стає основою успішної конкуренції. Також провідними дослідження цієї галузі наукових знань були І. Ансофф, П. Селзник (P. Selznick), Стівенсон (H. K. Stivenson), М. Портер, Дж. Тідд (Joe Tidd) та інші вчені [2 – 6]. Проте питання саме стратегічної компетенції підприємства як об'єкта стратегічного управління, формування єдиної моделі управління стратегічною компетенцією залишилися поза увагою цих авторів, що визначає актуальність подальших дослідження стратегічної компетенції підприємства та шляхів її використання.

Метою даної статті є визначення сутності і видів стратегічної компетенції підприємства.

Узагальнення наукових досліджень щодо ролі компетенції в діяльності підприємства, яка полягає в можливості створення додаткової споживчої цінності нового продукту (процесу, послуги), що стає джерелом виникнення унікальних конкурентних переваг, надає змогу встановити, що компетенцію слід розглядати як об'єкт стратегічного управління підприємством. На думку автора, у стратегічному управлінні підприємством компетенція виконує дупльну роль: з одного боку, вона є об'єктом стратегічного управління підприємством, з іншого – його результатом, який виникає під час реалізації стратегії підприємства та полягає у створенні інноваційного продукту з новими споживчими властивостями. Такий погляд на компетенцію зумовлює необхідність визначення особливого виду компетенції – стратегічної компетенції підприємства – та надання власного бачення цієї концепції. Стратегічна компетенція становить специфічні для кожного підприємства, універсальні, найбільш значущі досвід, знання і вміння, які є продуктом навчання. Вона містить у собі елементи формалізованих та прихованих знань і втілюється в новій продукції з принципово новими споживчими властивостями. Стратегічна компетенція базується на декількох ключових компетенціях підприємства, її можна визначити як взаємопов'язану групу або скупчення активів, знань та навичок підприємства; стратегічна компетенція є набагато більшим, ніж просто організаційні "сили" або "слабкості". Таким чином, стратегічна компетенція стає специфічним видом інформаційних ресурсів підприємства, який включає досвід, знання і навички про спосіб організації й управління ресурсами та бізнес-процесами підприємства для досягнення поставлених цілей, носієм якого індивідуально або колективно є персонал підприємства. Втілюючись у новій продукції з новими споживчими властивостями стратегічна компетенція стає підґрунтям виникнення стійких конкурентних переваг, що складно піддаються імітації [7 – 10].

Ідентифікація змісту і складових стратегічної компетенції надала автору змогу встановити логічний взаємозв'язок її елементів, який подано на рис. 1.



Рис. 1. Логічний взаємозв'язок елементів стратегічної компетенції промислового підприємства

У цілому стратегічній компетенції властиві такі ознаки: є джерелом отримання виникнення стійких споживчих переваг; є унікальною для підприємства; потрібен певний час для її формування; містить структуру ресурсів; характеризується прихованим змістом і соціальною складністю.

Усього на сьогодні ідентифіковано 8 ознак стратегічної компетенції підприємства [1; 4; 6].

Виходячи із визначення компетенції підприємства та різноманітності її властивостей, автором визначено декілька видів компетенції підприємства.

За змістовними ознаками можна виділити такі складові компетенції підприємства:

компетентність – як сукупність компетенцій, наявність знань і досвіду, необхідних для ефективної діяльності у заданій предметній області;

основні здібності – як область діяльності, в якій підприємство проявляє себе найкращим чином, як потенційне джерело його конкурентної переваги;

ключова компетенція – як набір умінь і технологій, маси безсистемно накопичених підприємством знань і досвіду, які стають основою успішної конкуренції;

стратегічна компетенція, яка базується на декількох ключових компетенціях підприємства і становить взаємопов'язану групу або скупчення активів, знань та навичок підприємства, специфічних для кожного підприємства, і є основою отримання конкурентних переваг.

Ці види компетенції утворюють певну ієрархію, яку можна подати таким чином (рис. 2).



Рис. 2. Ієрархія складових компетенції підприємства [8]

Важливе практичне значення має класифікація компетенції підприємства, що дозволяє ідентифікувати стратегічну компетенцію підприємства та її основні складові, встановити зв'язки компетенції із ключовими знаннями підприємства, визначити основні напрями розвитку й подальшого використання стратегічної компетенції.

Дослідження Хемеля і Прахальда дозволяють виділити три типи компетенції підприємства залежно від результатів її використання [1]:

компетенція доступу до ринку (market access) дозволяє підприємству встановити контакт зі споживачами; цей вид компетенції розкриває властивості інноваційного продукту, які відповідають запитам споживачів, що відкриває доступ до нових ринків та нових сфер діяльності підприємства;

інтегровано зв'язана компетенція (integrity-related) надає можливість підприємству краще конкурувати на ринку; вона дозволяє отримувати нові конкурентні переваги, які формуються на підставі створення, передачі та інтеграції знання у бізнес-процеси підприємства та перетворення його на інноваційний продукт з новими споживчими властивостями;

функціонально зв'язана компетенція (functionally-related) виникає в міру розвитку функціональних компетенцій персоналу, що дозволяє оптимізувати бізнес-процеси підприємства та створює підґрунтя для перетворення індивідуальних компетенцій на організаційні [7].

За напрямками формування компетенцію підприємства можна підрозділити на:

- ринкову компетенцію;
- технологічну компетенцію;
- організаційну компетенцію;
- інноваційну компетенцію.

За рівнем формування компетенції можна виділити: індивідуальну компетенцію; групову компетенцію; організаційну компетенцію.

Ключовим моментом формування компетенції є перетворення індивідуальних та групових знань і компетенцій на організаційну форму, що робить її доступною для вивчення й подальшого розвитку і формування на її основі довгострокових конкурентних переваг підприємства. Оскільки носієм та джерелом виникнення компетенції є персонал, то серед компетенцій персоналу можна виділити:

- навчально-пізнавальну компетенцію;
- інформаційну компетенцію;
- комунікаційну компетенцію.

Означені види компетенції характеризують окремі спроможності персоналу підприємства в різних галузях знань і пізнавальної діяльності, які характеризують спроможність персоналу здобувати інформацію, знання та навички і на основі досвіду перетворювати їх на компетенцію.

Визначення видів компетенції надало змогу автору сформулювати класифікацію компетенцій промислового підприємства, яку подано на рис. 3. Класифікація компетенцій підприємства надає можливість визначити джерела і носіїв компетенції, встановити напрями її формування та подальшого розвитку.

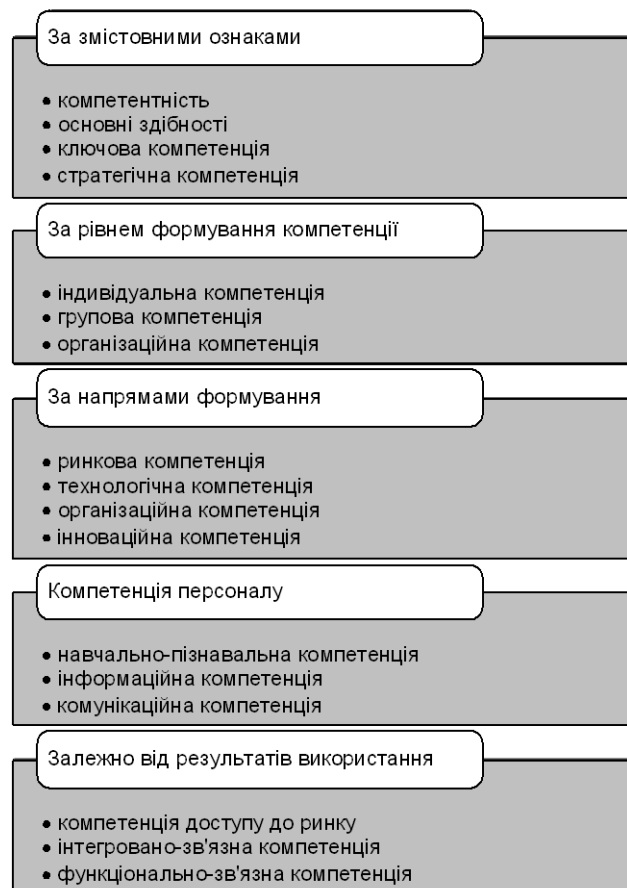


Рис. 3. Види компетенцій промислового підприємства

Стратегічна компетенція підприємства ґрунтується на знанні та виникає у процесі проходження підприємством циклу знань: визначення основних спроможностей і компетенцій підприємства передбачає їх використання шляхом перетворення на нові продукти, процеси і послуги та подальший розвиток компетенції на основі організаційного навчання. Саме такий підхід до аналізу компетенції надає змогу визначити етапи формування стратегічної компетенції та її подальшого використання.

Таким чином, узагальнення наукових досліджень щодо сутності та властивостей компетенції як джерела конкурентних переваг дозволило автору встановити, що компетенція виконує дуальну роль у діяльності підприємства: з одного боку, вона є об'єктом стратегічного управління підприємством, з іншого – найбільш значущим його результатом. Такий погляд на компетенцію надав змогу визначити особливу категорію компетенції підприємства – стратегічну компетенцію, а також встановити її зміст та відмітні властивості. Це дозволило автору окреслити складові стратегічної компетенції промислового підприємства та встановити їх логічний взаємозв'язок. Визначення видів компетенції промислового підприємства надає змогу класифікувати компетенцію підприємства та розробляти напрями її подальшого використання.

Література: 1. Prahalad C. K. The core competence of the corporation / C. K. Prahalad, G. Hamel // Harvard Business Review. – 1990. – Vol. 68. – No. 3. – Pp. 79–91. 2. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб. : Питер, 1999. – 289 с. 3. Selznick P. Leadership in Administration / P. Selznick. – New York : Harper, 1997. 4. Stevenson H. K. Analysing Corporate Strengths and Weaknesses / H. K. Stevenson // Sloan Management Review. – 1997. – Vol. 17. – No. 3. – Pp. 51–68. 5. Портер Майкл Е. Стратегія конкуренції / Майкл Е. Портер ; пер. з англ. – К. : Основи, 1998. – 345 с. 6. Tidd J. From strategic management to strategic competence: Measuring technological, Market and Organization Innovation / Joe Tidd. – 2nd Edition. – London : Imperial College Press, 2006. – 437 p. 7. Стратегічне управління персоналом підприємства в умовах сучасного розвитку ринку праці : монографія / І. Р. Бузько, О. В. Варганова, Г. О. Надьон та ін. – Луганськ : Вид. СНУ ім. В. Даля, 2009. – 304 с. 8. Варганова О. В. Стратегічна компетенція підприємства як об'єкт стратегічного управління підприємством / О. В. Варганова // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2009. – № 2 (132). – С. 49–55. 9. Варганова Е. В. Сущность стратегической компетенции как источника конкурентных преимуществ предприятия / Е. В. Варганова // Экономика и управление. – 2010. – № 34. – С. 44–47. 10. Варганова О. В. Идентификация компетенции предприятия на основе цикла знаний / О. В. Варганова // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2010. – № 1 (143). – Ч. I. – С. 42–51.

Стаття надійшла до редакції
08.09.2010 р.