

НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Наведено наукові підходи до формування потенціалу підприємства. Також створено теоретичну модель формування потенціалу. Розглянуто принципи і чинники, які допомагають розвитку окремих елементів потенціалу підприємства.

Ключові слова: потенціал підприємства, закон синергії, форми прояву закону синергії, принципи і підходи формування потенціалу підприємства, етапи оптимізації структури потенціалу підприємства.

Постановка проблеми. Формування потенціалу підприємства – один з найважливіших процесів, які відбуваються в діяльності підприємства, але, на жаль, сьогодні в Україні цьому не приділяють належної уваги. Є багато чинників, які призводять до втрати потенціалу, наприклад, кризовий стан окремих підприємств, зміна суспільно-економічного ладу в країні. І тому дуже важливим і необхідним є розгляд і дослідження процесу і підходів до формування потенціалу підприємства.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Досліджували формування потенціалу підприємства такі вчені: В.С. Пономаренко [11], П. Друкер [5], А. Дж. Стрікланд [12], І. Ансофф [2], А.А. Томпсон [12].

Мета дослідження полягає у визначенні підходів щодо формування потенціалу підприємства.

Основні результати дослідження. У широкому розумінні потенціал – це засоби, запаси, джерела, які є та можуть бути використані, приведені в дію для досягнення певної мети, виконання плану, розв'язання завдань, можливості якої-небудь соціальної системи у певній сфері.

Формування потенціалу підприємства – це процес ідентифікації та створення підприємницьких можливостей, його структуризації та побудови певних організаційних форм для стабільного розвитку та ефективного відтворення. З огляду на те, що формування потенціалу підприємства є складним процесом, орієнтованим на максимальну взаємодію із зовнішнім середовищем і забезпеченням високої якості реалізації, важливо визначити, які саме чинники зумовлюють розвиток його елементів і впливають на їхню збалансованість та ефективність використання.

Оскільки необхідно розподілити всі чинники на зовнішні і внутрішні щодо формування та розвитку потенціалу підприємства, то в основі побудови системи цих чинників повинен лежати принцип сфери впливу на елементи потенціалу підприємства, який буде сприяти кращому використанню потенціалу, формуванню потреби фінансування необхідного напрямку діяльності [6, с. 56].

Виділяють такі зовнішні чинники: економічні, соціальні, політичні, юридичні умови, вплив яких визначається обмежувальними і стимулятивними заходами з боку державних органів, банків, суспільних груп, інвестиційних компаній. Основні з цих заходів – це податкові, відсоткові ставки, тиск політичних сил, суспільні та законодавчі норми.

Щодо внутрішніх чинників, то до них потрібно віднести: стратегію підприємства, для реалізації також необхідні досвід і навички менеджерів, сформовані принципи організації та ведення бізнесу, моральні цінності керівників. Процес формування потенціалу підприємства є одним із напрямів його економічної стратегії і передбачає створення і організацію системи ресурсів і компетенцій таким чином, щоб результат їхньої взаємодії був чинником успіху в досягненні стратегічних, тактичних і операційних цілей діяльності підприємства [9, с. 65].

Виділяють такі основні наукові підходи до процесу формування потенціалу підприємства:

1. Системний – один із основних підходів у процесі формування потенціалу. На основі маркетингових досліджень формують спочатку параметри товару чи послуги: що робити, з якими показниками якості, з якими витратами, для кого, у які терміни, за якою ціною? Параметри виходу повинні бути конкурентоспроможними. Потім визначають параметри входу: які потрібні ресурси й інформація для реалізації внутрішніх бізнес-процесів?
2. Маркетинговий – передбачає орієнтацію формування можливостей підприємства на споживача. Критеріями є: підвищення якості кінцевого результату реалізації потенціалу відповідно до потреб споживачів; економія ресурсів споживачів завдяки підвищенню якості всіх елементів потенціалу та, як наслідок, підвищення якості кінцевої продукції чи послуги [8, с. 45].
3. Функціональний – передбачає пошук зовсім нових, оригінальних технічних рішень для задоволення існуючих або потенційних потреб. Після визначення функцій, які потрібно виконати для задоволення потреби, визначається кілька альтернативних варіантів формування потенціалу для їхнього виконання та вибирається той з них, який забезпечує максимальну ефективність сукупних витрат.
4. Відтворювальний – орієнтований на постійне поновлення виробництва продукції з меншою ресурсомісткістю та вищою якістю, порівняно з аналогічною продукцією, на цьому ринку для задоволення потреб клієнтів. Основним елементом є обов'язкове застосування бази порівняння в процесі планування відтворювального процесу.
5. Інноваційний – орієнтований на активізацію інноваційної діяльності, засобами якої повинні бути чинники виробництва й інвестиції.
6. Нормативний – полягає у встановленні для найважливіших елементів потенціалу нормативів: якості та ресурсомісткості продукції, завантаженості технічних об'єктів, параметрів ринку; ефективності використання ресурсного потенціалу; розроблення й ухвалення управлінських рішень.
7. Комплексний – передбачає необхідність урахування технічних, екологічних, економічних, організаційних, соціальних, психологічних та інших аспектів діяльності підприємства.
8. Інтеграційний – спрямований на дослідження посилення взаємозв'язків, об'єднання та посилення взаємодії між окремими його елементами.
9. Динамічний – пов'язаний з необхідністю розгляду потенціалу в діалектичному розвитку, визначенні причинно-наслідкових зв'язків і співвідпо-

рядкованості на основі здійснення ретроспективного аналізу поведінки аналогічних систем на певному етапі.

10. Оптимізаційний – реалізується через визначення кількісних оцінок і встановлення залежності між окремими елементами потенціалу з допомогою економіко-математичних і статистичних методів оброблення інформації.
11. Адміністративний – передбачає регламентацію функцій, прав, обов'язків, нормативів якості, витрат, пов'язаних із реалізацією елементів потенціалу, у нормативних актах за допомогою методів примушування.
12. Поведінковий – ґрунтується на підвищенні ефективності сукупного потенціалу завдяки підвищенню ефективності його кадрової складової.
13. Ситуаційний – заснований на альтернативності досягнення цілей і забезпеченні максимальної адаптації до умов конкретної ситуації в процесі формування потенціалу підприємства.
14. Структурний – заснований на структуризації потенціалу і визначенні його значимості, пріоритетів серед елементів потенціалу з метою встановлення раціональності співвідношення і підвищення обґрунтованості розподілу ресурсів між ними.

Формування потенціалу підприємства проводиться за такими принципами:

- потенціал підприємства – це складна система пересічних характеристик його елементів, причому останні можуть так чи інакше заміщати один одного, тобто є альтернативними [13, с. 76];
- потенціал підприємства не можна сформувати на базі механічного додавання елементів, оскільки він є динамічним угрупованням;
- потенціал підприємства у вищих формах його виявлення може самостійно трансформуватися з появою нових складових елементів;
- елементи потенціалу підприємства мають функціонувати одночасно і в сукупності, бо закономірності розвитку можливостей підприємства не можуть бути розкриті окремо, а тільки в поєднанні, що потребує досягнення збалансованого оптимального співвідношення між елементами;
- усі елементи потенціалу об'єктивно пов'язані з функціонуванням і розвитком підприємства, тобто, з одного боку, вони підлягають фізичному та техніко-економічному старінню, з іншого – чутливі до досягнень науково-технічного процесу;
- складові потенціалу підприємства мають бути адекватними характеристикам продукції послуг, які виробляються на підприємстві.

Опираючись на принципи формування потенціалу підприємства, побудуємо загальнотеоретичну модель його формування (рис.).

Потенціал підприємства має такі властивості, як цілісність, взаємозв'язок і взаємодія елементів, складність, здатність до розвитку, комунікативність, ієрархічність [1, с. 43]. Така властивість, як цілісність, показує, що внаслідок взаємодії всіх ресурсів, які створюють систему, з'являються нові якості, яких не має кожен окремий вид ресурсу. Одним із найвагоміших загальних законів організації є закон синергії, який звучить так: для будь-якої системи існує такий набір елементів, за якого її потенціал завжди буде або значно більшим, ніж проста сума потенціалів елементів, що до неї входять, або істотно меншим [13, с. 34].



Рис. Загальнотеоретична модель формування потенціалу підприємства

Процес оптимізації структури потенціалу підприємства, зважаючи на ефект синергії, потрібно здійснювати за такими етапами:

- формування системи цілей підприємства;
- визначення необхідного для кожної цілі набору стратегічних ресурсів, цей етап обов'язково потрібно узгоджувати з першим;
- оскільки для задоволення однієї потреби може існувати кілька варіантів наборів ресурсів, то доцільно оцінити альтернативні комбінації і після цього зробити остаточний висновок;
- враховуючи, що підприємство не володіє всіма видами ресурсів, треба провести раціональний розподіл обмежених ресурсів, визначити, куди найвигідніше їх спрямувати, щоб забезпечити високий рівень конкурентоспроможності потенціалу підприємства;
- після виконання попередніх етапів необхідно оцінити отриманий результат.

Висновок. Отже, існування певних організаційно-економічних особливостей формування потенціалу підприємств, залежно від сфери бізнесу, визначає успішність чи, навпаки, крах у довготерміновій перспективі. У структурі кожної соціально-економічної системи треба виокремлювати ключові точки, які зумовлюють розвиток всієї структури внаслідок комплексних зв'язків, мультиплікативних ефектів та ефекту синергії.

Література

1. **Авдеенко В.Н.** Производственный потенциал промышленного предприятия / В.Н. Авдеенко, В.А. Котлов. – М. : Изд-во "Экономика", 1989. – 240 с.
2. **Ансофф И.** Новая корпоративная стратегия : пер. с англ. / под ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб. : Изд-во "Питер", 1999. – 416 с.
3. **Арефьева Е.В.** Стратегия и тактика управления производственным и системами / Е.В. Арефьева. – Харків : Вид-во "Основа", 1996. – 203 с.

4. Бородин А. Этапы формирования стратегического потенциала предприятия / А. Бородин // Проблемы теории и практики управления. – 2003. – № 6. – С. 95-102.
5. Друкер П.Ф. Эффективное управление. Экономические задачи и оптимальные решения : учебн. пособ. : пер. с англ. / П.Ф. Друкер. – М. : Изд-во "Наука", 1998. – 228 с.
6. Иванов Н.И. Экономические аспекты производственного потенциала : теория и практика / Н.И. Иванов. – Донецк : ИЭП НАН Украины, 2000. – 420 с.
7. Інтелектуальний потенціал та науково-технічна політика / за наук. ред. акад. НАН України М.І. Долішнього. – Львів : Вид-во ІРД НАНУ, 1999. – 234 с.
8. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посібн. / Н.С. Краснокутська. – К. : Центр навч. літ-ри, 2005. – 352 с.
9. Мескон М. Основи менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М. : Вид-во "Дело", 1995. – 702 с.
10. Перерва П.Г. Управление маркетингом на машиностроительном предприятии / П.Г. Перерва. – Харьков : Изд-во "Основа", 1993. – 286 с.
11. Пономаренко В.С. Стратегічне управління підприємством / В.С. Пономаренко. – К. : Вид-во "Основа", 1999. – 619 с.
12. Рєпіна І.М. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч.-метод. посібн. [для самост. вивч.] / І.М. Рєпіна, О.С. Федонін, О.І. Олексюк. – К. : Вид-во КНЕУ, 2005. – 216 с.
13. Должанський І.З. Управління потенціалом підприємства : навч. посібн. / І.З. Должанський, Т.О. Загорна, О.О. Удалих, І.М. Герасименко, В.М. Рашупкіна. – К. : Центр навч. літ-ри, 2006. – 362 с.

Маринич И.А., Кадыловыч Н.Р. Научные подходы к формированию потенциала предприятия

Приведены научные подходы к формированию потенциала предприятия. Также создана теоретическая модель формирования потенциала. Рассмотрены принципы и факторы, которые помогают развитию отдельных элементов потенциала предприятия.

Ключевые слова: потенциал предприятия, закон синергии, формы проявления закона синергии, принципы и подходы формирования потенциала предприятия, этапы оптимизации структуры потенциала предприятия.

Marynych I.A., Kadylovych N.R. Scientific methods of potential enterprise

This article shows the main approaches to capacity-building enterprise. Also formed the theoretical model of potential. The principles and factors that help the development of specific elements of the enterprise potential.

Keywords: potential of the enterprise, the law of synergy, synergy is an attribute of law, principles and approaches of enterprise potential stages of optimization of structure-building enterprise.

УДК 334.735:658.618

Доц. І.А. Маринич, канд. екон. наук;
магістрант Т.Т. Козуб – Львівська КА

**ПІДХОДИ ЩОДО ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ
УПРАВЛІННЯ ОБІГОВИМИ КОШТАМИ ТОРГОВЕЛЬНОГО
ПІДПРИЄМСТВА**

Розглянуто питання формування ефективної системи управління обіговими коштами торговельних підприємств. Виявлено основні тенденції ефективності використання обігових коштів та їхній вплив на фінансовий стан торговельних підприємств.

Вступ. Функціонування торговельних підприємств потребує розроблення обґрунтованої стратегії розвитку, яка передбачає комплексне оцінюван-