

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Анотация. Подано сучасні підходи до формування потенціалу в діяльності підприємства, а саме системний підхід, маркетинговий, функціональний, відтворювальний, інноваційний, нормативний та комплексний. Розглянуто основні принципи і чинники, які допомагають розвитку окремих елементів потенціалу підприємства.

Аннотация. Представлены современные подходы к формированию потенциала в деятельности предприятия, а именно системный подход, маркетинговий, функциональный, воспроизводственный, инновационный, нормативный и комплексный. Рассмотрены основные принципы и факторы, которые помогают развитию отдельных элементов потенциала предприятия.

Annotation. Modern approaches to forming the potential in enterprise activity, namely a systematic approach, marketing, functional, reproduction, innovative, regulatory and complex ones are given. The basic principles and factors that help the development of the individual elements of enterprise potential are considered.

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

Формування потенціалу підприємства – один із 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 важливими й необхідними є розгляд і дослідження процесу та підходів до формування потенціалу підприємства.

Мета дослідження полягає у визначенні підходів до формування потенціалу підприємства.

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 й 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 та внутрішні щодо формування й 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 [1, 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, який передбачає створення й організацію системи ресурсів і компетенцій таким чином, щоб результат їхньої взаємодії був чинником успіху в досягненні стратегічних, тактичних і операційних цілей діяльності підприємства [2, 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, в 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 [3, с. 45];

3) функціональний – передбачає пошук зовсім нових, оригінальних технічних рішень для задоволення наявних або потенційних потреб. Після визначення функцій, які потрібно виконати для задоволення потреби, визначається кілька альтернативних варіантів формування потенціалу для їхнього виконання та вибирається той із 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;

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.

Формування потенціалу підприємства проводиться за такими принципами:

1) потенціал підприємства – це складна система пересічних характеристик його елементів, причому останні можуть так чи інакше заміщувати один одного, тобто є альтернативними [4, с. 76];

2) потенціал підприємства не можна сформувати на базі механічного додавання елементів, оскільки він є динамічним угрупованням;

3) потенціал підприємства у вищих формах його вияву може самостійно трансформуватися з появою нових складових елементів;

4) елементи потенціалу підприємства мають функціонувати одночасно і в сукупності, оскільки закономірності розвитку можливостей підприємства не можуть бути розкриті окремо, а тільки в поєднанні, що потребує досягнення збалансованого оптимального співвідношення між елементами;

5) 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;

6) складові потенціалу підприємства мають бути адекватними характеристикам продукції та послуг підприємства.

Потенціал підприємства має такі властивості, як цілісність, взаємозв'язок і взаємодія елементів, складність, здатність до розвитку, комунікативність, ієрархічність [5, 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 [4, с. 34].

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

1) формування системи цілей підприємства;

2) визначення необхідного для кожної цілі набору стратегічних ресурсів, цей етап обов'язково потрібно узгоджувати з першим;

3) оскільки для задоволення однієї потреби може існувати кілька варіантів наборів ресурсів, то доцільно оцінити альтернативні комбінації і після цього зробити остаточний висновок;

4) враховуючи, що підприємство не володіє всіма видами ресурсів, треба провести раціональний розподіл обмежених ресурсів, визначити, куди найвигодніше їх спрямувати, щоб забезпечити високий рівень конкурентоспроможності потенціалу підприємства;

5) після виконання попередніх етапів необхідно оцінити отриманий результат.

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.

Наук. керівн. Матвієнко-Біляєва Г. Л.

Література: 1. Иванов Н. И. Экономические аспекты производственного потенциала : теория и практика / Н. И. Иванов. – Донецк : ИЭП НАН Украины, 2000. – 420 с. 2. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М. : Изд. "Дело", 1995. – 702 с. 3. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посібн. / Н. С. Краснокутська. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 352 с. 4. Управління потенціалом підприємства : навч. посібн. / І. З. Должанський, Т. О. Загорна, О. О. Удалих та ін. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 362 с. 5. Авдеенко В. Н. Производственный потенциал промышленного предприятия / В. Н. Авдеенко, В. А. Котлов. – М. : Изд-во "Экономика", 1989. – 240 с. 6. Репіна І. М. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч.-метод. посібн. [для самот. вивч.] / І. М. Репіна, О. С. Федонін, О. І. Олексюк. – К. : Вид. КНЕУ, 2005. – 216 с.