

УДК 658.014

ВИКОРИСТАННЯ КОМПЛЕКСНОГО ПІДХОДУ В СИСТЕМІ ВИЗНАЧЕННЯ СКЛАДОВИХ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ

*Ареф'єва О.В., д.е.н., професор (НАУ),
Миргородська А.П., аспірант (ЄУ)*

В статті запропоновано комплексний підхід щодо розгляду підприємницького потенціалу в загальному потенціалі підприємств, виявлено складові підприємницького потенціалу, проаналізовано прямий та зворотній зв'язки між складовими підприємницького потенціалу та структурними елементами економічного потенціалу підприємств.

Ключові слова: підприємницький потенціал, складові, структурні елементи, економічний потенціал, комплексний підхід.

Постановка проблеми. Визначати підприємницький потенціал підприємства слід з того, що він тісно пов'язаний прямим та зворотнім зв'язком з економічним потенціалом організації, який, в свою чергу, як і підприємницький, є складовою потенціалу підприємства в цілому. Але при цьому підприємницький потенціал неможна розглядати як узагальнюючий через сумування потенціалів що в нього включаються, що пов'язане зі складними властивостями синергізму складних систем. Спираючись на вищесказане, можна стверджувати, що тема даної статті є актуальною, своєчасною та потребує подальшого вирішення.

Аналіз останніх публікацій. Питаннями щодо теорії визначення складових потенціалу підприємств займалися наступні вчені-економісти: І. Ансофф [1], О. Ареф'єва [2], І Бузько [3], Є. Лапін [4], В. Михайленко [5], І. Репіна [6], Н. Чухрай [7] та інші. Проте в роботах зазначених вчених недостатньо уваги приділялось використанню комплексного підходу в системі визначення складових підприємницького потенціалу

Метою статті є визначення складових підприємницького потенціалу та їх функціональної залежності з елементами економічного потенціалу з використанням комплексного підходу.

Виклад основного матеріалу дослідження. В сучасній економічній літературі можна спостерігати деяку розбіжність щодо виявлення побудови потенціалу підприємства [1, 7]. Ряд авторів розглядають наявні у розпорядженні підприємства ресурси як складові потенціалу, а також відносять можливості наявні у підприємства які можна використати з максимальною користю для виконання тактичних та стратегічних цілей підприємства [4, 7]. Виходячи з направленості розгляду потенціалу такий підхід слід вважати ресурсним. При розгляді побудови потенціалу підприємства, який використовується при ресурсному підході, виділяють наступні його

елементи: виробничо-технологічний потенціал; науково-технічний потенціал; фінансово-економічний потенціал; кадровий потенціал; інноваційний потенціал як стан підприємства на певний період часу відносно його інвестиційних здібностей.

Розглядаючи роботи інших авторів [8] можна побачити виділення функціональних сфер діяльності підприємства і розгляд кожної з них як окремої складової потенціалу підприємства, яку можна охарактеризувати як функціональну. При функціональному підході до структуризації потенціалу підприємства зазвичай виділяють виробничий, фінансовий, інноваційний (науково-технічний), маркетинговий, кадровий потенціал. Крім того, виділяється управлінський, інформаційний, комунікаційний, збутовий (хоча в основному його вважають частиною маркетингового) потенціали підприємства. При цьому структуризація потенціалу підприємства значною мірою визначається цілями дослідження.

На наш погляд, висвітлені підходу заздалегідь є недосконалими, тому що під час ресурсного підходу ресурси виділяються як окремі складові без висвітлення їх функціональної приналежності у структурі управління та зовсім не враховується маркетингова складова. Тому під час розгляду підприємницького потенціалу доцільно буде використати комплексний підхід, який дозволить виокремити підприємницький потенціал з загального потенціалу підприємства та показати зв'язок з економічним потенціалом. Підприємницький потенціал можна представити у вигляді чотирьох складових (управлінської, кадрової, маркетингової, фінансової), які несуть прямий вплив на елементи економічного потенціалу та на три групи ресурсів (підприємця, підприємства, зовнішнього середовища), а також є залежними у тому, в якому якісному вигляді буде здійснюватись зворотній зв'язок (рис. 1).

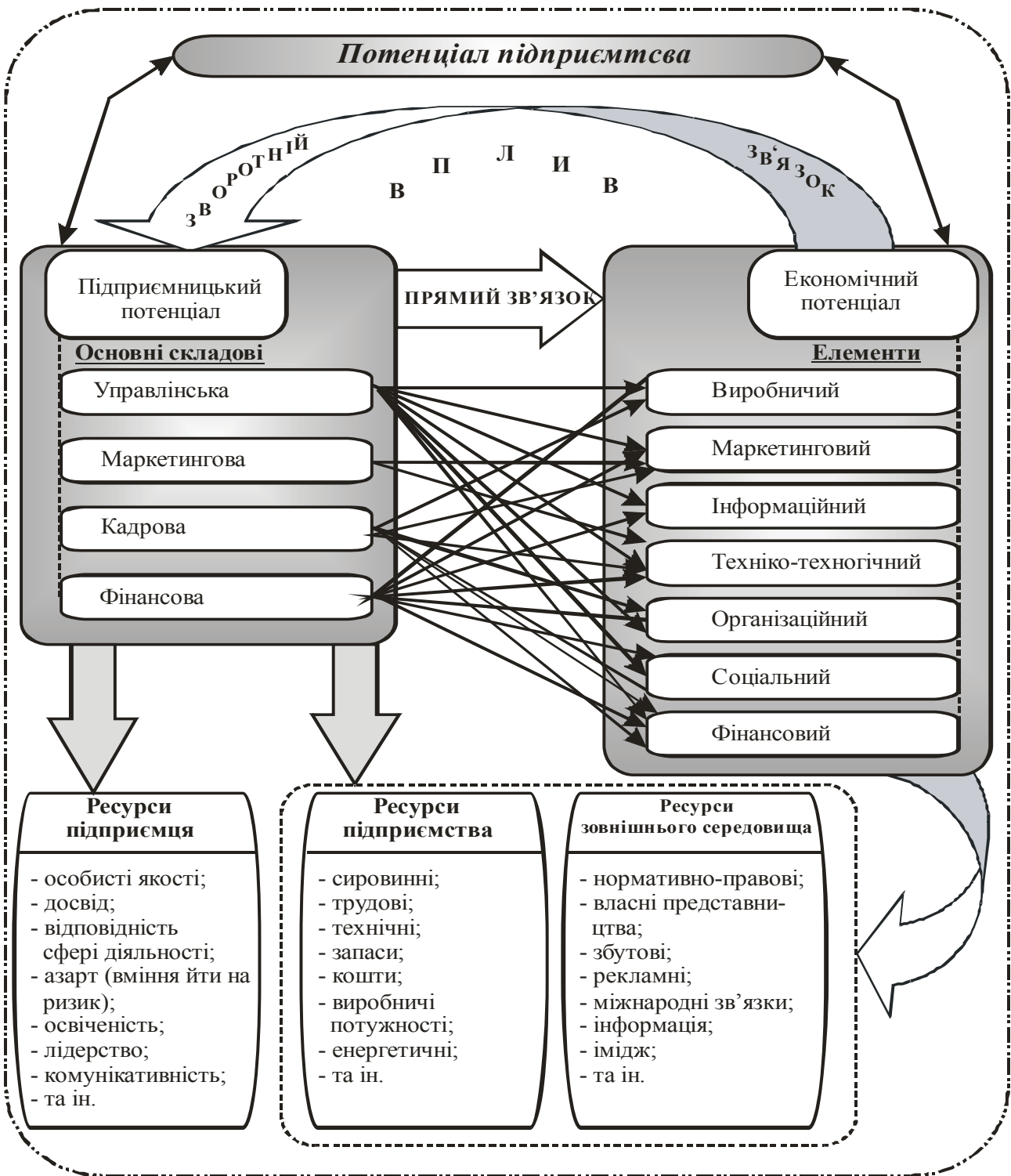


Рисунок 1 - Комплексний підхід щодо розгляду підприємницького потенціалу підприємства

Для більш чіткого розуміння місця підприємницького потенціалу у загальному потенціалі підприємства та визначення прямого і зворотнього зв'язку його складових з елементами економічного потенціалу, виходячи з комплексного підходу, слід зробити розстановку структурних елементів за сферами впливу при

розгляді кожної складової як системи, що діє у складі підприємства.

Слід провести більш повний аналіз підприємницького потенціалу та його складових. Першою складовою підприємницького потенціалу є управлінський потенціал, який має вплив на всі елементи економічного потенціалу, що дозволяє

вчасно реагувати на виникаючі внутрішні та зовнішні загрози. Нівелювання загроз на всіх управлінських рівнях можна досягти за рахунок своєчасного та ефективного прийняття рішень в умовах невизначеності або при ризикових ситуаціях, а також за рахунок організаційних перетворень та гнучкості структурної побудови підприємств, їх властивості своєчасно реагувати на постійні зміни середовищ функціонування. Важливою частиною для прийняття ефективних та своєчасних управлінських рішень є інформаційний елемент, що включає в себе достовірність, швидкість обробки інформації та її вдале використання для запобігання можливим загрозам. Управлінський потенціал визначається через можливість інтеграційних процесів між рівнями потенціалів та наявних видів ресурсів, що складаються у комплексні систему, яка відповідає цілям підприємства і таким чином формує стратегічний потенціал підприємства.

Управлінський потенціал є визначальним в процесі розробки і реалізації стратегій розвитку та досягнення цілей підприємства. Динамічно змінне зовнішнє оточення визначає необхідність постійної координації цілей і стратегії розвитку підприємства, і саме система його управління є основним гарантом отримання намічених результатів. Потенціал системи управління можна визначити як комплекс можливостей, що надаються організаційною структурою, науково-технічним потенціалом та інформаційним забезпеченням для прийняття адекватних рішень, відповідних зовнішнім умовам, в яких функціонує підприємство, а також прийнятим цілям і стратегії розвитку. При аналізі управлінського потенціалу необхідна комплексна оцінка швидкості і обґрунтованості прийняття рішень, рівня делегування повноважень, рівня планування, якості контролю, прохідності інформації, системи мотивації.

Управлінська складова в більшій мірі ніж інші залежить від ресурсів підприємства та його здатності використовувати ці ресурси для впливу на елементи економічного потенціалу.

При такій взаємодії управлінський потенціал залежить від управлінських рішень та дій: постійний контроль за виконанням поставлених завдань та прийнятих рішень; делегування повноважень з мінімальною втратою ефективності їх виконання; обґрунтування прийнятих рішень в залежності від ситуації що склалася; проведення постійних організаційних змін; забезпечення контролю і регулювання достовірності інформації під час прямого та зворотнього зв'язку з усіма видами елементів економічного потенціалу; якісне планування, що відображає послідовність рішень, які спрямовуються на досягнення поставлених цілей; лідерство.

Можна сказати, що управлінський потенціал відображається через посадові обов'язки, які відносяться до усіх рівнів управління (інституційний, управлінський, технологічний), які виконує працівник завдяки своїм знанням, досвіду, особистим якостям, здатностям забезпечуючи досягнення цілей підприємства. Таким чином, аналізуючи підприємницький потенціал та його управлінську складову, слід розглядати особисті якості підприємця у тісному зв'язку з ефективністю функціонування підприємства та тими показниками, що впливають на рівень розвитку управлінського потенціалу.

Маркетингова складова несе в собі зв'язкові характеристики підприємства з зовнішнім середовищем, а також окреслює політику дій, які проводить організація для забезпечення постійності збуту, підвищення рівня конкурентоспроможності, а також створення позитивного іміджу організації на ринку. Маркетинговий потенціал має забезпечуватися вдалою маркетинговою стратегією, яка носить агресивний характер, оскільки фактори зовнішнього середовища спричинятимуть постійний опір реалізації даної стратегії. С точки зору розгляду маркетингового потенціалу як складової підприємницького його можна визначити як філософію управління комерційних та державних підприємств, оскільки задоволення потреб споживачів через вдале використання методики досягається завдяки інструментарію маркетингової стратегії, а також задіяння ринкових важелів підприємства для ефективного використання росту маркетингового потенціалу.

Маркетинговий потенціал є комплексною характеристикою, що відображає потенційні можливості підприємства в захопленні нових ринків збуту, здібності до адекватного реагування на зміни умов збуту та забезпечуючий управління і контроль за ринковими процесами. При його оцінці необхідно оцінювати частку ринку конкретного підприємства, оскільки висока частка ринку свідчить про набагато більший потенціал і дає змогу впливу на останніх її суб'єктів, а низька змушує підприємство адаптуватися. Також слід оцінювати конкурентні переваги та імідж підприємства.

Важливим показником маркетингового потенціалу є характеристика збуту, зокрема, наявність у підприємства власної (або контрольованою) збутової мережі, обсяг продажів та потенційна пропускна спроможність збутової структури [3].

Маркетинговий потенціал — це здатність підприємства систематизовано й планомірно спрямувати всі свої функції (визначення потреб і попиту, організація виробництва, продаж і після

продажне обслуговування) на задоволення потреб споживачів і використання потенційних ринків збуту. У структурі маркетингового потенціалу окремо виділяють логістичний потенціал [6]. Розглядати маркетинговий потенціал, як складову підприємницького слід через прийняття рішень підприємцем щодо реалізації маркетингової стратегії, які носять наступні характеристики: зниження витрат для просування продукції на ринок; швидка доставка продукції споживачеві; добре підготовлений персонал, зайнятий збутом; доступно та добре організований сервіс; наявність гарантій на енергетичне обладнання та гарантій виконання обов'язків; використання нових, сучасних методів та технологій впливу на споживача; вміння швидко просувати нову продукцію [9, 10].

Таким чином маркетинговий потенціал, як складова підприємницького потенціалу, несе в собі основні чотири елементи концепції, що сприяє ефективному задоволенню ринкових потреб та загальному успіху організації. Сюди можна віднести: успіх підприємства; організацію діяльності, яка орієнтована на споживача; збільшення конкурентних переваг; єдність підприємства [11]. Основна особливість маркетингового потенціалу, як складової підприємницького, є те, що для нього найважливішими є ресурси підприємця та зовнішнього середовища, а ресурси підприємства відходять на другорядний план.

Наступною складовою підприємницького потенціалу виступає кадровий потенціал, оскільки в організації суб'єктом управління виступають люди, які створюють додану вартість і задіяні в усіх складових підприємницького потенціалу і елементах економічного. Кадровий потенціал характеризується кількісним і якісним складом промислово-виробничого персоналу підприємства. При його оцінці важливе значення мають рівень кваліфікації співробітників, рівень мотивації та реальна можливість кар'єрного зросту працівників [3]. На підприємстві кадровий потенціал можна поділити на дві складові: трудовий потенціал та потенціал управлінського складу. Можна погодитися з думкою А.М. Азриліяна, що трудовий потенціал – це можлива кількість та якість праці, що має в наявності трудовий колектив при даному рівні розвитку науки та техніки. [12].

Розглядаючи кадровий потенціал його рівень слід визначати на основі діяльності усіх структурних підрозділів та правильності прийнятих управлінських рішень, що дає змогу досягати поставлених цілей та відображається у покращенні показників діяльності усіх елементів економічного потенціалу.

Проаналізувавши відмінності, які існують у підходах при визначенні економічного терміну

«трудова потенціал», ми дійшли висновку, що переважна більшість науковців використовують категорії «робоча сила» та «трудова ресурси» як тотожні поняття, а категорію «кадровий потенціал» включають до складу поняття трудовий [13]. Таким чином, автори лише роблять розподіл властивостей поняття робоча сила як окремої категорії та виражають ці властивості через окремі структурні елементи системи і розглядають її як окрему категорію. На наш погляд, неможна погодитися з твердженням, що кадровий потенціал є частиною трудового, оскільки робоча сила (суб'єкт) за суб'єктивним та об'єктивним характером це вплив на окремий об'єкт (матеріальні ресурси) для зміни його властивостей. Такий вплив призводить до створення продукції та доданої вартості. При цьому не враховується рівень якості управління трудовими ресурсами, що забезпечує відповідний рівень у системі виробництва на підприємстві.

Підприємницький потенціал організації використовує кадрову складову для постійного та систематичного процесу забезпечення елементів економічного потенціалу через формування відповідності фахівців до організаційних потреб та забезпечує постійність дій, пов'язаних з функціонуванням організації для досягнення її цілей.

Наступною складовою підприємницького потенціалу виступає фінансовий потенціал. Фінансовий потенціал – це обсяг власних, позичених та залучених фінансових ресурсів підприємства, якими може розпорядитися для здійснення поточних і перспективних витрат [6]. Така складова як фінансовий потенціал має дуже ваговий вплив на діяльність підприємства вцілому, оскільки до його складу відносяться власні, позичені та залучені фінансові ресурси. Наявність таких ресурсів у відповідності до потреб підприємства забезпечує розвиток економічного потенціалу та всіх його структурних елементів. Фінансовий потенціал відображає відповідність фінансового стану, інвестиційної привабливості, кредитоспроможності і системи ефективного управління фінансами підприємства щодо забезпечення стійкої інноваційної діяльності на всіх етапах інноваційного циклу [5].

Так, фінансова складова підприємницького потенціалу має чіткий вплив на фінансовий стан підприємства, його платоспроможність та ліквідність, на соціальний аспект забезпечення співробітників належного рівня соціальної захищеності, вплив на техніко-технологічний елемент для забезпечення інноваційний впроваджень. Інформаційний елемент забезпечує постійність та максимізує достовірність інформації, а також у разі потреби забезпечує фінансами промисловий шпіонаж. При впливі на

маркетинговий елемент економічного потенціалу визначає рівень фінансових надходжень на проведення дій, що пов'язані з реалізацією продукції та забезпечення іміджу як підприємства в цілому, так і його керівного складу і наявних торговельних марок. Під час впливу на виробничий елемент економічного потенціалу забезпечує постійність ресурсних надходжень та підтримку виробничих потужностей у виробничому стані. Оскільки фінансовий потенціал впливає на усі елементи економічного потенціалу, то при розгляді його як складової підприємницького доцільно використати виокремлені показники. З огляду на теоретичну розробку та проведені дослідження, показники фінансового потенціалу при розгляді його як складової підприємницького треба виділяти через групу приналежності.

Так, на кожному підприємстві для аналізу, стратегічного та тактичного планування, контролю і регулювання діяльності виокремлюються лише ті показники, які відображають найважливіші сфери діяльності організації, а саме:

1. Показник фінансової результативності (прибуток/збиток) підприємства.
2. Показник платоспроможності підприємства.
3. Показник кредитного забезпечення.
4. Показник інвестиційного залучення.
5. Показник облігаційного забезпечення підприємства.
6. Показник резервного забезпечення.
7. Показник фінансової безпеки підприємств.
8. Показник балансової та ринкової вартості компанії.
9. Показник сукупної акціонерної доходності та інвестиційної віддачі.
10. Інтегральний показник виявлення загрози банкрутства.

Спираючись на вищевикладене, маємо зазначити, що фінансова складова підприємницького потенціалу може бути охарактеризована як практично найважливіша, оскільки підприємець вкладаючи власні кошти йде на ризик їхнього неповернення у зв'язку з багатогранністю негативних факторів впливу, особливо фінансових, на діяльність підприємства. В такому випадку максимальна інформативність показників фінансової складової дозволить вчасно нівелювати загрози, що виникають та проводити своєчасні перетворення, які нададуть підприємству належний рівень економічної безпеки, який не дозволить знизитися нижче точки беззбитковості, а в стратегічному аспекті на постійній основі отримувати заплановані прибутки.

Дані показники характеризують якість прийняття управлінських рішень підприємцем, а також вказують на рівень взаємодії елементів

економічного потенціалу та впливають на виробничу, маркетингову, техніко-технологічну та іншу діяльність. Зміни фінансового потенціалу у позитивному напрямку вказують на підвищення рівня підприємницького потенціалу через проведення підприємцем політики нарощування фінансових резервів, а також їх ефективне використання задля підвищення ефективності роботи підприємства загалом.

Висновок. Виділені складові підприємницького потенціалу підприємства дають можливість системно задіяти виробничий, маркетинговий, інформаційний, техніко-технологічний, організаційний, соціальний, фінансовий елементи економічного потенціалу, реалізувати приховані та явні їхні можливості, вчасно визначити резерви кожної зі складових і розробляти заходи, адекватні ринковій ситуації.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия: Пер. с англ. / Игорь Ансофф; При содействии Э.Дж. Макдоннелла. – Спб. и др.: Питер, 1999. – 414 с.
2. Ареф'єва О.В. Планування економічної безпеки підприємств / О.В.Ареф'єва, Т.Б. Кузенко. – К.: Вид-во Європ. Ун-ту, 2003. – 210 с.
3. Бузько І.Р. Стратегічний потенціал і формування пріоритетів у розвитку підприємств. Монографія. / І.Р. Бузько, І.С. Дмитренко, О.А. Суценко – Алчевськ: вид-во ДГМІ, 2002. – 216 с.
4. Лапин Е.В. Экономический потенциал предприятия: Монография. / Е.В. Лапин – Сумы. Итд «Университетская книга», 2002. — 310 с.
5. Михайленко В.М. Формування організаційного потенціалу розвитку економічної безпеки підприємств: монографія / В.М. Михайленко, С.О. Ареф'єв. – Львів : Укр. акад. друкарства, 2010. – 224 с.
6. Федонін О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч. посібник. / О.С. Федонін, І.М. Репіна, О.І. Олексюк — К.: КНЕУ, 2003. — 316с.
7. Чухрай Н.І. Формування інноваційного потенціалу підприємства: маркетингове та логістичне забезпечення: Монографія. / Н.І. Чухрай – Львів: Видавництво Національного університету „Львівська політехніка”, 2002. — 186 с.
8. Воронкова А.Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация. Монография. / А.Э. Воронкова – Луганск: Изд-во Восточно-украинского национального университета, 2000. – 315 с.
9. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Пер. с англ. под. ред. Л.А. Волковой, Ю.Н. Каптуревского. – СПб: Питер, 2001. – 752 с.

10. Универсальный экономический словарь. Менеджмент, маркетинг, реструктуризация. – К.: Поисково-издательское агентство „Книга памяти Украины”, 1999. – 392 с.

11. Маркетинг-менеджмент и стратегии. 3-е издание / Пер. с англ. Под ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2002. – 544с.

12. Малый экономический словарь / Под ред. А. Н. Азрилияна. – М.: Институт новой экономики, 1997. – 1088 с.

13. Суходоева Л. Ф. Кадровый потенциал предприятия / Л. Ф. Суходоева // Экономика и финансы: Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. — № 3. — 2007. — С. 165-167.

Аннотация. В статье предложен комплексный подход к рассмотрению предпринимательского потенциала в общем потенциале предприятий, выявлены составляющие предпринимательского потенциала, проанализированы прямая и обратная связи между составляющими предпринимательского потенциала и структурными элементами экономического потенциала предприятий.

Ключевые слова: предпринимательский потенциал, составляющие, структурные элементы, экономический потенциал, комплексный подход.

Summary. In the article complex approach is offered in relation to consideration of enterprise potential in general potential of enterprises, found out the constituents of enterprise potential, the direct is analyzed and to reverse copulas between the constituents of enterprise potential and structural elements of economic potential of enterprises.

Keywords: enterprise potential, component, structural elements, economic potential, complex approach.

Експерт редакційної колегії к.е.н., доцент УкрДАЗТ Якименко Н.В.

УДК 339.144

ОПТИМІЗАЦІЯ РІВНЯ ЗАПАСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ З ВИКОРИСТАННЯМ ФОРМУЛИ ВІЛЬСОНА

*Барабанов І.В., доцент,
Бутенко О.П., доцент (ХДТУБА)*

Стаття присвячена питанню оптимізації рівня запасів на підприємстві з використанням формули Вільсона.

Ключові слова: *формула Вільсона, оптимальний розмір замовлення, ЕОQ, логістика закупівель.*

Постановка проблеми. Завдання логістики закупівель і управління запасами полягає в безперерйному забезпеченні підприємства матеріальними ресурсами, що відповідають встановленим стандартам якості, з найменшими загальними витратами і витратами на рух матеріального потоку, що включають: номінальну ціну, витрати на доставку, витрати на утримання запасів. Серед моделей розрахунку оптимізації рівня запасів особливо виділяється формула Вільсона, яку часто називають формулою оптимального розміру замовлення, або формулою економічного розміру замовлення (Economic order quantity - EOQ). Модель Вільсона відома, але рідко

застосовується на практиці, що зумовило напрям дослідження цієї проблематики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанню оптимізації рівня запасів в спеціальній літературі приділено досить багато уваги. У роботах А. Стерлігової, І. Семенової [1], Є.В. Крикавського, Н.Т. Гриніва, І.П. Таранського [2], С.С. Федорова [3] розглянуті різні підходи до управління запасами, серед яких оптимізація є найпопулярнішою. Значний інтерес до оптимізації рівня запасів викликаний досить складним становищем, в якому опинилися багато вітчизняних підприємств після початку перебудови економіки.

Невирішені частини загальної проблеми. Багато фахівців з логістики вважають формулу