

К.А. Карачарова, ст. викл. (УкрДАЗТ, Харків)

СУТНІСТЬ ТА СКЛАДОВІ СТРАТЕГІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Досліджено сутність поняття «потенціал підприємства», який у подальшому пов'язується із стратегічним потенціалом підприємства. Установлено, що стратегічний потенціал – це сукупність наявних і потенційних можливостей ефективно використовувати доступні ресурси для забезпечення його сталого функціонування та досягнення поставлених стратегічних цілей. Відповідно до такого пояснення виділені ті властивості, які дають змогу проводити подальші дослідження зі створення методики розрахунку рівня стратегічного потенціалу.

Исследована сущность понятия «потенциал предприятия», который в дальнейшем связывается со стратегическим потенциалом предприятия. Установлено, что стратегический потенциал – это совокупность существующих и потенциальных возможностей эффективно использовать доступные ресурсы для обеспечения его устойчивого функционирования и достижения поставленных стратегических целей. Согласно такому объяснению выделены те свойства, которые позволяют проводить дальнейшие исследования по созданию методики расчета уровня стратегического потенциала.

Essence of concept is in-process investigated potential of enterprise, that in future contacts with strategic potential of enterprise . It is set that strategic potential – totality of existent and potential possibilities effectively to use accessible resources for providing of his steady functioning and achievement of the put strategic aims. In obedience to such explanation those properties, are distinguished that allow to conduct further researches on creation of methodology of calculation of level of strategic potential

Постановка проблеми у загальному вигляді. Ефективна робота будь-якого підприємства, його зростання й розвиток визначаються правильним вибором стратегічних орієнтирів, що дозволяють щонайкраще реалізувати потенціал підприємства. Представляється доцільним досліджувати потенціал підприємства з метою вибору рекомендацій із формування стратегії підприємства, оскільки сила впливу кожного із чинників зовнішнього середовища на підприємства зумовлена особливостями самих підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Щодо поняття «стратегічний потенціал», то інформація відносно нього носить

суперечливий характер. Дайан А. тлумачить стратегічний потенціал як «систему факторів та умов, необхідних для здійснення стратегічної діяльності», що спрощують дійсність, а також звужують сферу використання даної категорії [1]. Гавва В.Н. [2, с. 7] розуміє під стратегічним потенціалом граничні можливості досягнення глобальної та локальної стратегічних цілей у відповідних зовнішніх умовах. Сущенко О.А. [3, с. 5]. та Іванов Ю. [4] під стратегічним потенціалом розуміють сукупність усіх ресурсів, необхідних для реалізації стратегії розвитку. У праці Лапіна Є. [5] стверджується, що стратегічний потенціал характеризує можливості за найбільш ефективного (раціонального) використання ресурсів.

Таким чином, сьогодні в наукових дослідженнях не існує єдиного теоретичного підходу щодо дослідження поняття «стратегічний потенціал підприємства».

Мета та завдання статті – узагальнення та систематизація складових стратегічного потенціалу підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналіз сутності стратегічного потенціалу підприємства необхідно розпочати з дослідження «потенціалу підприємства». Чевганова В.Я. і Карпенко Ю.В. виділяють три точки зору економістів щодо тлумачення цього поняття [6, с. 226]:

- потенціал – це соціально-економічна категорія;
- потенціал – це результат рівня розвитку та використання продуктивних сил;
- потенціал – це узагальнююча категорія.

Ресурсна складова потенціалу – невичерпна його характеристика, оскільки саме мета функціонування підприємства визначає систему ресурсів, спрямованих на її досягнення, а тому функціональний і ресурсний підходи мають бути визначальними. З одного боку, потенціал є потужністю та здатністю підприємства до маневру в умовах мінливості ситуації на ринку, з іншого, він позитивно корелює з ціною підприємства [7, с. 96].

Серед існуючих підходів до визначення сутності потенціалу можна виділити два напрями (табл. 1):

- потенціал як сукупність ресурсів;
- потенціал як можливість чи спроможність досягати поставлених цілей.

Таким чином, сьогодні в наукових дослідженнях не існує єдиного теоретичного підходу щодо дослідження явища «потенціал підприємства». Тому для дослідників він виступає дещо абстрактною категорією. Його межі розгалужені, чинники не достатньо визначені. Разом із тим ця ж категорія дуже конкретна, оскільки практично кожне

рішення може позитивно чи негативно впливати на нього (та через нього).

Потенціал підприємства можна охарактеризувати як систему наявних і потенційних можливостей ефективно використовувати доступні ресурси (матеріальні, трудові, фінансові, інформаційні та управлінські) для забезпечення його сталого функціонування й розвитку.

На сьогодні підприємства не мають чіткого стратегічного напрямку розвитку та кредитної політики. Натомість мають велику міру зносу основних засобів та відсутність можливості приймати власні маркетингові рішення. Згідно із складеним профілем зовнішнього середовища для підприємств найбільшу загрозу становлять економічні й політичні чинники. У той же час великі можливості підприємству дають технологічні, ринкові й конкурентні чинники зовнішнього середовища.

Узагальнюючи вище наведені трактування поняття «стратегічний потенціал» та враховуючи особливості діяльності підприємств, спробуємо визначити свою позицію щодо категорії дослідження.

У середині минулого століття І. Ансофф [14] зазначив, що «ті фірми успішні, які розподіляють свою роботу між функціонуючими службами (сферами), кожна з яких має специфічну можливість». Це виробництво, маркетинг, фінанси, наука, навички корпоративного управління. У кожній з цих функцій однакові складові: кваліфікація, технічна база, обсяг знань, устаткування, тобто всі перераховані раніше ресурси.

Отже, стратегічний потенціал підприємства – це сукупність наявних і потенційних можливостей ефективно використовувати доступні ресурси (матеріальні, трудові, фінансові, інформаційні та управлінські) для забезпечення його сталого функціонування та досягнення поставлених стратегічних цілей.

Проте потенціал – це щось більше, ніж сукупність усіх ресурсів, оскільки робота функціональних служб дає синергетичний ефект. На наш погляд, такий підхід вірніший, оскільки при всій значущості виробничих або фінансових ресурсів вони не принесуть успіху без проведення маркетингових досліджень, упровадження наукових розробок. Усі перераховані функціональні елементи підприємства – функціональні зони – важливі чинники підвищення ефективності роботи підприємства в ринкових умовах. Складові елементи потенціалу взаємопов'язані та взаємодіють один з одним.

Як функціональні зони, на наш погляд, не можна розглядати кадри, час, інформацію, оскільки все це належить до ресурсів підприємства та властиве всім функціональним службам підприємства.

Таблиця 1 – Тракткування поняття «потенціал підприємства» в працях українських та зарубіжних економістів

Автор	Тракткування	Підхід
Хомяков В.І., Бакум І.В. [8, с. 11]	потенціал – джерела, можливості, засоби, запаси, які можуть бути приведеними в дію, використані для вирішення завдання, досягнення певної мети, можливості окремої особи, суспільства, держави, підприємства в певній галузі	з позиції сукупності ресурсів
Калінеску Т. [9]	потенціал підприємства – сукупність організованих у певних соціально-економічних формах ресурсів, що можуть за певних діючих внутрішніх і зовнішніх чинників середовища бути спрямовані на реалізацію діяльності підприємства, метою якої є задоволення нових потреб суспільства	
Авдеенко В.Н. [10, с.5]	виробничий потенціал промислового підприємства – складна система ресурсів виробництва, які перебувають у взаємозв’язку та взаємозалежності	
Краснокутська Н.С. [11, с.7]	здатність підприємства забезпечувати своє довгострокове функціонування та досягнення стратегічних цілей на основі використання системи наявних ресурсів	потенціал як можливість чи спроможність досягати
Отенко І.П. [12, с.6]	діалектична єдність можливостей і процеси їх реалізації, тобто наявність необхідності та створення умов для їх реалізації	
Мамонов К.А., Угоднікова О.І. [13, с.201]	пошук сукупності характеристик, показників і властивостей, що дозволяють достатньою мірою описати підприємство й оцінити його можливості із забезпечення задоволення відповідної суспільної потреби в товарах (послугах) на перспективу і можливості досягнення поставлених цілей	

Ресурси використовуються всіма функціональними службами підприємства: маркетингом, фінансами, виробництвом, наукою.

Стратегічний потенціал не можна виразити одним показником, що найбільш повно відображає процеси, які відбуваються, але

можливо оцінити стан його основних елементів, які складають сукупний стратегічний потенціал.

Методом експертних оцінок нами були обрані найбільш впливові складові стратегічного потенціалу. Відповідно до елементів, що утворюють стратегічний потенціал підприємства, пропонується розглядати його маркетинговий, фінансовий, виробничий і науковий потенціали (табл. 2).

Таблиця 2 – Показники для аналізу стратегічного потенціалу підприємства

Складова стратегічного потенціалу	Показник та розрахунок
Маркетингова	Рентабельність продажів (прибуток/виручка)
	Темп зростання обсягів послуг з перевезення (виручка і / виручка і-1)
Фінансова	Рентабельність власного капіталу (чистий прибуток/ВК)
	Оборотність кредиторської заборгованості (виручка/кредиторська заборгованість)
	Рентабельність активів (прибуток/активи)
Виробнича	Рівень завантаження виробничих потужностей (обсяг ремонтів/ремонтна потужність основних засобів)
	Собівартість 1 км послуг (грн/км)
	Коеф. використання парку
	Коеф. технічної готовності
Наукова	Питома вага витрат на НДКР у загальній сумі витрат підприємства

Висновки. Таким чином, проведене дослідження дозволило виявити сутність стратегічного потенціалу підприємства та основні його складові. Це дає змогу проводити подальші дослідження в напрямі створення методики розрахунку рівня стратегічного потенціалу підприємства.

Список літератури

1. Академия рынка: маркетинг / А. Дайан [и др.]. – М. : Экономика, 1993. – 570 с.
2. Гавва В. Н. Оценка потенциала предприятия и отрасли / В. Н. Гавва. – Х. : НАУ «ХАИ», 2004. – 287 с.
3. Сущенко О. А. Формування стратегічного потенціалу підприємства : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01 / О. А. Сущенко. – Луганськ, 2002. – 20 с.
4. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства : монографія / Ю. Б. Иванов [та ін.]. – Х. : ІНЖЕК, 2006 – 383 с.
5. Лапин Е. В. Оценка экономического потенциала предприятия : монографія / Е. В. Лапин. – Сумы: Университетская книга, 2004. – 360 с.
6. Чевганова В. Я. Використання потенціалу будівельних підприємств (підхід до визначення категорії) / В. Я. Чевганова, Ю. В. Карпенко // Регіональні перспективи. – Полтава, 2001. – № 5/6 (18/19). – С. 226–227.
7. Ревуцкий Л. Д. Потенциал и стоимость предприятия / Л. Д. Ревуцкий. – М. : Перспектива, 1997. – 124 с.
8. Хомяков В. І. Управління потенціалом підприємства / В. І. Хомяков, І. В. Бакулін. – К. : Кондор, 2007. – 400 с.
9. Калінеску Т. В. Стратегічний потенціал підприємства: формування та розвиток : монографія / Т. В. Калінеску, Ю. А. Романовська, О. Д. Кирилов. – Луганськ : СНУ ім. В. Даля, 2007. – 272 с.
10. Авдеенко В. Н. Производственный потенциал промышленного предприятия / В. Н. Авдеенко, В. А. Котлов. – М. : Экономика, 1989. – 240 с.
11. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посібник / Н. С. Краснокутська. – К. : Центр навч. літ-ри, 2005. – 352 с.
12. Отенко И. П. Стратегическое управление потенциалом предприятия / И. П. Отенко – Х. : ХНЭУ, 2006. – 256 с.
13. Мамонов К. А. Економічний потенціал: теоретичні аспекти та лінія трансформації / К. А. Мамонов, О. І. Угоднікова // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2009. – № 26. – С. 198–202.
14. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб. : Питер, 1999. – 416 с.

Отримано 01.11.2013. ХДУХТ, Харків.

© К.А. Карачарова, 2013.