

УДК 658.011.12

ПИПЕНКО І.С., канд. екон. наук,
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

ОБҐРУНТУВАННЯ СКЛАДУ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Уточнено склад потенціалу підприємства, елементи якого відокремлюються за системою ознак: залежно від здатності підприємства здійснювати пошук/перерозподіл зусиль використання ресурсів, сфери їх виникнення та застосування. Така класифікація дозволяє співвіднести різновиди потенціалу із близькими за своїм змістом категоріями, а також уникнути розбіжностей при виявленні рівнів узагальнення.

Ключові слова: потенціал, ресурси, зусилля, елементи, види.

PYPENKO I., Cand. Econ. Sc.,
Kharkiv National Automobile and Highway University

SUBSTANTIATION OF THE STRUCTURE OF THE ENTERPRISE POTENTIAL

Abstract. The composition of enterprise potential was specified. Its elements are split according to the system of attributes: the ability of enterprise to carry out search/redistribution of efforts to use the resources, the areas of their origin and the domains of their application. Such classification allows to correlate the varieties of potential with the categories which are close to its sense, and also to avoid divergences while identifying the levels of generalization.

Key words: potential, resources, efforts, elements, kinds.

Постановка проблеми. У сучасних умовах господарювання підприємство повинно адекватно реагувати на зміни у зовнішньому середовищі. При цьому воно змушено відшуковувати додаткові зусилля сфери використання ресурсів, враховуючи виникнення нових ринкових потреб та забезпечуючи динамізм власного потенціалу.

Потенціал підприємства розуміємо як узагальнюючу динамічну характеристику внутрішніх ресурсів підприємства та зусиль щодо їх оптимального використання для досягнення встановлених цілей. Внаслідок саморозвитку або під впливом результатів перетворення потенціал підприємства змінюється у часі. Для виявлення причин цієї зміни слід уточнити його складові елементи. Тому обґрунтування складу потенціалу підприємства є актуальним завданням.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У наукових публікаціях, присвячених дослідженню потенціалу підприємства, розглядаються різні підходи щодо складу його елементів. Так, одні науковці [1–3] пропонують видові прояви потенціалу підприємства за декількома напрямками класифікації: за рівнем агрегованості, за галузями, за рівнем абстрагованості тощо. Другі [4, 5, 7, 13, 15] – відокремлюють структурні елементи залежно від ресурсів. Треті [9–20] – не наголошуючи на конкретній класифікаційній ознаці, розглядають потенціал підприємства за декількома рівнями узагальнення (локальні потенціали). При цьому потенціалом підприємства найвищого рівня є економічний [9–13], стратегічний [14, 15], конкурентний [16, 17], ринковий [18]; у окремих випадках – маркетинговий [19], інноваційний [20].

Іванов В.Б., Краснокутська Н.С., Федонін О.С. та інші [1–3] склад потенціалу підприємства розглядають за різними напрямками класифікації: за рівнем агрегованості, за галузями господарства, за рівнем абстрагованості, за сферою та за ступенем реалізації, за функціональними напрямками, за елементним складом. Перевагою такого підходу є наявність класифікаційних ознак. Разом з тим, застосування деяких з цих ознак більш доречно на транснаціональному, регіональному та інших ієрархічних рівнях. Тому, виходячи із співвідношення потенціалів різних рівнів ієрархії, слід обґрунтувати ознаки класифікації складу потенціалу саме для підприємства.

Автори робіт [4, 5, 7, 13, 15] для обґрунтування складу потенціалу підприємства застосовують ресурсний напрям, який передбачає виділення складових за видами ресурсів. При цьому кожен автор пропонує розглядати різну кількість видів ресурсів – від 7 до 10; також існує неоднозначність у назві ресурсів. До найзастосованіших можна віднести такі ресурси: фінансові, трудові, організаційні, технічні, технологічні, інформаційні тощо. Відокремлення елементів потенціалу підприємства залежно від ресурсів є правильним, проте має обмеженість. Сама по собі наявність у підприємства ресурсів певної кількості та якості не є гарантом його спроможності досягти встановленої мети, успішно функціонувати та розвиватися у обраній сфері діяльності. Ґрунтуючись лише на ресурсній позиції, що відображає внутрішню характеристику потенціалу підприємства, не враховується його здатність пристосовуватися до існуючих обмежень у зовнішньому середовищі, тобто зовнішня характеристика.

Через це, окрім ресурсної, слід враховувати й інші напрями класифікації.

Деякі вчені [6, 9, 10, 14, 16–18] потенціал підприємства розглядають у вигляді сукупності локальних потенціалів, тобто у складі потенціалу підприємства відокремлюють елементи на декількох рівнях узагальнення без конкретної класифікаційної ознаки. При цьому вчені застосовують поняття економічного, стратегічного, конкурентного або ринкового потенціалу для найвищого рівня, вкладаючи схожий зміст у їх трактування. Окрім розбіжностей у складі потенціалу підприємства, з точки зору ієрархії, є невідповідність за кількістю елементів, що відокремлюються у рамках кожного рівня узагальнення. Таке тлумачення має суб'єктивний характер найвищого ступеня, оскільки у жодній роботі не наводяться пояснення стосовно доцільності виділення того чи іншого видового прояву потенціалу підприємства. Більш того, в зазначених роботах не аналізуються та не співвідносяться точки зору науковців, які для обґрунтування складу потенціалу підприємства використовують певні класифікаційні напрями.

Дискусійною залишається точка зору науковців [19, 20], які у складі потенціалу підприємства обмежуються деякими видами локальних потенціалів: маркетингового, інноваційного; розглядаються невід'ємною частиною усіх інших видів потенціалу. Такі класифікації не позбавлені зазначених вище недоліків та відображають часткове застосування ресурсного, функціонального напрямів. Тому позиції цих вчених щодо складу потенціалу потребують суттєвого доопрацювання.

Невирішені складові загальної проблеми. Незважаючи на наявність суттєвих наукових наробок, склад потенціалу підприємства потребує теоретичного обґрунтування. Зокрема виникає потреба систематизації видових проявів потенціалу підприємства, формування системи ознак його класифікації.

Формулювання цілей статті. Обґрунтувати склад потенціалу підприємства за системою ознак класифікації: залежно від здатності підприємства здійснювати пошук/перерозподіл зусиль використання ресурсів, сфери їх виникнення та застосування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Будь-яка класифікація передбачає спробу розподілити об'єктивну реальність за

певними ознаками, які мають суттєве значення для розв'язання завдання дослідження.

Тому при обґрунтуванні складу потенціалу підприємства будемо дотримуватися таких положень:

- по-перше, розглядати потенціал на рівні підприємства;
- по-друге, ґрунтуватися на сутності поняття потенціалу підприємства, яке відображає водночас внутрішню та зовнішню характеристики потенціалу, враховує здатність підприємства до пошуку прихованих (перерозподілу наявних) зусиль використання ресурсів;
- по-третє, сформулювати систему ознак класифікації;
- по-четверте, відокремити елементи без спроби визначення, який видовий прояв потенціалу повинен мати найвищий рівень узагальнення;
- по-п'яте, врахувати усі характерні ознаки, якості та риси потенціалу підприємства.

Виходячи зі сформованих положень, обґрунтуємо систему класифікаційних ознак щодо виділення тих чи інших складових потенціалу підприємства.

При використанні як ознаки рівня агрегованості відокремлюються потенціали світового господарства, національної економіки, галузі, регіону, підприємства, структурних об'єднань та ін. Наведений перелік різновидів характеризується ієрархічним принципом. Тому розглянута ознака доречна для виявлення ієрархії відносин між потенціалами різних рівнів в усій сукупності їх взаємозв'язків та взаємообумовленостей. В цьому дослідженні інтерес викликає рівень потенціалу окремого підприємства.

Схоже розуміння притаманне галузевій ознаці, згідно з якою виділяють промисловий, будівельний, науковий, сільськогосподарський, транспортно-комунікаційний, інші потенціали. Якщо розглядати ієрархію потенціалу, то цей перелік є структуроутворюючим елементом потенціалу галузі розглянутої вище класифікації.

Ознака рівня абстрагованості, за якою виділяються потенціал людства, соціокультурний, психофізіологічний, природний, економічний потенціали та ін., більшою мірою відображає макрорівень об'єкта дослідження. Стосовно підприємства перелічені види потенціалу можна згрупувати за такою ознакою: залежно від компонент середовища непрямого впливу. При цьому слід відокремлювати

такі потенціали: науково-технічний, культурний, політико-правовий, природний, економічний, демографічний. Разом з тим, така класифікація більшою мірою має теоретичну спрямованість, що обмежує здатність її практичного втілення у діяльність підприємства.

Згідно з ознакою – сферою реалізації – потенціал підприємства можна розглядати як внутрішній та зовнішній (або ринковий). Тобто ці види характеризують внутрішній стан підприємства, його внутрішнє та зовнішнє середовище, зовнішні характеристики. В межах цієї класифікаційної ознаки поняття зовнішнього та ринкового потенціалів підприємства ототожнюються.

За ознакою ступеня реалізації відокремлюються фактичний та перспективний потенціали підприємства. Така диференціація дозволяє визначити рівень використання потенціалу.

Близькими за змістом рівню фактичного потенціалу підприємства вважаємо такі категорії: наявний, досягнутий, поточний, існуючий. Відповідно для рівня перспективного – резервний, той, що нарощується, потенціал розвитку. При цьому зауважимо, те, чого може досягти підприємство у стратегічній перспективі, – це стратегічний потенціал підприємства [24].

Оскільки фактичний рівень для зрівняння потребує наявності запланованого або бажаного рівнів, зазначені категорії будемо співвідносити так. За рівнем використання відокремлюємо існуючий потенціал та потенціал розвитку. Інші категорії підлягають відповідному ототожненню. При цьому існуючий потенціал підприємства відображає реалізований та нереалізований рівні; потенціал розвитку – бажаний рівень.

При застосуванні функціональної ознаки виділяють виробничий, маркетинговий, фінансовий, науково-технічний, організаційний потенціали підприємства. У даному випадку враховується сфера виникнення, формування та використання потенціалу підприємства. Безперечно, така класифікаційна ознака повною мірою відображає умови господарювання будь-якого підприємства.

Функціональна ознака ґрунтується на сукупності функцій, які виконує підприємство, на видах його діяльності. В зв'язку з цим, перелік функціональних напрямів може варіюватися залежно від особливостей галузі, де господарює підприємство. Так, для підприємства транспортної галузі за функціональними напрямками доречно

розглядати такі види потенціалу підприємства: виробничий, маркетинговий, фінансовий, кадровий, потенціал науково-дослідних та дослідно-конструкторських розробок (НДДКР).

Не позбавлена недоліків й ознака елементного складу, відповідно до якої розглядають потенціали основних та оборотних фондів, земельний, інформаційний, технологічний, кадровий потенціали. Наведений склад потенціалу підприємства містить елементи різних рівнів узагальнення, що приводить до певного дублювання. Так, наприклад, потенціали основних та оборотних фондів є різновидом виробничого потенціалу. Частково перелічені елементи можна співвіднести із ресурсами, якими володіє підприємство.

Отже, наявність різних ознак класифікації пояснюється так: до складових елементів потенціалу підприємства у самому загальному наближенні можна віднести все, що пов'язане із функціонуванням та розвитком підприємства.

Оскільки потенціал окремо без визначення мети його використання існувати не може, розглянемо фрагмент «дерева цілей» діяльності підприємства. Так, для забезпечення нарощування потенціалу підприємства як цілі найвищого рівня доречно, наприклад, по-перше, підвищити фінансовий потенціал підприємства, по-друге, посилити конкурентні позиції підприємства. В свою чергу, досягнення мети нижчого рівня можливо за рахунок поліпшення фінансового стану – показників прибутковості, ділової активності, ліквідності; за рахунок підвищення конкурентоспроможності послуг, які надаються, частки ринку – завдяки збільшенню обсягу надання послуг, освоєння нових ринків розподілу послуг та ін. Тобто досягнення підприємством цілі зумовлює постановку та розв'язання конкретних завдань щодо оптимального сполучення його внутрішніх ресурсів (фінансових, трудових, організаційних, технічних, технологічних, інформаційних тощо), врахування сфери їх виникнення та застосування.

Ресурси, що використовуються, перетворюються у певний результат, змінюючись та набуваючи нових якісних і кількісних характеристик. В зв'язку з цим, слід враховувати здатність підприємства здійснювати пошук додаткових або перерозподіл наявних зусиль сфери використання ресурсів шляхом їх перетворення та внаслідок саморозвитку з урахуванням зовнішніх обмежень.

Керуючись наведеними узагальненнями, на рис. 1 поданий склад потенціалу підприємства за певними класифікаційними ознаками.

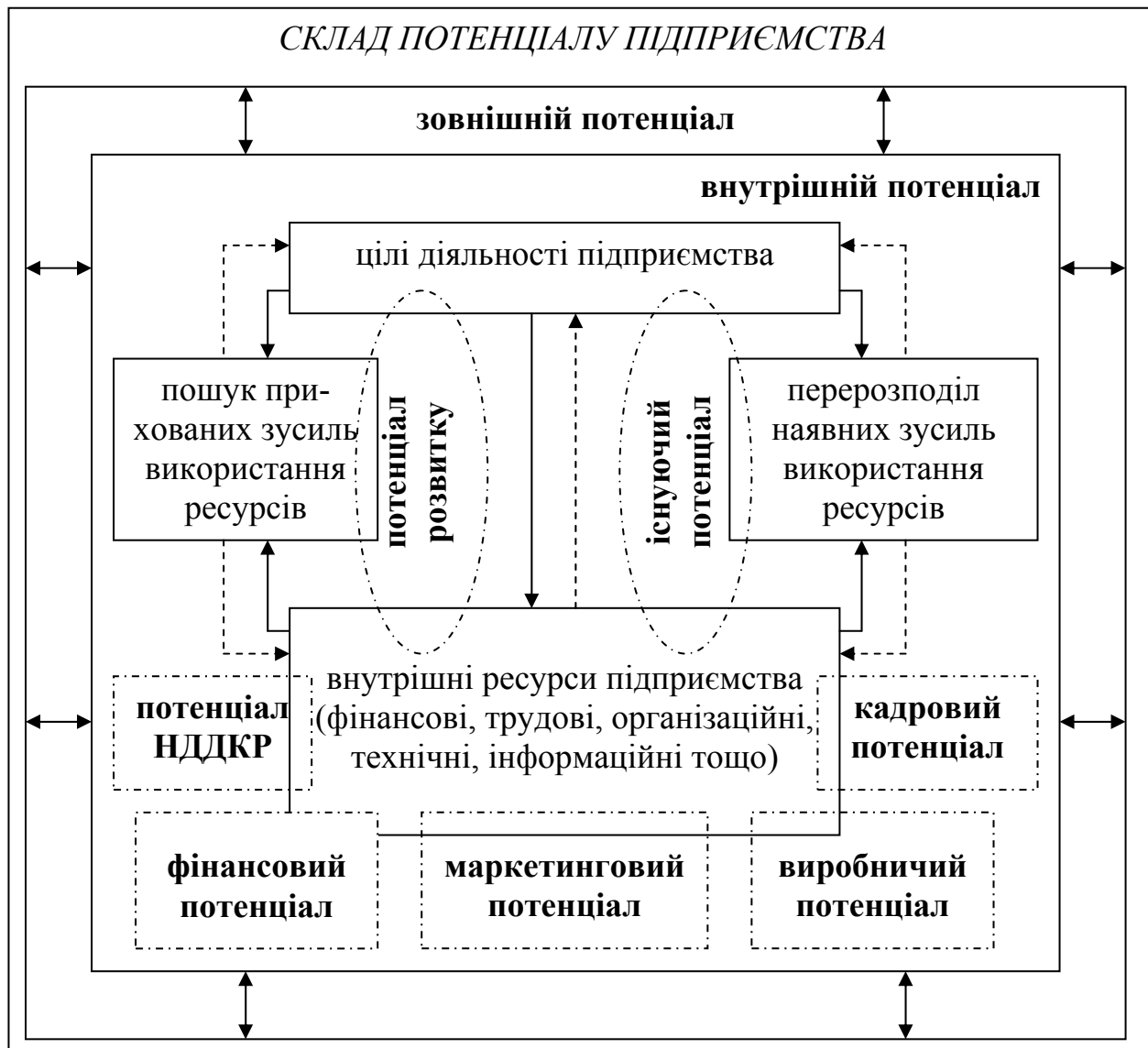


Рис. 1. Обґрунтування складу потенціалу підприємства

По-перше, залежно від сфери виникнення ресурсів слід відокремлювати внутрішній та зовнішній потенціал підприємства. По-друге, залежно від сфери застосування ресурсів – потенціал НДДКР, фінансовий, маркетинговий, виробничий, кадровий потенціали підприємства. По-третє, залежно від здатності підприємства здійснювати пошук/перерозподіл зусиль використання ресурсів – існуючий потенціал та потенціал розвитку підприємства.

Висновки. Отже, визначено види потенціалу підприємства залежно від його здатності здійснювати пошук/перерозподіл зусиль використання ресурсів, сфери їх виникнення та застосування.

Література

1. Іванов В. Б. Потенціал підприємства: навч.-метод. посіб. / В. Б. Іванов, О. М. Кохась, С. М. Хмелевський. – К. : Кондор, 2009. – 300 с.
2. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка / Н. С. Краснокутська. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 352 с.
3. Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч.-метод. посіб. / О. С. Федонін, І. М. Репіна, О. І. Олексюк. – К.: КНЕУ, 2005. – 216 с.
4. Догадайло Я. В. Обґрунтування складу потенціалу підприємств дорожньої галузі / Я. В. Догадайло // Економіка транспортного комплексу: зб. наук. праць. – Х.: ХНАДУ, 2010. – Вип. 16. – С. 182–191.
5. Харченко С. В. Управлінські аспекти забезпечення результативності використання потенціалу підприємства / С. В. Харченко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 8. – С. 46–72.
6. Бурлака О. В. Практичні підходи до визначення та використання поняття «потенціал підприємства в умовах ринкової економіки» / О. В. Бурлака, В. І. Бокій // Вісник Київ. нац. ун-ту технології та дизайну. – 2004. – № 1. – С. 55–59.
7. Добикіна О. К. Потенціал підприємства: формування та оцінка / О. К. Добикіна, В. С. Рижиков, С. В. Касьянюк, М. Є. Кокотько. – К. : Центр навчальної літератури, 2007. – 208 с.
8. Бачевський Б. Є. Потенціал і розвиток підприємства / Б. Є. Бачевський, І. В. Заблодська, О. О. Решетняк. – К.: Центр навчальної літератури, 2009. – 400 с.
9. Балацкий О. Ф. Экономический потенциал административных и производственных систем: монография / О. Ф. Балацкий. – Сумы: ИТД «Университетская книга», 2006. – 973 с.
10. Лапін Є. В. Економічний потенціал підприємств промисловості: формування, оцінка, управління / Є. В. Лапін // Вісник СумДУ. – 2007. – № 1. – С. 59–64.
11. Савченко М. В. Управління економічним потенціалом промислових підприємств: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук: спец. 08.06.01 «Економіка, організація та управління підприємствами» / М. В. Савченко. – Х., 2004. – 20 с.
12. Божанова О. В. Управління економічним потенціалом підприємства залізничного транспортного машинобудування : автореф. дис. на здобуття на-

ук. ступеня канд. ек. наук: за спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» / О. В. Божанова. – Х., 2011. – 20 с.

13. Калетнік Г. М. Інноваційні моделі управління стратегічним економічним потенціалом сучасних економічних систем / Г. М. Калетнік, Г. М. Заболотний, С. В. Козловський // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 4. – С. 3–11.

14. Бузько І. Р. Стратегічний потенціал і формування пріоритетів в розвитку підприємства / І. Р. Бузько, І. Е. Дмитренко, Е. А. Сущенко. – Алчевськ : Вид-во ДГМІ, 2002. – 216 с.

15. Шульга Г. В. Формирование стратегического потенциала организации / Г. В. Шульга // БизнесИнформ. – 2009. – № 15–16. – С. 155–157.

16. Воронкова А. Е. Потенціал підприємства як основа його довгострокового розвитку / А. Е. Воронкова, Ю. С. Погорелов // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 4 – С. 33–35.

17. Злыдень И. Н. Практические подходы к определению понятия и исследование синергизма элементов конкурентного потенциала / И. Н. Злыдень // БизнесИнформ. – 2005. – № 5–6. – С. 92–96.

18. Попов Е. В. Рыночный потенциал предприятия / Е. В. Попов. – М. : ЗАО «Издательство «Экономика», 2002. – 559 с.

19. Балабанова Л. В. Управління маркетинговим потенціалом підприємства : навч. посіб. / Л. В. Балабанова, Р. В. Мажинський. – К. : «Професіонал», 2006. – 288 с.

20. Шипуліна Ю. С. Структура інноваційного потенціалу підприємства / Ю. С. Шипуліна // Механізм регулювання економіки. – 2003. – № 2. – С. 26–29.

21. Воробйов Ю. М. Управління ресурсами підприємства / Ю. М. Воробйов, Б. І. Холод. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 288 с.

22. Хомяков В. І. Управління потенціалом підприємства / В. І. Хомяков, І. В. Бакум. – К. : Кондор, 2009. – 400 с.

23. Гавва В. Н. Потенціал підприємства: формування та оцінювання : навч. посіб. / В. Н. Гавва, Е. А. Божко. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 224 с.

24. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – С.Пб.: Питер, 1999. – 416 с.

Рецензент: О. М. Криворучко, докт. екон. наук, проф., ХНАДУ.

Стаття надійшла до редакції 22. 02. 12 р.