

Кузьмін Олег Євгенович,
*д.е.н., професор, заслужений працівник народної освіти України,
директор Інституту економіки і менеджменту, завідувач кафедри менеджменту і
міжнародного підприємництва НУ «Львівська політехніка»;*

Мельник Ольга Григорівна,
*к.е.н., доцент, докторант кафедри менеджменту і
міжнародного підприємництва НУ «Львівська політехніка»*

ДІАГНОСТИКА ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

У статті уточнено поняття «потенціал підприємства», а також розвинуто модель діагностики рівня потенціалу машинобудівного підприємства, яка вирізняється врахуванням ключових потенціалоутворювальних чинників (конкурентоспроможності, інвестиційної привабливості та розвитку підприємства) і дає змогу оцінити перспективу підприємства.

Ключові слова: потенціал, розвиток, конкурентоспроможність, інвестиційна привабливість, діагностика.

Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями. Успіх функціонування підприємства на ринку та перспективи його подальшого функціонування залежать від значного спектра чинників і визначаються його потенціалом. При цьому потенціал відображає можливості підприємства у різних сферах функціонування, які можуть бути реалізованими або ж нереалізованими. Чітке розуміння керівниками, власниками, фахівцями підприємства потенційних можливостей щодо розвитку підприємства створює базу для прийняття стратегічних та тактичних рішень щодо максимального використання та реалізації потенціалу підприємства. Усе вищезазначене формує необхідність у здійсненні комплексної діагностики потенціалу підприємства з метою створення інформаційної бази в межах системи менеджменту.

Аналіз останніх досліджень та публікацій, в яких започатковано вирішення проблеми. Потенціал у «Великому тлумачному словнику української мови» розглядається як сукупність усіх наявних засобів, можливостей, продуктивних сил, що можуть бути використані у певній сфері, галузі, ділянці; запас чого-небудь, резерв; приховані здатності, сили якої-небудь діяльності, що можуть виявлятися за певних умов [1, с. 902]. У «Енциклопедії бізнесмена, економіста, менеджера» потенціал (латин. *potentia* - сила) розглядається як наявні можливості, ресурси, запаси, засоби, що можуть бути використані для досягнення, здійснення чогось. При цьому у вищезгаданій енциклопедії характеризуються три види потенціалу: виробничий (реальні можливості виробництва: наявність факторів виробництва, забезпеченість його основними матеріальними, природними, енергетичними, інтелектуальними, трудовими ресурсами; реальний обсяг продукції, який може виготовити підприємство за умови повного використання наявних ресурсів); економічний (сукупність економічних можливостей держави, які можуть бути використані для потреб суспільства); трудовий (забезпеченість виробництва трудовими ресурсами, кваліфікація і рівень професійної підготовки яких відповідає його виробничому потенціалу) [2, с. 467]. У «Економічній енциклопедії» зазначається, що потенціал – це наявні в економічного суб'єкта ресурси,

їх оптимальна структура та вміння раціонально використати їх для досягнення поставленої мети. При цьому в енциклопедії виокремлюється та тлумачиться позичковий потенціал банківської системи, виробничий, експортний, інтелектуальний, інформаційний, природний потенціал [3, с. 13-15]. На думку Должинського І.З., Загорної Т.О., Удалих О.О., Герасименка І.М., Рашупкіної В.М., потенціал підприємства є реальною або ймовірною здатністю виконувати цілеспрямовану роботу. Автори зазначають, що для цілей аналізу потенціал підприємства доцільно поділяти на чотири категорії: базовий (забезпечує підприємству можливість досягнення основних комерційних цілей, створення економічних цінностей і одержання прибутків; пов'язаний з конкурентними перевагами підприємства); прихований (активи, що не є перевагою на сучасному етапі, але в перспективі можуть трансформуватись у базові кошти: кадровий потенціал, накопичений досвід роботи в певній сфері бізнесу); збитковий потенціал (характеризується нераціональними структурою управління, виробничим процесом, технологією, що зумовлює неефективне використання ресурсів підприємства); пересічний потенціал (наявність у підприємства активів, що забезпечують ефективне використання інших потенціалів) [4, с. 13]. Вищенаведена класифікація потенціалу підприємства є дещо суперечливою, містить різновиди, виокремлені за різними класифікаційними ознаками, а також не відображає сутності різновидів, їхнього змістового наповнення.

У дослідженнях Воронкової А.Є. розглядається поняття конкурентоспроможного потенціалу підприємства з точки зору сукупності виробничо-фінансових, інтелектуальних та трудових можливостей підприємства, які забезпечують йому конкурентні переваги на ринку. При цьому структура конкурентоспроможного потенціалу складається із таких різновидів: виробничо-фінансові можливості (виробничий, фінансовий, комунікаційний потенціал); інтелектуальні можливості (інноваційний, маркетинговий, управлінський потенціал); трудові можливості (трудоий, мотиваційний потенціал) [5].

Потенціал підприємства Кунцевичем В.О. тлумачиться як сукупність наявних ресурсів та можливостей, а також ресурсів та можливостей, які можуть бути мобілізовані для досягнення певної цілі. При цьому потенціал підприємства складається із певних складових: виробничий (засоби виробництва, їхній стан, кількість, оптимальне використання), маркетинговий (визнання торговельної марки з урахуванням впливу конкурентного середовища), інформаційний (доступ до адекватної кількості інформації, яка впливає на прийняття управлінських рішень), техніко-технологічний (здатність до технологічної оптимізації всього циклу виробництва), організаційний (здатність до прийняття ефективних управлінських рішень), соціальний (здатність до оптимізації кількісного та якісного складу персоналу й побудови відповідних відносин «персонал-керівники-власники»), фінансовий (здатність до оптимізації фінансової системи із залучення та використання фінансових ресурсів) потенціал [6; 7].

Як свідчать результати вивчення та аналізування літературних джерел за проблемою [1-7], потенціал підприємства доцільно розуміти як сукупність наявних та потенційних ресурсів і можливостей, що можуть бути мобілізовані для досягнення стратегічних та тактичних організаційних цілей. Варто також зазначити, що у літературі досить багато уваги акцентується на термінологічному та класифікаційному аспектах проблеми, але недостатньо уваги відводиться методичному забезпеченню оцінювання потенціалу, адже, як правило, зазначаються загальні напрями діагностики потенціалу, при цьому практично відсутні конкретні розробки стосовно ідентифікування рівня потенціалу

підприємства як необхідної передумови прийняття управлінських рішень перспективного характеру.

Цілі статті. З огляду на результати вивчення літератури [1-7] цілями дослідження є розроблення методичних рекомендацій щодо діагностики потенціалу підприємства з урахуванням ключових потенціалоутворювальних чинників.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Потенціал підприємства – це його можливості щодо створення та забезпечення перспектив функціонування. Результати дослідження практики функціонування вітчизняних підприємств дали змогу дійти висновку, що потенціал підприємства залежить від трьох взаємопов'язаних чинників: конкурентоспроможності, інвестиційної привабливості та розвитку підприємства. Потенціал підприємства як його можливість щодо формування перспективи зумовлюється насамперед конкурентоспроможністю підприємства. Достатній рівень конкурентоспроможності підприємства на певному ринку створює умови для його подальшого розвитку, але перехід на якісно новий рівень розвитку неможливий без значних інвестувань, що зумовлює важливість створювати та формувати інвестиційну привабливість підприємства. Варто зазначити, що конкурентоспроможність та інвестиційна привабливість підприємства можуть бути не пов'язані між собою, адже на ринку поширені ситуації, коли підприємство досягнуло певного рівня конкурентоспроможності, але є абсолютно інвестиційно непривабливим з огляду на його невідгідне місцезосташування, незначні площі, неможливість кардинальної перебудови тощо. Також існують ситуації, коли підприємство є інвестиційно-привабливим в плані земельно-майнових комплексів, унікального обладнання та місцезосташування, але на певному етапі воно є неконкурентоспроможним. Відповідно для прогресивного розвитку підприємства повинні виконуватися дві вимоги: висока конкурентоспроможність та інвестиційна привабливість підприємства. Тобто наявність позитивних параметрів у підприємства (конкурентоспроможності, інвестиційної привабливості та розвитку) формує відповідний рівень його потенціалу, тобто сукупність існуючих можливостей та резервів для подальшого розвитку, забезпечують його майбутню перспективу (рис. 1).

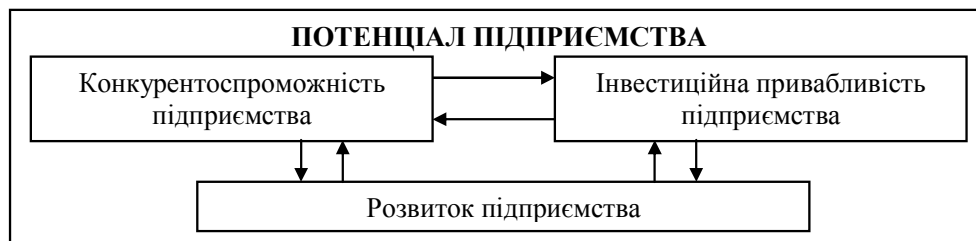


Рисунок 1 – Основні потенціалоутворювальні чинники на підприємстві

Розглянемо більш ґрунтовно вимоги до основних потенціалоутворювальних чинників. На підставі аналізування значного спектра літературних джерел за проблемами конкурентоспроможності підприємства пропонується під цим поняттям розуміти синтетичний відносний просторово-часовий параметр, який відображає характеристики продукції та ефективність функціонування підприємства, що дають

змогу йому посісти відповідні позиції на ринку певного рівня концентрованості.

Як свідчать результати дослідження вітчизняного ринку, найбільш важливими складовими діагностики конкурентоспроможності підприємств є такі:

- конкурентоспроможність продукції підприємства;
- ефективність функціонування підприємства;
- концентрованість ринку, на якому підприємство функціонує.

Усі параметри продукції класично поділяються на споживчі, економічні та маркетингові. Споживчі параметри оцінювання товару відображають його змістове та функціональне наповнення, їх поділяють на «жорсткі» і «м'які». «Жорсткі» параметри характеризують функції товару з урахуванням його призначення. У зв'язку з цим стосовно продукції запропоновано їх класифікувати на технічні, ергономічні, експлуатаційні, ресурсоекономічні та нормативно-регламентні. Технічні параметри (класифікаційні, технічної ефективності, конструктивні) характеризують сфери застосування продукції та функції, які вона повинна виконувати. Послугуючись ними, аналізують корисний ефект від використання продукції в конкретних умовах споживання. Ергономічні параметри характеризують відповідність продукції властивостям людського організму, які задіюються при виконанні використання продукції. Нормативно-регламентні параметри (патентно-правові, безпеки) відображають властивості продукції, регламентовані обов'язковими нормами, стандартами і законодавством держави, на ринку якої цю продукцію продають. Експлуатаційні параметри відображають характер та можливості експлуатації продукції. Ресурсоекономічні параметри націлені на оцінювання ресурсоспоживання використання продукції. «М'які» параметри характеризують естетику товару, тобто інформаційну виразність, раціональність форми, досконалість. Вони формують зовнішнє сприйняття товару й відображають найважливіші для споживача його зовнішні ознаки. Останнім часом помітна тенденція до зростання значення «м'яких» параметрів і у машинобудуванні. Економічні параметри (цінові) оцінювання товарів характеризуються вартісними властивостями товару – витратами на його придбання і використання впродовж періоду експлуатації чи споживання. Маркетингові параметри оцінювання товару відображаються у цінових знижках, умовах платежу і постачання, комплектності поставок, термінах й умовах гарантій, розвитку сервісу, привабливості реклами для споживачів, стимулюванні збуту, організуванні розпродажів тощо. Наявність та якість цих елементів істотно впливають на вибір споживачів.

Для оцінювання рівня параметрів пропонується використовувати експертний спосіб бальних оцінок, за яким оцінювальна шкала має такий вигляд:

$$\begin{cases} \text{від } 0 \text{ до } 0,5 - \text{якщо параметр гірший від конкурентного;} \\ P_i = 0,5 - \text{якщо параметр повністю ідентичний до конкурентного;} \\ \text{від } 0,5 \text{ до } 1,0 - \text{якщо параметр перевищує конкурентний.} \end{cases} \quad (1)$$

Відповідно інтегральний рівень конкурентоспроможності продукції підприємства визначатиметься за формулою

$$K_i = \sum_{i=1}^n (P_i \cdot g_i), \quad (2)$$

Розділ 4 Проблеми управління інноваційним розвитком

де n – кількість параметрів продукції, за якими здійснюється діагностика; P_i – бальна оцінка відповідного параметра продукції; g_i – вагомість відповідного параметра продукції.

За отриманими результатами, якщо K_i перевищує межу 0,5, то продукція є конкурентоспроможна порівняно з продукцією конкурентів, якщо ж цей показник наближається до 1, то продукцію можна ідентифікувати як висококонкурентну. Якщо ж K_i менше межі 0,5, то це свідчить про не конкурентоспроможність продукції на відповідному ринку.

Наступною складовою діагностики конкурентоспроможності підприємства є оцінювання ефективності його функціонування за складовими: фінансово-економічна ефективність, виробнича ефективність та комерційна ефективність. Фінансово-економічну ефективність підприємства пропонується оцінювати за вибраними, найбільш репрезентативними індикаторами фінансового стану, зокрема: коефіцієнтами рентабельності активів, загальної ліквідності, автономії, фінансового левериджу, капіталовіддачею. Вищезазначені показники дають змогу ідентифікувати прибутковість та інтенсивність використання капіталу підприємства, структуру капіталу і платоспроможність. Оцінювання виробничої ефективності пропонується здійснювати за відносними показниками фондівіддачі, матеріалівіддачі, продуктивності, рентабельності виробництва продукції та часткою браку у товарній продукції. Це дає змогу визначити рівень ресурсівіддачі виробництва, прибутковість та якість виготовленої продукції. З метою діагностики комерційної ефективності пропонується керуватися такими показниками, як коефіцієнт рентабельності реалізації продукції, рівень надійності поставок, рівень затоварення складів готовою продукцією, середні терміни погашення дебіторської та кредиторської заборгованості. Вищезазначені індикатори дають змогу оцінити прибутковість реалізації продукції, якість збутової діяльності та роботи із споживачами підприємства.

Для формування інтегрального рівня ефективності функціонування підприємства виникає необхідність у переведенні показників у відносні величини за розробленою шкалою:

$$\begin{cases} \text{від } 0 \text{ до } 0,5 - \text{якщо показник гірший, ніж базовий;} \\ X_i = 0,5 - \text{якщо показник повністю ідентичний базовому;} \\ \text{від } 0,5 \text{ до } 1,0 - \text{якщо показник перевищує базовий.} \end{cases} \quad (3)$$

Варто зауважити, що за базові необхідно брати середньогалузеві або середньоринкові показники. За зазначеною експертною шкалою вищенаведені показники переводять у бальні оцінки, їм також надають вагових значень, що дає змогу отримати інтегральні рівні різних складових ефективності функціонування підприємства. На підставі узагальнення значень цих рівнів з використанням середньої геометричної визначається інтегральний рівень ефективності функціонування підприємства (E_p):

$$E_p = \sqrt[3]{E_{fe} \cdot E_v \cdot E_k}. \quad (4)$$

Інтерпретація отриманих результатів здійснюється аналогічно: якщо E_p перевищує значення 0,5 та наближається до 1, то ми можемо говорити про високий рівень

ефективності функціонування підприємства та перевищення за цим параметром середньогалузевого або середньоринкового рівня, якщо $E_p = 0,5$, то це свідчить про повну відповідність стандартам ефективності, що сформовані у галузі, якщо ж E_p менше від межі 0,5, то це демонструє значно гірші параметри ефективності функціонування підприємства порівняно з конкурентами.

Важливою складовою діагностики конкурентоспроможності підприємства є врахування рівня концентрації ринку, адже якщо ринок є високомонополізованим, то навіть за наявності якісної та недорогої продукції й високого рівня ефективності функціонування підприємство не зможе на ньому закріпитися. Для оцінювання рівня концентрованості ринку у літературі та на практиці використовують значну кількість показників: коефіцієнти Герфіндаля-Гіршмана, Розенблюта, Холла-Тайдмана тощо. З огляду на те, що цей показник у нашому методі за своїм змістом є корегувальним, то ми для його розрахунку скористаємося коефіцієнтом Герфіндаля-Гіршмана (I_k) [8]:

$$I_k = \sum_{l=1}^c q_l^2, \quad (5)$$

де q_l – частка ринку l -го підприємства галузі; c – кількість підприємств на ринку.

Якщо I_k наближається до 0, то це свідчить про неконцентрованість ринку та його конкурентність; якщо ж I_k наближається до 1, то йдеться про високомонополізований ринок.

Для використання цього показника надалі експертним чином переведемо його у обернену відносну шкалу (рис. 2).

Шкала Герфіндаля-Гіршмана Обернена експертна шкала	Конкуренція	0	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1	Монополізм
	Конкуренція	1	0,9	0,8	0,7	0,6	0,5	0,4	0,3	0,2	0,1	0	Монополізм

Рисунок 2 – Чинна та обернена шкала Герфіндаля-Гіршмана

На підставі вищевикладеного розрахуємо інтегральний рівень конкурентоспроможності продукції підприємства без урахування концентрованості ринку за формулою

$$K_{kp} = \sqrt{E_p \cdot K_l}. \quad (6)$$

Якщо K_{kp} перевищує значення 0,5 та наближається до 1, то ми можемо говорити про високий рівень конкурентоспроможності підприємства, якщо $K_{kp} = 0,5$, то це свідчить про рівноцінність підприємств, якщо ж K_{kp} менше від межі 0,5, то це демонструє неконкурентоспроможність підприємства порівняно із конкурентами.

Якщо ми рівень конкурентоспроможності підприємства скорегуємо з урахуванням концентрованості ринку, то результати будуть істотно іншими, а саме, коефіцієнт конкурентоспроможності підприємства з урахуванням концентрованості ринку визначатиметься за формулою

$$K_{kp}^k = I_k^m \cdot \sqrt{E_p \cdot K_t}, \quad (7)$$

де I_k^m – індекс Герфіндаля-Гіршмана за модифікованою шкалою (результати розрахунку подаються за оберненою шкалою, наведеною на рис. 2).

На підставі результатів розрахунку ми отримаємо комплексний рівень конкурентоспроможності підприємства. Якщо K_{kp}^k наближається до 1, то це свідчить про високий рівень конкурентоспроможності підприємства, якщо дорівнює 0,5, то підприємство є рівноцінним із конкурентом, якщо ж K_{kp}^k менше 0,5 та наближається до 0, то підприємство є неконкурентоспроможним.

Наступним потенціалоутворювальним чинником є інвестиційна привабливість підприємства. Узагальнення літературних джерел та практики функціонування підприємств дає змогу стверджувати, що інвестиційна привабливість підприємства – це сукупність фінансово-економічних, соціальних, логістичних, технологічно-майнових, адміністративно-правових, партнерських, іміджево-брендових, товарних характеристик підприємства, які забезпечують його пріоритетне становище у конкурентній боротьбі за інвестиційні ресурси. У наведеній структурі складових інвестиційної привабливості (табл. 1) підприємства свідомо не розглядаються макроекономічний та мезоекономічний аспекти, адже, як свідчить практика, інвестори при пошуку об'єктів інвестування керуються властивими їм цілями, і не завжди визначальний вплив на інвестиційні рішення здійснюють макроекономічна ситуація в країні та стан галузі. Ключовими критеріями для інвестора є параметри функціонування підприємства у його взаємодії із зовнішнім середовищем.

Таблиця 1 – Характеристика складових інвестиційної привабливості підприємства

№ з/п	Складові інвестиційної привабливості	Змістова характеристика відповідних складових інвестиційної привабливості
1	2	3
1	Фінансово-економічна привабливість (I_1)	Характеризується фінансовим станом підприємства, а саме: рентабельністю функціонування, ліквідністю, фінансовою незалежністю та діловою активністю. Розкриває наявний фінансово-економічний стан підприємства, його стійкість, схильність до позитивних зрушень, потенціал у цій сфері
2	Технологічно-майнова привабливість (I_2)	Відображається наявністю та масштабами у власності підприємства земельно-майнових комплексів, будівель, споруд, обладнання, устаткування, технологій тощо
3	Соціальна привабливість (I_3)	Розкриває привабливість підприємства для його діючих та потенційних працівників за рахунок рівня заробітної плати, створених умов праці, соціальних пакетів, службового транспорту, фінансування зв'язку, розвинутої соціальної інфраструктури (медичних та профілактично-оздоровчих закладів, спортивних баз, їдалень), престижу роботи для працівників тощо
4	Логістично-територіальна привабливість (I_4)	Демонструє місцезосташування підприємства, його наближеність до шляхів транспортних сполучень, районів проживання працівників, посередницьких структур, обслуговуючих фірм, постачальницьких організацій, споживачів тощо
5	Іміджево-брендова привабливість (I_5)	Характеризує наявність у підприємства розкрученого бренду, торговельної марки, сформованого іміджу на ринку

1	2	3
6	Партнерська привабливість (I_5)	Відображає рівень налагодженості та історію взаємовідносин з постачальниками (їхню надійність та диверсифікованість), споживачами (їхню платоспроможність), банками (кредитоспроможність підприємства), транспортними та страховими організаціями, державними органами влади (ДПАУ, ДМСУ, міськрадами, облдержадміністраціями тощо)
7	Адміністративно-правова привабливість (I_7)	Демонструє організаційно-правову форму підприємства, його юридичну реєстрацію (наприклад, у спеціальній економічній зоні), перебування на спрощеній чи єдиній системі оподаткування, фігурування у судових позовах з боку зовнішніх позивачів, наявність кримінальних та адміністративних справ щодо підприємства, апарат управління підприємством, тощо
8	Товарна привабливість (I_8)	Відображається унікальною продукцією (товарами, роботами, послугами) або продукцією масового споживання, або висококонкурентною продукцією, що виготовляється підприємством на різних етапах технологічного циклу, тобто не обов'язково мова йде про кінцеву продукцію, адже зацікавлення може викликати і проміжна продукція

Як видно з табл. 1, інвестиційну привабливість підприємства з урахуванням її складових кількісно можна діагностувати за значним переліком діагностичних індикаторів, зокрема, одночасно абсолютних, відносних, інтегральних тощо. Такий підхід не дає можливості отримати певну узагальнену інтегральну оцінку рівня інвестиційної привабливості підприємства з огляду на складність та практичну неможливість подальшого узагальнення зазначених бізнес-індикаторів у єдиний комплексний показник. З огляду на це для діагностики інвестиційної привабливості підприємства пропонується використовувати експертну оцінку з її подальшою трансформацією у кількісно-рівневу, тобто перетворенням у інтегральний показник, який дасть змогу сформулювати лінгвістичну оцінку рівня інвестиційної привабливості. Найбільш доцільним та обґрунтованим у таких умовах є використання безрозмірної шкали Харрінгтона, яка передбачає п'ять рівнів оцінки в загальному інтервалі шкали від 0 до 1. Шкала Харрінгтона є універсальним у різних сферах кількісним вимірником параметрів досліджуваного об'єкта, вона умовно поділяється на п'ять ділянок, які характеризують різні рівні бажаності, значення 0,37 є критичною точкою переходу показників з незадовільного рівня до задовільного. Лінгвістичні та кількісні характеристики шкали Харрінгтона наведено у табл. 2 [9, с. 367-369; 10, с. 79].

Таблиця 2 – Лінгвістичні та кількісні характеристики шкали Харрінгтона*

Інтервали шкали Харрінгтона, I_i	Лінгвістичні оцінки шкали Харрінгтона	Лінгвістичні оцінки для діагностики станів інвестиційної привабливості та її складових
(0,8-1]	Відмінно	Висока привабливість
(0,63-0,8]	Добре	Достатня привабливість
(0,37-0,63]	Задовільно	Задовільна привабливість
(0,2-0,37]	Погано	Низька привабливість
[0-0,2]	Незадовільно	Непривабливість

* Примітка. Сформовано авторами на підставі джерел [9; 10] та модифіковано

Результати аналізування літературних джерел та практики функціонування

Розділ 4 Проблеми управління інноваційним розвитком

підприємств дають змогу запропонувати діагностику інвестиційної привабливості підприємства здійснювати у такій послідовності:

- якісно-описова ідентифікація різних станів привабливості виокремлених складових інвестиційної привабливості з подальшим її перетворенням у кількісні вимірники за допомогою шкали Харрінгтона;
- обґрунтоване визначення вагомості складових інвестиційної привабливості;
- здійснення комплексного оцінювання інтегрального рівня інвестиційної привабливості;
- інтерпретація рівня та стану інвестиційної привабливості підприємства за шкалою Харрінгтона.

Комплексне оцінювання інтегрального рівня інвестиційної привабливості (I) підприємства пропонується здійснювати згідно з узагальнювальним показником за формулою

$$I = \sum_{i=1}^8 (I_i \cdot \mu_i), \quad (8)$$

де I_i – кількісна оцінка відповідної складової інвестиційної привабливості підприємства за шкалою Харрінгтона; μ_i – вагомість відповідної складової інвестиційної привабливості; i – кількість складових інвестиційної привабливості, за якими її оцінюють.

Одним із ключових потенціалоутворювальних чинників є його здатність до розвитку. Розвиток як категорію можна розглядати із декількох позицій, а саме: розвиток як процес (рух), як результат, як властивість, як закономірність, як динаміку. На підставі цього розвиток підприємства також доцільно розглядати багатоаспектно, а саме: розвиток підприємства як процес перетворення його якісно-кількісних параметрів; розвиток як результуюча характеристика параметрів підприємства у певних просторово-часових умовах; розвиток як іманентна властивість будь-якого підприємства; розвиток як констатація незворотності реалізації змін на підприємстві; розвиток як динамічна характеристика кожного підприємства [11].

Як свідчить аналіз літературних джерел, у теорії та на практиці при здійсненні діагностики розвитку підприємства аналізуються відхилення, темпи приросту ключових показників та параметрів функціонування. Такий підхід дає змогу за сукупністю параметрів оцінити динамічні та структурні зміни у виробничо-господарській діяльності підприємства і спрямований він насамперед на діагностику масштабів перетворень, тобто кількісний аспект розвитку. До того ж, як правило, упускається якісний аспект, який демонструє позитивні перетворення якості продукції підприємства, забезпеченні своєчасності та бездефектності виробництва, зростанні капіталізації підприємства тощо. Варто також наголосити, що використання певної сукупності показників для діагностики розвитку підприємства без їх подальшого узагальнення, інтегрування не дає змоги сформулювати цілісне уявлення про траєкторію розвитку підприємства загалом, адже динаміка індивідуальних показників із обраного переліку може істотно відрізнятись за обсягами та спрямуванням. На підставі вищенаведеного комплексну полікритеріальну діагностику розвитку підприємства запропоновано здійснювати на засадах обчислення інтегрального рівня розвитку (рис. 3), який за своєю логікою залежатиме від двох ключових показників: рівня

масштабності розвитку та рівня якості розвитку [12; 13].

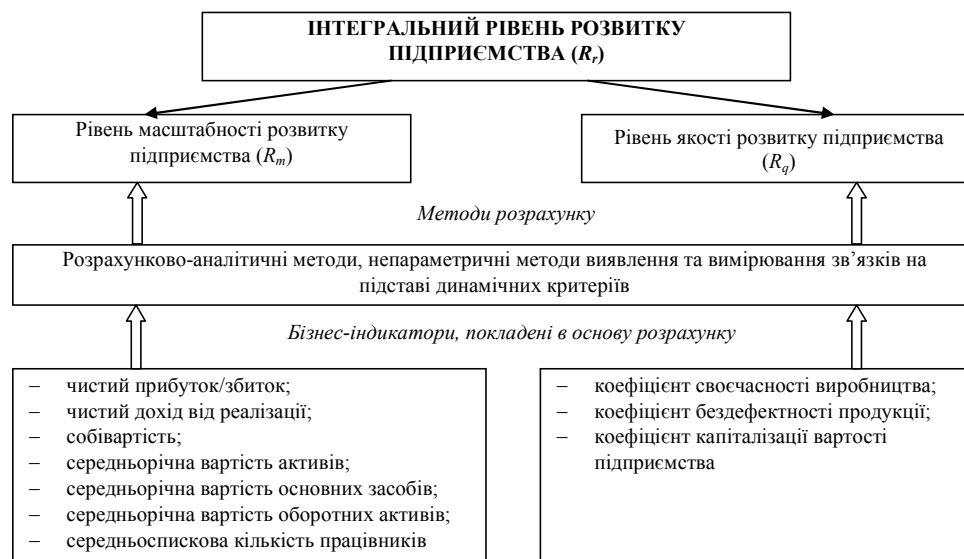


Рисунок 3 – Запропонована концептуальна модель визначення інтегрального рівня розвитку підприємства

На підставі значень рівня масштабності та рівня якості розвитку підприємства, які визначаються шляхом інтегрування коефіцієнтів Спірамана та Фехнера в межах використання непараметричних методів вимірювання динамічних зв'язків, розраховуємо інтегральний рівень розвитку підприємства, який перебуватиме у діапазоні [0; 1]. Відповідно з наближенням показника до одиниці можна стверджувати про високий рівень розвитку підприємства, до нуля – низький рівень розвитку. Показник доцільно розраховувати на підставі середнього арифметичного зваженого вхідних рівнів масштабності та якості розвитку за формулою

$$R_r = \frac{R_m \cdot g + R_q \cdot h}{100\%}, \quad (9)$$

де g – вагомість рівня масштабності розвитку для підприємства, %; h – вагомість рівня якості розвитку для підприємства, % ($h = 100 - g$).

Необхідність визначення вагомостей зазначених рівнів розвитку пояснюється економічною доцільністю, адже для кожного підприємства існує різна пріоритетність стосовно масштабності та якості розвитку. Якщо, наприклад, підприємство працює на повну потужність і збільшувати масштаби виробництва немає потреби, то в таких умовах акцентується увага на якості виробництва, його бездефектності та систематичності, що зумовлюватиме пріоритетність рівня якості розвитку. Можлива протилежна ситуація, коли підприємство виготовляє якісну конкурентоспроможну продукцію, працює ритмічно, але попит на продукцію значно перевищує існуючу

пропозицію. У такій ситуації для підприємства пріоритетним є масштабність розвитку. Вагомості рівнів розвитку визначаються експертним способом фахівцями, менеджерами, власниками тощо.

Зважаючи на вищевикладене, рівень потенціалу підприємства (P) рекомендується визначати за моделлю

$$P = \sqrt[3]{K_{kr}^k \cdot I \cdot R_r}, 0 \leq P \leq 1. \quad (10)$$

Рівень потенціалу підприємства слід аналізувати за зазначеними критеріями та у динаміці. З наближенням P до 1 перспектива функціонування та розвитку підприємства є достатньо високою, з наближенням P до 0 можна говорити про низький рівень перспективи для підприємства.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Проведені дослідження дали змогу стверджувати, що потенціал підприємства формується під впливом трьох ключових чинників: конкурентоспроможності, інвестиційної привабливості та розвитку підприємства. На підставі вищезазначеного розвинуто модель діагностики рівня потенціалу підприємства на засадах інтегрування потенціалоутворювальних чинників, яка дає змогу оцінити та ідентифікувати рівень перспективи підприємства залежно від ключових характеристик конкурентоспроможності, інвестиційної привабливості та розвитку підприємства. Обґрунтовано, що достатній рівень конкурентоспроможності підприємства на певному ринку створює умови для його подальшого розвитку, але перехід на якісно новий рівень розвитку неможливий без значних інвестувань, що зумовлює важливість створювати та формувати інвестиційну привабливість підприємства. Позитивна перспектива для підприємства формується за умов позитивних параметрів вищезазначених чинників.

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / [уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел]. – К.; Ірпінь: ВТФ «Перун», 2002. – 1440 с.
2. Енциклопедія бізнесмена, економіста, менеджера / [за ред. Р. Дяківа]. – К.: Міжнародна економічна фундація, ТзОВ «Книгодрук», 2000. – 704 с.
3. Економічна енциклопедія: у трьох томах. Т. 3 / [редкол.: ...С.В. Мочерний (відп. ред) та ін.] – К.: Видавничий центр «Академія», 2002. – 952 с.
4. Управління потенціалом підприємства / [І.С. Должанський, Т.О. Загорна, О.О. Удалих, І.М. Герасименко, В.М. Ращупкіна]. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 362 с.
5. Воронкова А.Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация / А.Э. Воронкова. – Луганск: И-во Восточноукраинского национального университета, 2000.
6. Кунцевич В.О. Підходи до діагностики фінансового потенціалу підприємства / В.О. Кунцевич // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – №1(43). – С. 68-75.
7. Кунцевич В.О. Поняття фінансового потенціалу розвитку підприємства та його оцінки / В.О. Кунцевич // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – №7(37). – С. 123-130.
8. Піддубна Л.І. Конкурентоспроможність економічних систем: теорія, механізм регулювання та управління: [монографія] / Л.І. Піддубна. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2007. – 368 с.
9. Інвестиційно-інноваційна діяльність: теорія, практика, досвід: [монографія] / [М.П. Денисенко, Л.І. Михайлова, І.М. Грищенко, А.П. Гречан та ін.]; за заг. ред. д.е.н., проф., акад. М.П. Денисенка, д.е.н., проф. Л.І. Михайлової. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2008. – 1050 с.
10. Микитенко В.В. Діагностика стратегічного потенціалу підприємства / В.В. Микитенко,

І.А. Ігнат'єва // Вісник економічної науки України. – 2005. – № 2. – С. 77-80.

11. Мельник О.Г. Системи діагностики діяльності підприємств: полікритеріальна концепція та інструментарій: [монографія] / О.Г. Мельник. – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2010. – 344 с.

12. Кузьмін О.Е. Комплексная диагностика развития машиностроительных предприятий / О.Е. Кузьмин, О.Г. Мельник // Бизнес Информ. – 2010. – № 3 (2). – С.60-67

13. Кузьмін О.Є. Концептуальні засади формування та використання полікритеріальних діагностичних систем на підприємствах машинобудування / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник // Вісник економічної науки України. – 2010. – №1 (2010). – С. 56-60.

О.Е. Кузьмин, О.Г. Мельник

Діагностика потенціала підприємства

В статті уточнено поняття «потенціал підприємства», а також удосконалена модель діагностики рівня потенціала машинобудівного підприємства, яка відрізняється від існуючих урахуванням ключових потенціалоформуючих факторів (конкурентоспособності, інвестиційної привлекателності і розвитку підприємства) і дає можливість оцінити перспективу підприємства.

Ключевые слова: потенциал, развитие, конкурентоспособность, инвестиционная привлекательность, диагностика.

O.E. Kuzmin, O.G. Melnik

Diagnostics of potential of the enterprise

A concept "potential of enterprise" is specified in the article, and also the model of diagnostics of level of potential of machine-building enterprise is developed, which is distinguished by the account of key potential-forming factors (competitiveness, investment attractiveness and development of enterprise) and enables to estimate the prospect of enterprise.

Keywords: potential, development, competitiveness, investment attractiveness, diagnostics.

Отримано 01.12.2010 р.