

Л.С. ЛАРКА, канд.екон.наук, доц. каф. ЕіМ, НТУ «ХПІ», Харків
Н.М. ДОНЕЦЬ, магістрант каф. ЕіМ, НТУ «ХПІ», Харків
М.О. СІРЕНКО, магістрант каф. ЕіМ, НТУ «ХПІ», Харків

СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА ЯК СКЛАДОВА ЙОГО СТРАТЕГІЧНОГО НАБОРУ

Досліджено структуру стратегічного набору підприємства, проведено логіко-змістове моделювання складових економічного потенціалу підприємства.

Ключові слова: потенціал, стратегія, стратегічний набір, загальна стратегія, забезпечувальні стратегії.

Вступ. Стрімке поширення теоретико-методологічних засад концепції стратегічного управління на підприємствах в сучасних умовах спричиняє необхідність перегляду підходів до розробки стратегічного набору, під яким розуміють систему стратегій різного типу, що їх розробляє підприємство на певний відрізок часу, яка відбиває специфіку його функціонування та розвитку, а також рівень його претендування на місце і роль у зовнішньому середовищі [1, с. 240]. Оскільки мова йде про розвиток підприємства, на перший план виступають питання раціонального використання наявних потенціалів підприємства (виробничого, кадрового, фінансового, інноваційного, маркетингового) при реалізації його загальної стратегії, а також формування ефективного механізму узгодження складових стратегічного набору підприємства. Всі складові потенціалу підприємства взаємопов'язані поміж собою, тому при розробці стратегічного набору слід приділяти належну увагу кожному виду потенціалу. Для цього формують систему показників регулювання використання економічного потенціалу підприємства в цілому [2, с. 283]. Науковцями досить повно досліджені питання управління потенціалом підприємства, запропоновані різноманітні механізми формування стратегічного набору [3 – 5], але залишається відкритим питання взаємодії стратегій, що утворюють стратегічний набір. Актуальність запропонованого нижче дослідження полягає у максимізації синергетичного ефекту від реалізації стратегічного набору підприємства.

Постановка задачі. Основною метою статті є обґрунтування стратегічного набору підприємства у ринкових умовах шляхом ранжирування стратегій, що його утворюють.

Методологія. Під час дослідження застосовано методи аналізу, синтезу та порівняльний метод наукового пізнання.

Результати дослідження. Стратегічний набір підприємства утворюють дві групи стратегій: загальна стратегія та забезпечувальні стратегії, до яких належать продуктово-товарні стратегії напрямку діяльності, функціональні та ресурсні стратегії [1]. Стратегія управління потенціалом підприємства є ресурсною стратегією та містить в собі такі стратегії:

- стратегія управління виробничим потенціалом;
- стратегія управління фінансовим потенціалом;
- стратегія управління інноваційним потенціалом;
- стратегія управління кадровим потенціалом;
- стратегія управління маркетинговим потенціалом;
- стратегія управління інформаційним потенціалом (еккаутигом).

Раціональне планування стратегічного набору підприємства повинно базуватися на узгодженні його наявного та перспективного потенціалів. Для цього необхідно здійснити ранжирування основних заходів для забезпечення економічного потенціалу підприємства за допомогою методу логіко-змістовного моделювання.

Результатом проведення процедури логіко-змістовного моделювання є побудова графу, на якому відображається причинно-наслідковий зв'язок між заходами з використання потенціалу підприємства. У верхній частині графу розташовано найголовніші заходи-причини, у нижній частині – заходи-слідства; лінії зв'язку на графу ілюструють, якому саме заходу-причині відповідає окремий захід-слідство.

Вихідний каталог сукупності матиме наступний вигляд:

- 1 управління виробництвом;
- 2 управління інноваціями;
- 3 управління маркетингом;
- 4 управління фінансами;
- 5 управління персоналом;
- 6 управління еккаутигом.

Причинно-наслідковий зв'язок між заходами з управління потенціалом підприємства відображено в табл. (при попарному зіставленні заходів заходу-причині відповідає значення 1, а заходу-слідству – значення 0). Як видно з табл., головним заходом-причиною виступають заходи з управління маркетингом, що пояснюється використанням концепції маркетингу для досягнення успіху на ринку. Далі слідують заходи з управління виробництвом та заходи з управління персоналом, які мають однакову вагу,

бо відображають проблеми ефективного використання виробничих потужностей та виробничого потенціалу підприємства.

Заходи з управління інноваціями розглядаються у якості заходів-слідства відносно заходів з управління виробництвом, управління персоналом та управління маркетингом, оскільки результати маркетингових досліджень надають спрямованості інноваційній діяльності підприємства, а наявність відповідної виробничої бази та кадрів відповідної кваліфікації виступають ресурсною базою реалізації інноваційної діяльності.

Таблиця – Причинно-наслідкові зв'язки між заходами з управління потенціалом підприємства

Захід	1	2	3	4	5	6	Разом
1	X	1	0	1	0	1	3
2	0	X	0	1	0	1	2
3	1	1	X	1	1	0	4
4	0	0	0	X	1	0	1
5	1	1	0	0	X	1	3
6	0	0	0	1	0	X	1

Заходи з управління фінансами та управління екзаунтингом (збір, обробка, класифікація, аналіз та оформлення фінансової інформації) рівнозначні та виступають як слідства попередніх заходів, оскільки саме заходи з управління маркетингом, виробництвом, персоналом та інноваціями надають спрямованості заходам з управління фінансами та визначають характерні особливості фінансової інформації. Граф причинно-наслідкового зв'язку заходів з управління потенціалу підприємства наведено на рис. .

Реалізація стратегічного набору підприємства з урахуванням результатів логіко-змістовного моделювання дозволить визначити пріоритети в процесі стратегічного управління. Правильно розставлені акценти в стратегічному наборі – це запорука максимізації синергічного ефекту. В економіці синергічний ефект пов'язаний, зокрема, з тим, що комбіноване використання кількох взаємоузгоджених стратегій виявляється кориснішим, ніж ізольоване впровадження якоїсь однієї. Адже при цьому різні фактори так впливають один на одного, що здатні разом досягти більшого, ніж за окремого їх застосування. Механізм взаємодії окремих структурних

компонентів економічного потенціалу підприємства не є тотожним механізму використання економічного потенціалу підприємства [2, с. 284].

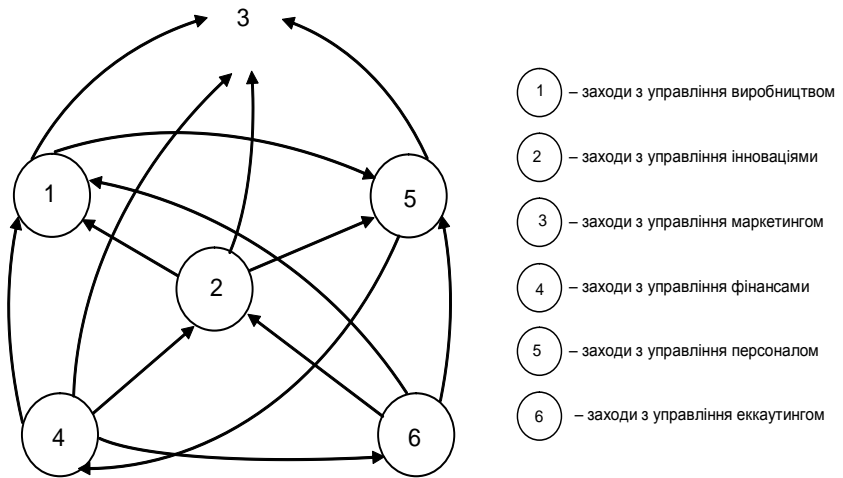


Рис. – Граф заходів з управління підприємством

Він дозволяє встановити оптимальні пропорції витрат підприємства на формування, підтримку та розвиток складових потенціалу підприємства.

Висновки. Таким чином, розуміння важливості стратегії управління потенціалом підприємства як найвагомішої складової його стратегічного набору дозволяє провести структуризацію цілей, координацію складових набору під час реалізації місії підприємства.

Список літератури: 1. Шершньова З.Є. Стратегічне управління / З.Є. Шершньова. – К. : КНЕУ, 2004. – 699 с. 2. Латин Е.В. Оценка экономического потенциала предприятия / Е.В. Латин. – Сумы : Университетская книга, 2004. – 360 с. 3. Богачевський Б.С. Потенціал і розвиток підприємства / Богачевський Б.С., Заблоцька І.В., Решетняк О.О. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 400 с. 4. Отенко І.П. Стратегическое управление потенциалом предприятия : монографія / І.П. Отенко. – Х. : ХНУ, 2006. – 256 с. 5. Воронкова А.Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация : монографія / А.Э. Воронкова. – Луганск : СЧУ им. В.Даля, 2004. – 314 с.

УДК 658.15

Стратегія управління потенціалом підприємства як складова його стратегічного набору /Л.С. Ларка, Н.М. Донець, Т.Є.Никифорець // Вісник НТУ „ХПІ”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2013. - № 20 (993) - С. 159-163. Бібліогр.: 5 назв.

Исследована структура стратегического набора предприятия, проведено логико-содержательное моделирование составляющих экономического потенциала предприятия.

Ключевые слова: потенциал, стратегия, стратегический набор, общая стратегия, обеспечивающие стратегии.

The structure of the enterprises potential is developed, the relationships of reasons and consequences between enterprises management spheres are installed.

Keywords: capacity, strategy, strategic set, the overall strategy to ensure that strategy

УДК 336

Р.Г. МАЙСТРО, канд.екон.наук, доц. НТУ «ХПІ», Харків
А.А. ПОЗДНЯКОВА, магістрант, НТУ «ХПІ», Харків

ВАЖЛИВІСТЬ СИСТЕМАТИЧНОГО ПРОВЕДЕННЯ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

У статті досліджено основні підходи до визначення поняття «фінансовий стан підприємства», здійснено фінансовий аналіз за складовою «оборотні кошти» на прикладі сучасного підприємства, оцінено важливість проведення систематичного фінансового аналізу, запропоновано можливі напрямки поліпшення фінансового стану підприємства.

Ключові слова: фінансовий стан, фінансовий аналіз, оборотні кошти, етапи аналізу.

Вступ. Проведення систематичного аналізу власного фінансового стану є обов'язковим завданням кожного сучасного підприємства. В умовах швидкого розвитку технологій, високої конкуренції та нестабільних економічних умов кожне підприємство повинне систематично аналізувати показники ефективності своєї роботи, щоб мати можливість порівняти свій рівень діяльності з оптимальними показниками, з конкурентами та вчасно відреагувати на існуючі проблеми. Систематичний аналіз фінансового стану дає змогу виявити проблеми у функціонуванні у тенденції, тобто наглядно оцінити показники у конкретні періоди діяльності, що дасть більший об'єм інформації, тобто підприємство

© Р.Г. Майстро, А.А. Позднякова, 2013

отримає більш детальний аналіз, який дозволить якісніше спрогнозувати необхідні задачі та заходи для підприємства.

Постановка проблеми. Однією з найпоширеніших причин кризового