

УДК 658.016.4

ФОРМУВАННЯ ЦІЛЬОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ З ВИГОТОВЛЕННЯ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ

Хомяков В.І.
Ковальчук Я.О.

В роботі представлено визначення поняття цільового потенціалу та його відмінні особливості. Також здійснено аналіз підприємств з виготовлення будівельних матеріалів щодо використання ресурсів на основі порівняння вітчизняних підприємств з американськими. Визначено, що значення показників ефективності американських підприємств є цільовими на даному етапі розвитку українських підприємств і саме вони формують значення показників цільового потенціалу вітчизняних підприємств.

Ключові слова: потенціал, потенціал розвитку, стратегічний потенціал, цільовий потенціал, підприємство, будівельні матеріали.

ВСТУП

В умовах постійних ринкових змін набуває актуальності проблема швидкої трансформації організаційних, технологічних, ресурсних якостей підприємства, які в сукупності формують його потенціал. Сучасні умови господарювання змушують підприємства переорієнтувати свою діяльність від фіксування поточних результатів діяльності до орієнтації на перспективне економічне зростання, а саме досягнення цільового потенціалу. Підприємства з невисоким рівнем сформованого потенціалу чи з невикористаними можливостями його застосування зазнають збитків.

Визначення потенціалу представлено у роботах Репіної І.М., Федоніна О.С., Краснокутської Н.С., Олексюка О.І., Лапіна Є.В., Россошанської О.В.,

Блонської В.І. Питанням стратегічного потенціалу займалися такі науковці як Сущенко О.А., Колесніков О.О., Міхаєва А.О., Павлик О.Д., Бузько І.Р., Кібук Т.М. Таке поняття (категорія) як цільовий потенціал є малодослідженим і в роботах Репіної І.М., Федоніна О.С., Ігнат'євої І.М. представлено лише деякі аспекти даного питання.

Мета роботи є поглиблення і розвиток теоретичних аспектів і практичних механізмів функціонування цільового потенціалу у їх відповідності сучасним умовам господарювання.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Важливою передумовою успішної економіки країни є ефективна, прибуткова діяльність підприємств. В той же час, ефективний розвиток підприємництва залежить від повноцінного використання його потенційних можливостей, ресурсів та резервів, що і означає формування потенціалу підприємства.

Хомяков Володимир Іванович, д.т.н., проф.
Ковальчук Яна Олександрівна, аспірант, Черкаський державний технологічний університет, тел. (097)455-75-83, yana_kovalchuk@ukr.net

Потенціал підприємства – це можливість збалансованого використання усіх наявних резервів для задоволення потреб споживачів шляхом виробництва конкурентоспроможних товарів та послуг [1]. Загалом, можливість пов'язана з дійсністю, процесом її реалізації, у ході якого відбувається народження нових можливостей. Такий процес є процесом розвитку, отже, саме за рахунок використання наявних можливостей підприємство може розвиватись. Тому також важливим є формування потенціалу, адже без формування потенціалу підприємство не буде ефективно розвиватись. Постає необхідність переорієнтації підприємств від забезпечення потенціальних ресурсів діяльності до впровадження перспективного економічного розвитку.

Потенціал розвитку підприємства (або інших інституціональних одиниць) – це здатність генерувати потоки коштів, необхідних для формування адекватних обсягів інвестицій, фондів оплати праці та податкових платежів, достатніх для досягнення стратегічних цілей. Фактичний потенціал суб'єкта господарювання в умовах вітчизняної економіки характеризується, з одного боку, втраченими можливостями, а з другого – резервами зростання. Основною стратегічною метою будь-якого суб'єкта господарювання є досягнення цільового потенціалу [1].

Розглядаючи класифікацію, запропоновану в роботі [1], яка виокремлює ключові види потенціалу, виділяємо для дослідження за рівнем ієрархії інституціональних одиниць – потенціал підприємства і за рівнем використання – цільовий (стратегічний) потенціал. Цільовий потенціал є ключовим аспектом подальшого дослідження.

Науковці в більшості випадків виділяють стратегічний потенціал (Колесніков О.О. [2], Сущенко О.А. [3], Росшошанська О.Р. [4], Краснокутська Н.С. [5], Кібук Т.М. [6] або перспективний (Репіна І.О.) [7], – і в основному визначають його як сукупність наявних ресурсів, резервів та можливостей для розробки і реалізації стратегії підприємства.

Поряд з тим, що стратегічний потенціал отожднюють з поняттям цільового потенціалу, вважаємо, що поняття «цільовий потенціал» має свої особливості. Якщо стратегічний потенціал пов'язують зі стратегією розвитку підприємства і він динамічно розвивається разом з розвитком підприємства, – то цільовий потенціал є максимально можливим потенціалом (межа), якого підприємство намагається досягти на певному етапі свого розвитку.

Цільовий потенціал – це сукупність максимальних на конкретний момент часу можливостей підприємства, що відповідають рівню найбільш ефективного використання ресурсів та резервів, орієнтований на досягнення довгострокових цілей.

За визначенням Ансоффа, для ведення успішної діяльності підприємство повинно оптимізувати процес споживання ресурсів [8]. В той же час, визначаємо потенціал як можливість збалансованого використання усіх наявних ресурсів. Але в своїх роботах ні Ансофф [8], ні Томпсон та Стрікланд [9] не розглядають «потенціал підприємства» як логічне

продовження поняття «стратегія підприємства». Хоча ці поняття є взаємозалежними. Стратегію розглядаємо як комплексний підхід до формування цілей, які забезпечують заданий потенціал підприємства. Стратегія і цілі є нерозривними поняттями. Цілі – це бажані результати, а стратегія означає їх досягнення.

Визначення цілей допомагає перейти від загального формулювання місії до окремих планів роботи, за допомогою яких є можливим досягнення успіху. Задана ціль включає в себе ряд бажаних результатів, для досягнення яких є необхідними певні зусилля та організовані дії. Прагнення перейти від наявного положення до бажаного змушує фірму бути більш винахідливою, покращувати свої господарські показники та ділову репутацію, що вимагає зосередження всіх можливостей фірми. Складні, але досяжні цілі допомагають компанії захиститись від зваблювання досягнутими результатами, коливань, внутрішньо фірмового безладу та забезпечують збалансування у роботі фірми [9].

За визначенням Ансоффа [8], комерційна фірма – це організація, яка має визначені цілі, і вся її діяльність направлена на їх досягнення. Будучи чітко визначеними, цілі стають потужним інструментом підвищення ефективності виробництва, контролю, координації, а також використовуються на всіх стадіях процесу прийняття рішень. Їх потенційна здатність проникати у всі сфери діяльності підприємства настільки велика, що цілі використовувались навіть в якості основи процесу управління, який і отримав назву «управління за цілями».

Саме цільові значення і формують значення показників цільового потенціалу підприємства.

Одним із способів визначення ефективності виробництва є відношення випуску на одиницю вхідних ресурсів, тож для оцінки ефективності використання ресурсів доцільно використовувати такі показники: ефективність генерування доданої вартості (ДВ) запасами (З), зарплатоємності (ЗП) матеріальних витрат (m), ефективність генерування доданої вартості матеріальними витратами, продуктивність праці (ПП) [1].

В даній роботі здійснюється порівняння показників діяльності підприємств США [10] та України з виготовлення інших неметалевих мінеральних виробів (будівельних матеріалів). Для українських виробників будівельних матеріалів пораховано середньозважені дані 9 підприємств з виготовлення виробів з глини, цементу, бетону, виробництва залізобетонних та силікатних виробів [11], [12], [13]. Представлені показники ефективності українських підприємств розраховані з урахуванням поточного курсу долара.

Представлений в таблиці показник ДВ/З відображає кількість грошових одиниць доданої вартості, які генеруються 1 грошовою одиницею запасів. Як видно з рисунка 1, значення показника ДВ/З українських підприємств в 2009 році був у 6,27 разів меншим за аналогічний показник американських підприємств, а також тенденція до зниження значення даного показника свідчить про відносне погіршення управління запасами у вітчизняній промисловості.

Таблиця 1 Порівняльна динаміка основних показників підприємств з виробництва будівельних матеріалів України (У) та США (А)

Показники		2002 р.	2003 р.	2004 р.	2005 р.	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.
ДВ/З	У	0,96	1,33	1,11	1,64	2,05	2,62	1,65	0,77
	А	5,77	5,79	6,10	6,26	6,36	5,88	4,91	4,83
ДВ/м	У	0,30	0,26	0,36	0,33	0,27	0,34	0,42	0,28
	А	1,35	1,32	1,35	1,30	1,32	1,30	1,15	1,22
Р/З	У	5,12	8,46	5,02	8,73	11,03	11,96	7,06	3,92
	А	10,02	10,17	10,58	11,06	11,13	10,37	9,16	8,92
ЗП/м	У	0,19	0,18	0,19	0,19	0,14	0,12	0,14	0,19
	А	0,56	0,55	0,54	0,49	0,47	0,47	0,47	0,52
м/Р	У	0,62	0,60	0,61	0,58	0,68	0,65	0,55	0,71
	А	0,43	0,43	0,43	0,44	0,43	0,44	0,46	0,44
ПП, тис. дол./особу	У	13,52	19,89	19,54	38,63	54,76	100,44	119,40	52,78
	А	196,95	209,31	224,40	246,03	266,51	266,71	262,03	250,64

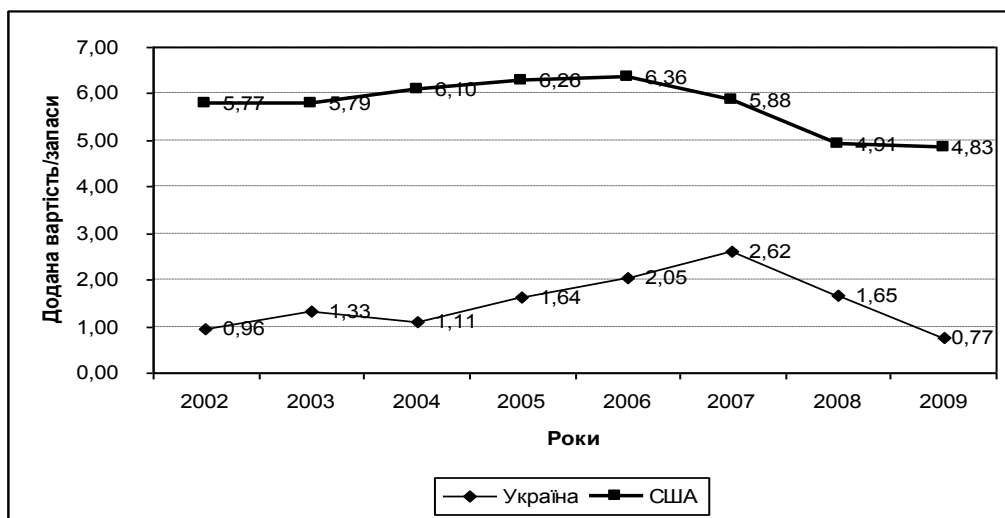


Рис. 1 Динаміка ефективності генерування доданої вартості запасами підприємств промисловості будівельних матеріалів США та України

Динаміка показника ДВ/м, представлена в доданій вартості спожитими матеріальними таблиці, дозволяє оцінити ефективність створення ресурсами.

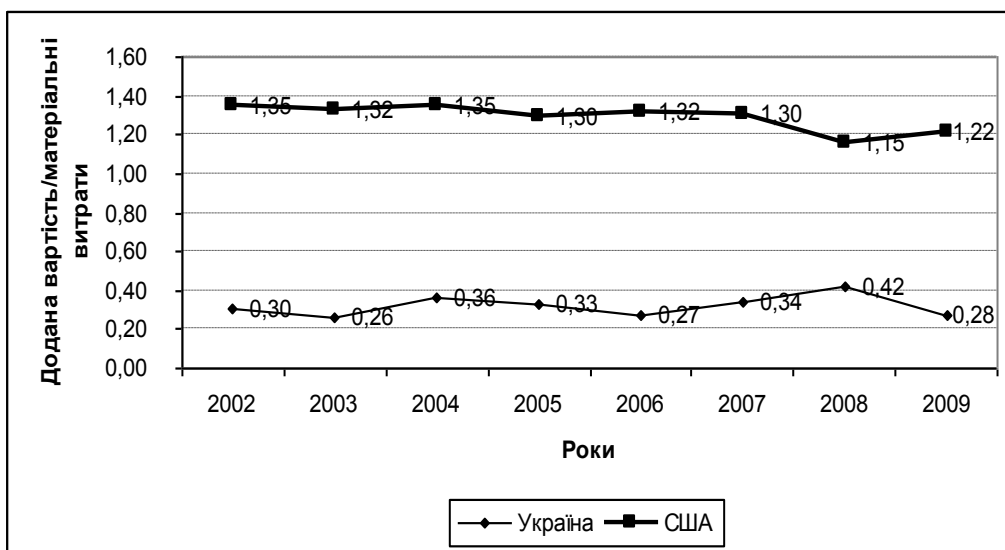


Рис. 2 Динаміка ефективності генерування доданої вартості матеріальними витратами підприємств промисловості будівельних матеріалів США та України

Представлений на рисунку 2 показник ДВ/м по вітчизняній промисловості будівельних матеріалів за період з 2002 по 2009 роки залишився майже незмінним, хоча в промисловості США даний показник зменшився з 1,35 до 1,22 на 2009 рік. Попри незначне зменшення у промисловості США, значення

українських показників у 2009 році було у 4,35 рази меншим за американські.

Показник ЗП/м дає змогу оцінити, скільки грошових одиниць заробітної плати генерує 1 гр. од. спожитих матеріальних ресурсів.

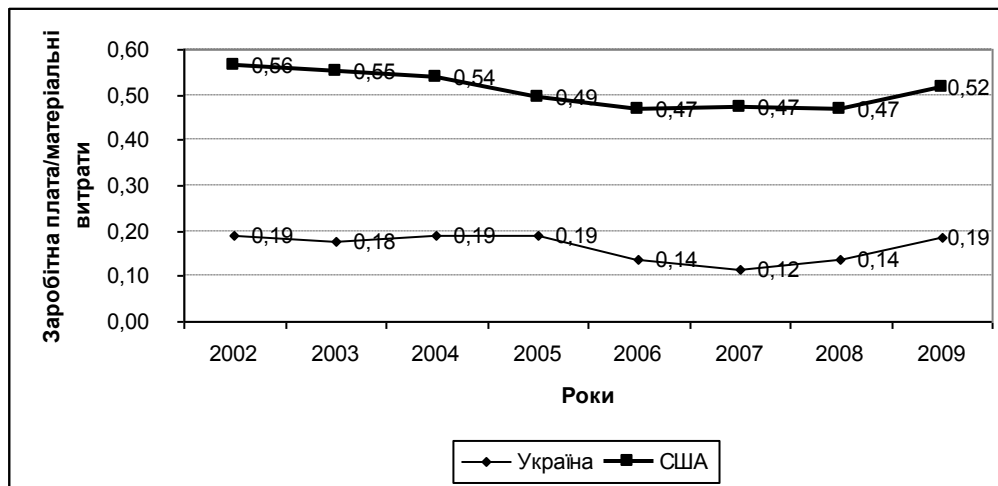


Рис. 3 Динаміка зарплатоємності матеріальних витрат підприємств промисловості будівельних матеріалів США та України

Як видно з рисунка 3, за період з 2002 по 2009 роки на вітчизняних підприємствах обсяг заробітної плати, який генерувався однією гривнею матеріальних витрат, залишився незмінним, хоча на 2007 рік відбулося деяке зниження показника. Аналогічна тенденція в динаміці ефективності матеріальних витрат спостерігалась і в американській промисловості.

Відповідно до наведених даних, показник зарплатоємності матеріальних витрат в галузі виробництва будівельних матеріалів України в 2009

році був нижчим, ніж в США у 2,74 рази (у 2002 році це відношення становило 2,94 рази).

Ефективність використання трудових ресурсів характеризується продуктивністю праці (ПП) одного зайнятого на підприємстві. В таблиці представлено розрахунок ПП для умов підприємств США та України. Представлена динаміка показника продуктивності праці для українського варіанту розрахована в поточних цінах виробників та в цінах 2002 року, тобто з урахуванням індексу цін виробників.

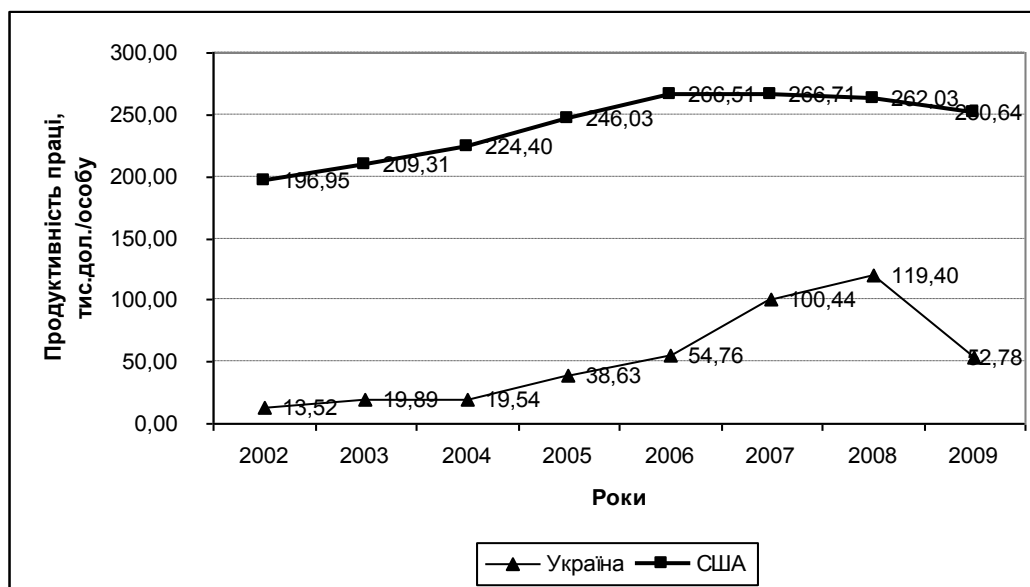


Рис. 4 Динаміка показника продуктивності праці одного зайнятого на підприємствах з виробництва будівельних матеріалів США та України

Як видно з рисунку 4, продуктивність праці у 2009 році на підприємствах США була вищою за вітчизняну у 4,74 рази. В 2002 році значення продуктивності праці на українських підприємствах становило 10,52 тис. дол./особу, а в 2009 році – 52,78 тис. дол./особу, тож спостерігається зростання даного показника на українських підприємствах.

ВИСНОВКИ

В роботі сформульовані особливості поняття цільового потенціалу підприємства в порівнянні з

поняттям стратегічного потенціалу. Виконано порівняльний аналіз підприємств щодо використання ресурсів і визначено можливу межу значень цільового потенціалу. Встановлено, що значення показників ефективності вітчизняних підприємств з виготовлення будівельних матеріалів є в декілька разів нижчими за аналогічні американські. Оскільки розглянута проблема є актуальною, то потребує подальшого дослідження з метою пошуку шляхів формування цільового потенціалу з ефективним використанням можливостей і ресурсів.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Хомяков В.І. Потенціал і розвиток підприємництва. Навчальний посібник / В.І. Хомяков, В.М.Белінська, О.В. Федоренко. – Черкаси: ЧДТУ, 2008.
2. Колесніков О.О. Управління стратегічним потенціалом підприємства: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.01 / Олександр Олександрович Колесніков. – Харків, 2005. – 21 с.
3. Сущенко О.А. Формування стратегічного потенціалу підприємства: автореф. дис. канд. екон. наук.: 08.06.01 / Олена Анатольевна Сущенко – Луганськ, 2002. – 19 с.
4. Россошанська О.В. Системне формування стратегічного потенціалу підприємства: автореф. дис. канд. екон. наук.: 08.06.01 / Ольга Валентинівна Россошанська. – Луганськ, 2006. – 20 с.
5. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка / Н.С.Краснокутська. – К.: Центр навчальної літератури, 2005.
6. Кібук Т.М. Методичне упорядкування стратегічним потенціалом підприємства // Економічний простір. - 2009. - №23/2.
7. Федонін О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навчально – методичний посібник для самост. вивч. дисц. / О.С.Федонін, І.М. Репіна, О.І.Олексюк. – К.: КНЕУ, 2005. – 261 с.
8. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И.Ансофф. – СПб.: Питер Ком, 1999. - 416с.
9. Томпсон А. Стратегический менеджмент / А.Томпсон, А. Стрікленд. – М.: ЮНИТИ, 1998. – 577 с.
10. U.S. Census Bureau [Електронний ресурс] // Current Industrial Reports. – Режим доступу: http://www.census.gov/manufacturing/cir/historical_data/
11. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс] // Статистична інформація. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
12. Alt educated business [Електронний ресурс] // Рейтинг компаній. – Режим доступу: <http://www.alt.com.ua/>
13. Загальнодоступна інформаційна база даних на фондовому ринку України [Електронний ресурс] // Регулярна інформація. – Режим доступу: <http://www.stockmarket.gov.ua/ua/report?p=5&search>