

Грунтовний маркетинг в сфері інтелектуального капіталу є важливим інструментом забезпечення фінансово-економічної безпеки і стабільності діяльності підприємства.

Кожне підприємство має свої засоби і механізми управління і регулювання процесу формування та реалізації потенціалу інтелектуального капіталу на підприємстві. Ми вважаємо, що такий процес повинен відбуватися у єдності наступних складових розвитку підприємства: аналіз, можливості фінансування, ринок праці, якість персоналу підприємства, інтелектуальний капітал підприємства в стратегії розвитку підприємства, роль інтелектуального капіталу підприємства в кінцевих результатах діяльності підприємства та рівні фінансово-економічної його безпеки.

Дослідження такого комплексу питань дозволить більш ґрунтовно здійснювати на підприємстві політику управління інтелектуальним капіталом.

Попова О. М.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ СТРАТЕГІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Стратегічним потенціалом підприємства можна назвати усі можливі ресурси, що знаходяться у розпорядженні підприємства та використовуються для досягнення цілей та виконання стратегічних завдань. Зміцнення конкурентної позиції на ринку та підвищення ефективності функціонування підрозділів – є основною сферою застосування стратегічного потенціалу.

Для забезпечення довготривалого існування та стабільного функціонування будь-якому підприємству необхідна система, яка буде відповідати за раціональне користування ресурсами та буде являти собою механізм з прийняття перспективних рішень.

Головними елементами стратегічного потенціалу є наступні фактори:

- Проведення макроекономічного аналізу ситуації регіону або країни.
- Стійкість підприємства до чинників зовнішнього середовища, за рахунок створення та використання захисних стратегій.
- Раціональне використання інвестицій.
- Аналіз кон'юнктури ринку для створення стратегій взаємодії з іншими ринками для підвищення прибутку.

Підприємству для перспективного функціонування необхідно навчитись будувати довгостроковий план поведінки, певний сценарій розвитку та діяльності, що спрямований на майбутнє. Отже, забезпечення довготривалого плану вимагає провести оцінку можливостей підприємства та оцінити можливі альтернативні варіанти розвитку подальших подій та визначення серед них відповідних.

Оцінювання стратегічного потенціалу підприємства відбувається у 4 кроки:

1. Зіставлення системи показників, які характеризують внутрішні перспективи розвитку у нестійкому економічному становищі країни.
2. Оцінювання стратегічних можливостей підприємства.
3. Визначення ролі окремих елементів стратегічного планування для функціонування підприємства в цілому.
4. Підсумовування усіх оцінок для визначення внутрішнього потенціалу підприємства.

За словами Р. В. Фецура, який стверджує «Стратегічний потенціал – це потенціал, сформований відповідно до цілей підприємства, що відображає його можливості передбачити зміни у зовнішньому середовищі та готовність гнучко реагувати на ці зміни», можна сказати, що для створення перспективного стратегічного потенціалу в умовах хиткого становища країни необхідно більш чинної уваги приділяти факторам державного характеру, які відповідають за створення системи нормативних актів; людському чиннику, який включає у себе суспільні цінності, інтереси та різноманітні потреби; позиції підприємства між виробництвами – конкурентами; факторам мінливого економічного стану країни [3].

Наступним чином, провівши аналіз факторів, підприємство має змогу скомплектувати перелік можливих загроз, які можуть виявити вплив на діяльність підприємства.

Оцінка та аналіз стратегічного потенціалу дає змогу зрозуміти чи достатніми ресурсами та силами володіє підприємство аби мати змогу функціонувати у майбутньому та займати гідне місце серед конкурентів. Потенціал підприємства оцінюється за допомогою аналізу макро- та мікросередовища виробництва, конкурентоспроможності та аналізу життєвого циклу підприємства. За допомогою цих підходів відбувається оцінка об'єктивних параметрів стратегічного потенціалу та їх реальні можливості [4].

Таблиця 1. Методи оцінки стратегічного потенціалу підприємства

Підхід	Метод	Характерні ознаки
Конкурентоспроможність підприємства	«5 сил» Портера	Пошук можливостей та загроз для функціонування підприємства: конкуренти, компанії котрі пропонують товари – субститути, думка споживачів
	BCG (Boston Consulting Group)	Потенціал характеризується позицією на ринку, який визначається показниками частки продаж та темпу росту
Макро-/мікросередовище	PEST	Оцінка впливу факторів на зовнішнє середовище та результатів діяльності виробництва; проводиться за 4ма шляхами: P – політичний, E – економічний, S – соціальний, T – технічний
	SWOT	Виявлення сильних та слабких сторін, оцінювання фактичного стану підприємства; допомагає визначити можливі шляхи покращення, за допомогою комбінації наявних ресурсів та зовнішнього середовища
Життєвий цикл	ADL (Артур Д.Литл)	Проводиться оцінка статусу підприємства серед існуючих конкурентів та в залежності від стадії ЖЦ

Стратегічне управління суб'єктів підприємництва фокусується на визначенні конкретних позицій на ринку, техніко – економічних показників, переваг та недоліків підприємства. Від результатів стратегічного аналізу залежить, те чи раціонально була застосована стратегія та які зміни вона принесла. В залежності від типу діяльності суб'єкта та економічних відносин в країні доцільно використовувати той чи інший підхід до оцінки стратегічного потенціалу.

Список використаних джерел:

1. Клейнер Г. Б. Предприятия в нестабильнойэкономическойсреде: риски, стратегия, безопасность / Г. Б. Клейнер, В. Л. Тамбовцев, Р. М. Качалов. – М.: Экономика, 1997. – 425 с.
2. Сущенко О. А. Формування стратегічного потенціалу підприємства: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / О. А. Сущенко. – Луганськ, 2002. – 20 с.
3. Фещур Р. В. Оцінювання і управління потенціалом машинобудівних підприємств / Р. В. Фещур, О. Б. Бортновська // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємство в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2007. – № 606. – С. 113–118.
4. Блонська В. І. Вдосконалення методики аналізу стратегічного потенціалу підприємства / В. І. Блонська // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип.20.1. – С. 171–175.
5. Гринько Т. В. Роль інноваційного потенціалу підприємств у забезпеченні їхньої інноваційної активності / Т. В. Гринько, С. О. Єфімова // Управління розвитком підприємства в інтеграційних умовах: Колективна монографія / за заг. ред. Т.В. Гринько. – Дніпропетровськ: Біла К.О., 2014. – С. 199–217.