

МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ОЦІНКИ СТРАТЕГІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

студент Спаських М.М.

Стратегічний потенціал підприємства - максимальні можливості підприємства, що використовуються в процесі досягнення кінцевої мети під дією сукупності факторів у конкретних умовах зовнішнього середовища на певному проміжку часу.

Кількісна оцінка стратегічного потенціалу організації повинна базуватися на статистичному вивченні значень показників за наступними групами потенціалу підприємства:

1. Фінансовий потенціал (вивчення структури витрат, прибутковості, джерел формування обігових коштів, політики ціноутворення та ін.).
2. Маркетинговий потенціал (дослідження ринку, його місткості, показників збуту, обсягів попиту, реклама, збут та ін.).
3. Виробничий потенціал (вивчення системи управління матеріальними запасами, контролю якості, рівня прогресивності технологій, устаткування).
4. Кадровий потенціал (аналіз рівня професіоналізму, системи мотивації та винагороди праці, атестація персоналу та ін.).
5. Управлінсько-організаційний потенціал (виявлення місця підприємства в галузі, аналіз організаційної структури, готовність керівництва до ризику, інтенсивність інноваційної діяльності, імідж, ділові компетенції та ін.).

Постає проблема визначення комплексного показника кожного із потенціалів. Кожен окремий показник має свою розмірність. Тому побудова узагальнюючого показника пов'язана із створенням єдиного параметру, який би кількісно характеризував об'єкт із різноманітними характеристиками. Щоб поєднати ці параметри, необхідно створити єдину безрозмірну шкалу оцінок. Для зведення різних, можливо децю суперечливих критеріїв оцінювання до єдиного універсального параметра, пропонуємо використовувати функцію Харінгтона:

$$d_j = \exp(-e^{-j(a_j)}), \quad (1)$$

де d_j - інтервал бажаності показників, $j = 1 \dots m$, де $m = 5$;

$y(a_j)$ - функція, пов'язана із показниками оцінки потенційних можливостей організації;

$i = 1 \dots n$, n - кількість показників, що вибрано для оцінки;

a_j - конкретне значення показника.

Вибір функції $y(a_j)$ виконується на основі аналізу значень показників за певний проміжок часу діяльності підприємства. При цьому, чим більша

глибина ретроспективи, тим точнішою буде функціональна залежність рівня потенціалу підприємства від показників. Найпростіший спосіб побудови залежності – застосування діаграм в редакторі Microsoft Office Excel.

Кількість показників, що обирається для аналізу межі бажаності потенціалу, може бути варіативною залежно від умов функціонування та характеристик організації.

Значення показника d_i за шкалою бажаності змінюється в інтервалі від 0 до 1, тобто $d_i = 0$ ідентифікує низькі потенційні можливості і навпаки, $d_i = 1$ означає максимальні потенційні можливості.

Наступним етапом є визначення комплексної оцінки кожного із потенціалів, яка розглядається, як середнє геометричне від функції Харінгтона за всіма показниками d_i :

$$K_i^{com} = \sqrt[n]{\prod_{i=1}^n d_i}, \quad 0 \leq K_i^{com} \leq 1, \quad (2)$$

Останнім кроком є розрахунок ступенів впливу кожного із потенціалів на загальний стратегічний потенціал підприємства. Зазвичай для цього використовується метод експертних оцінок. Необхідно з відповідальністю поставитися до підбору експертів. Для підвищення якості прогнозу необхідно уникати зворотного зв'язку між експертами. Тобто необхідно забезпечити принцип одержання і обробки незалежної узагальненої думки колективу експертів (чи одного з них) при відсутності впливу думок інших експертів.

Побудова узагальненої функції бажаності дає можливість виділити єдиний параметр, який кількісно оцінював би поведінку досліджуваного багатопараметричного об'єкта, оскільки вона є універсальною. Тобто використання саме функції Харінгтона пояснюється тим, що її легко адаптувати до багатьох систем, різних сфер господарювання.

Отже, не зважаючи на трудомісткість обчислень та можливий вплив суб'єктивності при виборі керівниками факторів, а також при виставленні рейтингів, дана методика розрахунку потенціалу підприємства та вибору стратегії його розвитку дозволяє отримати відповіді на питання:

- як зовнішні умови впливають на діяльність підприємства та які їх тенденції змін у часі;
- на який вид потенціалу керівникам підприємства необхідно вплинути найбільш ефективно з метою покращення загального стратегічного потенціалу організації;
- який вид ресурсів потребує першочергового розширення та якими резервами володіє підприємство.

Науковий керівник: доц., к.е.н. Лук'янихіна О.А.