

Коноплянко Д.О.

аспірант,

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

СУТНІСТЬ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Ефективно побудована система стратегічного управління підприємством забезпечує його фінансову стійкість, конкурентоспроможність та ефективне функціонування на ринку. Високий рівень стратегічного мислення та управління керівника підприємства або менеджерів є одним із вирішальних факторів розвитку та досягнення цілей діяльності. Натомість недостатнє усвідомлення значущості планування та відсутність стратегічного мислення може бути ознаками неякісного управління підприємством. Нестабільність у бізнес-середовищі вимагає від менеджменту розв'язання проблем пристосування підприємства до тих змін, що відбуваються у зовнішньому середовищі. Зміни у середовищі,

нестабільність умов, в яких веде діяльність підприємство – усе це впливає на методи прийняття управлінських рішень. Виникає потреба щодо формування стратегічних пріоритетів підприємства у довгостроковій перспективі.

Успіх підприємства цілком пов'язаний з розвитком стратегічного потенціалу, особливо вважаючи розвиток бізнесу України в наш час. Від нього залежать стратегічні можливості підприємства, ресурси використовуються ефективніше, можливості та резерви підприємства значно збільшуються. Стаття розглядає сутність стратегічного потенціалу та методи аналізу і дослідження стратегічного потенціалу підприємства.

Для аналізу та оцінки стратегічного матеріалу існують різні методики. Їх існує три види.

Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища. До нього належать такі методи:

Метод матриці SPACE. Використовуються зовнішні фактори. До них належать стабільність середовища, привабливість галузі. До внутрішніх факторів відносять потенціал в фінансах та виробництві. Всі параметри цих критеріїв оцінюють за шкалою від 0 до 6. Значущість у розрізі фактора відображає вага, яка відповідає кожній характеристиці. В результаті розробляються стратегічні напрямки розвитку [1].

Аналіз SWOT. Вивчаються сильні і слабкі ринкові можливості і фактори ризику компанії. На основі цього оцінюють фактичне положення і стратегічні перспективи, напрями діяльності. Використовують метод зіставлення можливих комбінацій показників зовнішнього середовища і ресурсних можливостей.

PEST-аналіз означає чотири напрямки: (P) – політика, (E) – економіка, (S) – суспільство, (T) – технології. Суть аналізу у виявленні та дослідженні впливу факторів макросередовища на результати діяльності підприємства [2].

Конкурентоспроможність та аналіз конкурентних переваг досліджується за наступними методами:

1) Метод матриці БКГ. Суть методу в тому, що від конкретного виду бізнесу, організації та його положення залежить стратегічний потенціал. Важливі дві координатні осі – це темп росту і частина

ринку. Формування стратегії залежить від того, в якому квадраті матриці він перебуває.

2) «5 сил конкуренції» Портера. Проводиться дослідження для розпізнавання можливості небезпек, які можуть трапитись влюбій компанії. Наприклад, наявність нових конкурентів, вплив постачальників, покупців.

3) Метод матриці Shell / DPM. Відбувається оцінка конкурентоспроможності. Це здатність використовувати переваги з можливостей у відповідній бізнес області, а також перспектив в діловому секторі.

4) Метод матриці GE / McKinsey. Це розширений варіант БКГ. Для оцінки потенціалу використовують показники привабливості галузі та конкурентоспроможності підприємства [3].

За способом оцінки можливостей ринку виділяють індикаторні та матричні методи.

Індикаторні методи. Сукупність характеристик, які у згрупованому виді описують параметри або стан об'єкта, який досліджується називають індикатором. Після цього виробляються рекомендації для підвищення результативності об'єкта. Індикатор також складається з декількох показників, які показують стан окремих елементів об'єкта. Використання індикаторних методів потрібно для оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства та економіки [3].

Матричні методи досліджують прогрес в процесі конкуренції. Завдяки цим методам можливо оцінити конкурентоспроможність потенціалу не тільки одного підприємства, а й його конкурентів. Це сприяє розробці стратегії правильної тактики на ринку. Ці методи мають популярність серед американських консультативних фірм.

Ефективне використання стратегічного потенціалу є запорукою успішної діяльності підприємства. Стратегічний потенціал відіграє провідну роль у багатьох процесах підприємства. Це і доцільне використання ресурсів, реалізація і розробка стратегії, цілей та напрямків розвитку. В статті розібрані такі поняття як склад, структура, методи аналізу і дослідження стратегічного потенціалу підприємства.

Список використаних джерел:

1. Березін О. В. Завдання та механізм оптимізації структури потенціалу підприємства. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Економіка*. 2007. № 4. Т. 2. С. 20–28.
2. Горбань В.Б. Управління стратегічним потенціалом машинобудівного підприємства. URL: <http://intkonf.org/gorban-vb-upravlinnya-strategichnim-potentsialom-mashinobudivnogo-pidpriemstva/>
3. Лапин Е.В. Экономический потенциал предприятия как экономическая категория. *Науковий вісник Чернівецького торговельно економічного інституту КНТЕУ*. 2002. № 2. С. 380–385.