

ДАНИМИ МЕРЕЖІ СПОСТЕРЕЖЕНЬ НАЦІОНАЛЬНОЇ ГІДРОМЕТСЛУЖБИ УКРАЇНИ)

5. <https://dzerkalo.media/ukrayina-posidaye-pershe-mistse-u-sviti-zakilkistryu-smittyu/>
6. <https://www.rbc.ua/ukr/news/ukraina-zanyala-44-mesto-reytinge-ekologicheskoy-1453987189.html>
7. <http://www.eurointegration.com.ua/news/2015/07/15/7035933/>

СКЛАД ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

*Косаревич А.В., студент; Бердюк А.А., магістрант
Науковий керівник: Догадайло Я.В., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

У сучасних умовах господарювання підприємство повинно адекватно реагувати на зміни у зовнішньому середовищі. При цьому воно змушено відшукувати додаткові зусилля сфери використання ресурсів, враховуючи виникнення нових ринкових потреб та забезпечуючи динамізм власного потенціалу. Для виявлення причин цієї зміни слід уточнити його складові елементи. Тому обґрунтування складу потенціалу підприємства є актуальним завданням.

У сучасній економічній літературі існує безліч підходів до розгляду складу. І в більшості із них розглядається перелік складових потенціалу підприємства без розкриття сутності. Так, одні науковці пропонують видові прояви потенціалу підприємства за декількома напрямками класифікації: за галузями, за рівнем абстрагованості тощо. Другі відокремлюють структурні елементи залежно від ресурсів. Треті – не наголошуючи на конкретній класифікаційній ознаці, розглядають потенціал підприємства за декількома рівнями узагальнення.

На сьогоднішній день, лише два автори, О.П. Градов [1] та А.Є. Воронкова [2], визначають не тільки склад потенціалу підприємства, але і наводять достатньо повну характеристику сутності кожної складової, що, на погляд автора, є правильним. Оскільки неможливо формувати склад будь-якої складної величини, без чіткого уявлення про сутність кожної її складової. В свою чергу, О.П. Градов та А.Є. Воронкова розглядають склад потенціал підприємства взагалі – без урахування специфіки функціонування певної галузі національного господарства країни. Дорожня галузь має певні специфічні особливості функціонування, тому приєднатися до одного з підходів

не представляється можливим. Єдиними вченими, які розглядали склад потенціал підприємства дорожньої галузі є О.М. Тищенко та О.С. Абрамова [3]. Ними в якості елементів потенціал підприємства розглядаються технологічні ресурси, організаційна структура управління, технічні, кадрові та фінансові ресурси.

Формування складу потенціалу підприємства пропонується здійснювати в п'ять етапів. I етап – Аналіз основних існуючих підходів до визначення складу потенціалу підприємства. II етап – Узгодження обраного складу потенціалу з особливостями галузі, в якій функціонує підприємство. III етап – Експертне опитування працівників певної галузі, щодо складу потенціалу підприємства, на якому вони працюють. IV етап – Уточнення складу потенціалу шляхом порівняння результатів здійснення другого етапу дослідження з результатами експертного опитування. V етап – Визначення сутності кожної складової потенціалу підприємства.

Точність результатів дослідження значною мірою залежить від числа експертів у групі. Для визначення мінімально допустимого числа експертів були використані криві, що характеризують залежність між кількістю експертів в групі та середньо груповою помилкою, згідно з якими мінімальна кількість експертів, що забезпечує вимоги максимальної точності оцінки складає 12 чоловік [4]. Згідно з методикою В. Мішина [5] мінімальна кількість експертів при можливій помилці результатів експертизи 10% складає 18 чоловік. Таким чином, згідно з методиками по вибору кількості експертів [4,5] на першому етапі дослідження доцільно розглянути 18 основних підходів щодо визначення складу потенціалу підприємства. Під основним підходом розуміється підхід вченого, який має що найменше три публікації або монографію, учбовий посібник, що присвячені проблемі управління потенціалом підприємства. Було виявлено, що в середньому виділяють п'ять складових потенціалу підприємства. Спираючись на основи наукових досліджень, автори вважають, що якщо у більш ніж половини підходів вчених погляд на складові співпадає, то можна стверджувати, що вони притаманні потенціалу всіх підприємств незалежно від специфіки галузі функціонування. В середньому кожен вчений виділяє шість ресурсів, але найпоширенішими (>50 % співпадіння) виявилися чотири: фінансові (94,4 %), трудові (94,4 %), організаційні (72,2 %), маркетингові (55,56 %) ресурси. Таким чином, склад потенціалу будь-якого підприємства формують такі ресурси: фінансові, трудові,

організаційні та маркетингові, а інші складові визначаються специфічними умовами галузі, в якій воно функціонує. Оскільки дорожня галузь має ряд особливостей, то їх при формуванні складу потенціалу дорожніх підприємств (ПДП) необхідно врахувати. Тому до обраних складових ПДП необхідно додати матеріальні ресурси, технічні ресурси та технологічні ресурси. У результаті попередніх теоретичних досліджень було обрано в якості складових ПДП 7 видів ресурсів: фінансові, трудові, організаційні, маркетингові, матеріальні, технічні та технологічні ресурси. Перші чотири притаманні будь-якому підприємству, а три останніх відбивають специфіку роботи підприємств дорожньої галузі.

Треба, щоб результати теоретичних досліджень підтвердилися практичним досвідом працівників дорожньої галузі. Для рішення поставленої задачі найбільш доцільним є метод експертних оцінок, що використовується зараз в ситуаціях, коли вибір, узагальнення і оцінка результатів рішень не можуть бути виконані на основі точних розрахунків. Для реалізації експертного методу було розроблено спеціальну анкету. Точність оцінки групою значною мірою залежить від числа експертів у групі. Зменшення числа експертів веде до зниження точності оцінки, оскільки на групову оцінку змін впливу виявляє оцінка кожного з експертів. Згідно з методикою по вибору кількості експертів [4] була створена група експертів в кількості 18 чоловік, серед них: головний бухгалтер – 3, економіст – 5, інженер – 4, майстер – 2, менеджер – 4. Серед них було проведено експертне опитування, за результатами якого було побудовано полігон розподілу сум рангів. За результатами опитування, на думку більшості спеціалістів ПДП формують такі види ресурсів: фінансові, матеріальні, трудові, технологічні, технічні, організаційні та маркетингові.

Результати оцінки достовірності і надійності проведеного дослідження методом експертних оцінок представлено в таблиці 1.

Таблиця 1 – Оцінка вірогідності результатів експертного опитування

Кількість опитаних спеціалістів, <i>m</i>	Число ресурсів, <i>n</i>	<i>S</i>	Коефіцієнт конкордації, <i>W</i>	Критерій Пірсона, X^2	
				Розрахунковий	Табличний
15	21	142247	0,84	252	31,4

Розрахункове значення критерію Пірсона перевищує табличне, тому результати проведеного дослідження можна вважати статистично значимими і можна використовувати для формування ПДП.

Таким чином, проаналізувавши думки різних авторів та спеціалістів дорожніх підприємств, можна зробити висновки, що склад ПДП формують 7 ресурсів: фінансові, маркетингові, трудові, організаційні, технологічні, технічні та матеріальні, перші чотири притаманні будь-якому підприємству, а три останніх відбивають специфіку функціонування підприємств дорожньої галузі. Фінансові ресурси – це ресурси, що відображають реальні та потенційні фінансові можливості. Технологічні ресурси – це ресурси, що відражають динамічність методів технології, наявність конкурентоспроможних ідей і т.ін. Технічні ресурси – це ресурси, що відражають особливості дорожньо-будівельної, та експлуатаційної техніки, виробничого обладнання, інвентарю. Матеріальні ресурси – ресурси, що забезпечують безперервну та ефективну взаємодію трудових, технічних та технологічних ресурсів. Трудові ресурси – це ресурси, що передбачають розвиток кадрової політики. Маркетингові ресурси - ресурси, що спрямовані на постійне реагування на зміни умов збуту. Організаційні ресурси – це ресурси, що спрямовані на те, щоб забезпечувати на підприємстві гнучкість та ефективність конкурентоспроможного потенціалу.

Отже, було сформовано склад потенціалу дорожнього підприємства з урахуванням особливостей дорожнього господарства та думки спеціалістів дорожніх підприємств.

Література.

1. Градов А.П. Экономическая стратегия фирмы : учебное пособие / А.П. Градов, В.В. Глухов, Ю.П. Григорьев. – С.Пб. : СпецЛит, 2003. – 959 с.
2. Воронкова А. Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация : монография / А. Э. Воронкова. – Луганск : ВНУ, 2000. – 315 с.
3. Тищенко А. Н. Стратегия управления развитием предприятия : монография / А. Н. Тищенко, О.С. Головки. – Х. : ЭДЭНА, 2003. – 198 с.
4. Бешелев С.Д. Экспертные оценки / С.Д. Бешелев, Ф.Г. Гурвич. – М. : Наука, 1973. – 159 с.
5. Мишин В.М. Управление качеством : учеб. [для студ. вузов] / В.М. Мишин. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 463 с.