

Ільчук О.О.,

аспірант, Львівська комерційна академія

ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті розглянуті наукові підходи до визначення та оцінки категорії економічного потенціалу підприємства. Проаналізовано фінансовий аспект реалізації стратегії розвитку економічного потенціалу торговельного підприємства.

In this article were shown the scientific approaches to determination and evaluation the category of enterprise's economic potential. There has been also analyzed the financial aspect of the strategy of the development the trade enterprise's economic potential.

Поступова інтеграція підприємств України в систему міжнародної конкуренції передбачає ефективне використання всіх наявних можливостей для досягнення необхідного рівня конкурентоспроможності підприємства. У зв'язку з цим, актуальною є проблема управління потенціалом підприємства.

У зв'язку з цим, доцільно визначити потенціал підприємства як систему взаємопов'язаних поточних та перспективних, внутрішніх та зовнішніх можливостей, мобілізаційних здатностей (компетенцій) керівників та персоналу підприємства до перетворення доступних вхідних ресурсів (усі ресурси, які будь-яким чином пов'язані з функціонуванням та розвитком підприємства) для реалізації стратегічних цілей підприємства.

Конкретизуючи поняття економічного потенціалу як основної складової стратегічного потенціалу слід зазначити, що в економічній літературі ще немає чітко сформульованого визначення поняття “економічний потенціал”. Однак усі автори погоджуються з твердженням, що основним показником, що свідчить про конкурентоспроможність підприємства на ринку є саме економічний потенціал підприємства.

Аналізуючи економічний потенціал торговельного підприємства слід зазначити, що він має низку відмінностей від економічного потенціалу виробничого підприємства. Так, у еконо-

мічному потенціалі торговельного підприємства більшої ваги набувають інформаційні ресурси, зокрема ті, що відповідають логістичним процесам, а також маркетингова його складова та потенціал трудових ресурсів, що в сукупності відображає конкурентоспроможність торговельного підприємства.

Разом з тим, варто зазначити, що рівень конкурентоспроможності торговельного підприємства можна розрахувати на основі комплексної оцінки системи показників ефективності використання ресурсів підприємства та сприйняття споживачами. Ефективність використання різних видів ресурсів визначається оцінкою груп показників ефективності діяльності підприємства: фінансово-економічних, трудових, маркетингових, організаційно-управлінський, показників організації процесу закупівлі, продажу та обслуговування покупців тощо.

У зв'язку з цим, доцільно визначити основні критерії конкурентоспроможності економічного потенціалу торговельного підприємства(рис. 1).



Рис. 1. Основні критерії визначення конкурентоспроможності економічного потенціалу торговельного підприємства

Поряд з цим, необхідно зазначити, що економічний потенціал підприємства торгівлі не є статичною (незмінною) величиною. Він суттєво залежить від умов зовнішнього середови-

ща, в якому відбувається діяльність підприємства. Отже, для економічного потенціалу торговельного підприємства важливе забезпечення поєднання і координації його складових елементів разом із засобами господарювання (технологією, ринковою інфраструктурою, державними нормативними актами).

Так, Злидень І.Н., [4, С.67] зазначає, що конкурентний потенціал в першу чергу та значною мірою залежить від оптимального поєднання окремих видів ресурсів. Конкурентний потенціал підприємства як інтегральний показник є результатом дії таз званих “локальних потенціалів”, до яких віднесемо:

- управлінський потенціал, що включає в себе організаційний потенціал та організаційний клімат;

- трудовий потенціал, до якого слід віднести: кадровий потенціал, мотиваційний потенціал, підприємницький потенціал;

- маркетинговий потенціал, що складається зі збутового, комунікаційного, товарного та цінового потенціалу;

- інформаційний потенціал, до складу якого входять: економічна інформація, комп’ютерні інформаційні системи й засоби комунікації та зв’язку;

- фінансово-економічний потенціал, що утворюється за рахунок фінансового потенціалу та інвестиційного потенціалу;

- інноваційний потенціал, який містить три складові: науковий, дослідний, інтелектуальний потенціал;

- виробничий потенціал: техніко-технологічний, природно-ресурсний та потенціал нематеріальних активів.

Ця структура потенціалу дає можливість :

- оцінити рівень розвитку кожного локального потенціалу та спрямувати ресурси у правильному напрямку;

- відповідно до означених завдань, обрати пріоритети для того, щоб використати повний набір стратегічних можливостей;

- відобразити послідовність стратегічного планування та управління як в цілому по підприємству, так і окремо по структурним підрозділам, з метою ефективного функціонування на ринку.

При цьому слід зазначити, що проводячи оцінку економічного потенціалу, всі стратегічні ресурси можна більшою чи меншою мірою описати за допомогою кількісних, зокрема фінансових показників. Тому, розробляючи стратегію управління економічним потенціалом, усі вищенаведені ресурси можна привести до єдиного знаменника, яким є грошовий вимір.

Інформацію про фінансові аспекти діяльності підприємства, пов’язані із стратегічним розвитком прийнято виділяти в фінансову стратегію, при розробці якої відбувається не тільки планування залучення, перерозподіл і використання фінансових ре-

сурсів, але й контроль попередніх етапів розробки цієї стратегії. На завершальному етапі розробки стратегії доцільно оперувати в основному кількісними (фінансовими) показниками для визначення найкращих шляхів досягнення цілей підприємства.

У зв'язку з тим, що фінансові показники є основними індикаторами розвитку і окремого підприємства, і галузі в цілому, то важливим є отримання інформації про середню норму прибутку в певному виді діяльності та динаміку зростання товарообігу тощо. Окремими питанням є залучення додаткових коштів (інвестицій) для реалізації стратегії. При цьому, будь-яке з джерел фінансування має визначені особливості, що зумовлюють його привабливість або непривабливість для підприємства. Ці особливості можуть створювати суперечливу картину при аналізі фінансово-інвестиційної та загальної стратегії. Низка проблем, що стосуються розробки фінансово-інвестиційної стратегії, крім аспектів пошуку джерел фінансування, включає також і питання формування фінансово-інвестиційної стратегії. Розрізняють два можливих варіанти її формування:

1) від визначення тимчасової послідовності напрямів інвестування (на базі загальної стратегії) – до визначення типів потенційних джерел фінансування;

2) від схеми взаємодії з джерелами фінансування, що склалися або розглядається, до інтеграції її із загальною корпоративною стратегією підприємства.

У будь-якому випадку формування фінансово-інвестиційної стратегії повинно опиратись на збалансовану оцінку джерел коштів і проектів. Тому, на нашу думку, доцільним є застосування системи збалансованих показників, запропонованої Робертом Капланом і Девідом Нортоном. Ця система трансформує стратегію компанії у взаємопов'язаний набір показників, що визначають як довгострокові цілі, так і механізм їх досягнення. [5]. Основна ідея цієї моделі – надання менеджменту підприємства компактної та найважливішої інформації, яка відображає всі сторони діяльності організації.

Інформація в такій моделі поділяється на чотири блоки, які називаються перспективами:

- “Фінанси/Економіка”;
- “Ринок/Клієнти”;
- “Бізнес-процеси”;
- “Інфраструктура/Співробітники”.

Стосовно реакції на події, показники з блоку “Фінанси/Економіка” є пізніми, на відміну від інших трьох блоків, за допомогою яких є можливість своєчасно реагувати на події. Після

визначення показників по кожному блоку вони закріплюються в причинно-наслідковому зв'язку. Саме ця особливість моделі Balanced Scorecard є основною, тому що дозволяє визначити джерело змін того чи іншого показника. Проекція фінансів є однією з головних складових Збалансованої системи показників ефективності. Фінансові результати є вирішальними критеріями оцінки поточної діяльності підприємства. Як правило, типові цілі в рамках фінансової проекції виступають за збільшення рентабельності товарообігу, рентабельності власного капіталу, чистого грошового потоку, чистого прибутку й ін.

Отже, при побудові загальної стратегії торговельного підприємства основними є фінансові її аспекти, оскільки саме фінансові показники відображають ефективність функціонування підприємства та можливість реалізації стратегії. Разом з тим, при розробці загальної стратегії необхідно враховувати такі чинники:

– зовнішнє середовище функціонування підприємства. Важливим при цьому є застосування системного підходу оцінювання потенційних споживачів та конкурентів, а також можливих загроз та перспектив на певному ринку.

– внутрішній стан підприємства, що характеризується показниками фінансово-економічного характеру, такими як обсяг товарообороту, виручка від реалізації, фінансовий результат, витрати тощо.

У підсумку, співвідношення цих показників і буде характеризувати рівень конкурентоспроможності економічного потенціалу торговельного підприємства та ефективності застосованої стратегії підприємства.

Література

1. Близнюк С.В. Стратегічний маркетинг торговельної фірми: Методичні і організаційні аспекти управління. – К.: Українська академія зовнішньої торгівлі, 2004.

2. Микитенко В.В., Ігнатієва І.А. Діагностика стратегічного потенціалу підприємства // Вісник економічної науки України. – 2005. – № 2(8). – С. 77-81.

3. Спіріна М.В. Стратегія управління конкурентоспроможністю підприємства. // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – № 8(38) – С. 176-182.

4. Зльдень І.Н. Принципи системного управління конкурентним потенціалом підприємства // Бизнес-информ – 2005. – № 7-8. – С. 66-70.

5. Нортон Д.С., Каплан Р.С. Организация, ориентированная на стратегию / Пер. с англ.: Олимп – Бизнес, 2004. – 392 с.