

## ФОРМУВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ МАТЕРІАЛЬНИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

Потенціал підприємства та його складові елементи є предметом численних наукових дискусій. Ускладнення зовнішнього середовища, інтернаціоналізація сучасного бізнесу та поширення міжгалузевої інтеграції підвищує інтерес до можливостей підприємства. Хоча ідентифікація елементів потенціалу не викликає значних розбіжностей у працях науковців, питання формування цих елементів розглядаються поверхнево та, як правило, на загальнотеоретичному рівні. Перед кожним виробничим підприємством постає головна мета – формування потужного потенціалу, тобто процес ідентифікації та створення спектра підприємницьких можливостей, його структуризації та побудови певних організаційних форм для його стабільного розвитку та ефективного відтворення. На відміну від виробничого, ресурсний потенціал характеризує лише наявні ресурси без оцінки кількості продукції, яку підприємство може виробити при їх використанні.

Процес формування потенціалу підприємства є одним із напрямків його економічної стратегії і передбачає створення й організацію системи ресурсів і компетенцій таким чином, щоб результат їхньої взаємодії був чинником успіху в досягненні стратегічних, тактичних і оперативних цілей діяльності підприємства [2, с. 65]. При цьому використовуються такі основні наукові підходи [1, с. 75]: Системний підхід є одним із основних підходів у процесі формування потенціалу. На основі маркетингових досліджень спочатку формують параметри виходу – товару або послуги: що робити, з якими показниками якості, з якими витратами, для кого, у які терміни, за якою ціною? Параметри виходу повинні бути конкурентоспроможними. Потім визначаються параметри входу: які потрібні ресурси й інформація для реалізації внутрішніх бізнес-процесів? Потреба в ресурсах та інформації прогнозується після вивчення вимог до організаційно-технічного потенціалу підприємства та параметрів зовнішнього середовища. Зворотний комунікаційний зв'язок між постачальниками (входом), клієнтами (виходом), зовнішнім оточенням і потенціалом підприємства необхідний для адаптації потенціалу як системи до зміни вимог клієнтів до продукції, параметрів ринку, появи організаційно-технічних новинок. Маркетинговий підхід передбачає орієнтацію формування можливостей підприємства на споживача. Формування будь-якого елемента потенціалу повинне базуватися на аналізі та прогнозуванні ринкових потреб, аналізі та прогнозуванні конкурентоспроможності та конкурентних переваг. При застосуванні даного підходу пріоритетами вибору критеріїв формування потенціалу підприємства є: підвищення якості кінцевого результату реалізації потенціалу відповідно до потреб споживачів; економія ресурсів у споживачів за рахунок підвищення якості всіх елементів.

Функціональний підхід передбачає пошук зовсім нових, оригінальних технічних рішень для задоволення існуючих або потенційних потреб. Потреба в цьому випадку розглядається як сукупність функцій, які потрібно виконати для її задоволення. Після визначення функцій визначається кілька альтернативних варіантів формування потенціалу для їхнього виконання та обирається той, що забезпечує максимальну ефективність сукупних витрат. Застосування даного підходу дозволяє найбільш повно задовольнити нові потреби, з одного боку, і забезпечувати стійку конкурентну перевагу, з іншого. Відтворювальний підхід орієнтований на постійне поновлення виробництва продукції з меншою ресурсоемістю та вищою якістю, порівняно з аналогічною продукцією на даному ринку, для задоволення потреб споживача. Основним елементом даного підходу є обов'язкове застосування бази порівняння в процесі планування відтворювального процесу. Інноваційний підхід орієнтований на активізацію інноваційної діяльності, засобами якої повинні бути фактори виробництва й інвестиції. Нормативний підхід полягає у встановленні для найважливіших елементів потенціалу нормативів: якості та ресурсоемісті продукції, завантаженості технічних об'єктів, параметрів ринку і т. д.; ефективності використання ресурсного потенціалу; щодо розробки і ухвалення управлінських рішень.

Комплексний підхід передбачає необхідність урахування технічних, екологічних, економічних, організаційних, соціальних, психологічних та інших аспектів діяльності підприємства. Інтеграційний підхід у процесі формування потенціалу підприємства націлений на дослідження посилення взаємозв'язків, об'єднання та посилення взаємодії між окремими його елементами.

Динамічний підхід пов'язаний з необхідністю розгляду потенціалу в діалектичному розвитку, у встановленні причинно-наслідкових зв'язків і співвідпорядкованості на основі проведення ретроспективного аналізу поведінки аналогічних систем на деякому тимчасовому відрізку. Оптимізаційний підхід реалізується через визначення кількісних оцінок і встановлення залежності між окремими елементами потенціалу за допомогою економіко-математичних і статистичних методів обробки інформації. Адміністративний підхід передбачає регламентацію функцій, прав, обов'язків, нормативів якості, витрат, пов'язаних з реалізацією елементів потенціалу, у нормативних актах за допомогою методів примусу. Ситуаційний підхід заснований на альтернативності досягнення цілей і забезпеченні максимальної адаптації до умов конкретної ситуації в процесі формування потенціалу підприємства. Структурний підхід у процесі формування потенціалу заснований на його структуризації і визначенні значимості, пріоритетів серед елементів потенціалу з метою встановлення раціональності співвідношення і підвищення обґрунтованості розподілу ресурсів між ними. Головна складність аналізу процесу формування потенціалу підприємства полягає в необхідності дослідження всіх його компонентів у взаємозв'язку та динаміці.

При дослідженні процесу формування потенціалу підприємств необхідно врахувати такі основні принципи [3, с. 74; 61, с. 68-70]: Потенціал підприємства – це складна система пересічних характеристик його елементів,

причому останні можуть тією чи іншою мірою замішати один одного, тобто є альтернативними.

Потенціал підприємства не можна сформувавши на базі механічного сумування елементів, оскільки він є динамічним угрупованням. Водночас для забезпечення безперервності виробничого процесу, окремі часткові елементи, як верстат, можуть додаватися, виводитися за зносом, замінятися на новий, ремонтуватися, працювати у кількості змін, і все це у межах існуючого загального потенціалу підприємства.

Під час формування потенціалу підприємства діє закон синергії його елементів. Ефект синергії полягає в тому, що створюються умови, при яких ефект від суми більший, ніж сума ефектів складових елементів: або ефект « $2+2=5$ »; або коли доходи від спільного використання ресурсів перевищують суму доходів від використання тих же ресурсів окремо один від одного. Втім, даний закон діє не завжди.

Потенціал підприємства може самостійно трансформуватися з появою нових складових елементів. Потенціал змінюється не самостійно, а за цілеспрямованою зміною носія.

Процес формування потенціалу матеріальних ресурсів повинен охоплювати весь комплекс формування матеріальних ресурсів, починаючи стадією їх виготовлення, використання у виробництві та закінчуючи отриманням готової продукції. Відповідно до наведених вище принципів, формування потенціалу матеріальних ресурсів має відбуватися в певній послідовності, починаючи з аналізу ринків засобів виробництва та постачання сировини, матеріалів, комплектуючих.

Ринок засобів виробництва ще називають ринком ресурсів в частині засобів та предметів праці. На цьому ринку носіями попиту на ресурси виступають підприємства, які купують ресурси для виробництва споживчих товарів і послуг, а носіями пропозиції – ті підприємства, діяльність яких спрямована на виробництво саме ресурсів, які в подальшому використовуються для забезпечення безперервності виробничого процесу на виробничих підприємствах. Обов'язковою умовою стійкого, безперервного та ефективного виробничого процесу є своєчасне і повне забезпечення його необхідними матеріальними ресурсами.

Головною метою матеріально-технічного забезпечення на підприємстві є забезпечення ритмічної та комплексної доставки різноманітних засобів виробництва за найбільш раціонального їх використання, максимальної оборотності складських запасів та мінімальних заготівельних і складських витрат.

Визначення потреби в матеріальних ресурсах є центральна ланка в плануванні матеріально-технічного постачання на підприємстві. Необхідність в матеріальних ресурсах складається з потреби в ресурсах на основне виробництво, потреби на створення й підтримку перехідних запасів на кінець планового періоду та потреби на інші види господарської діяльності, у тому числі й невиробничу. Важливою умовою при цьому є повна забезпеченість потреби в матеріальних ресурсах джерелами покриття і створення запасів.

Правильна організація матеріально-технічного забезпечення є запорукою успіху підприємства, що дає змогу зменшити витрати, а відповідно – збільшити прибуток та підвищити рентабельність і конкурентоспроможність підприємства.

Отже, формування потенціалу матеріальних ресурсів виступає визначальним фактором при вивченні ефективності і темпів зростання виробництва.

#### **Список використаних джерел:**

1. Арєф'єва О. В., Харчук Т. В. Економічні засади формування потенціалу підприємства / О.В. Арєфєва, Т.В. Харчук // Економіка та управління підприємствами. Актуальні проблеми економіки – 2008. – № 7 (85). – С. 71-76
2. Бачевський Б. Є. Потенціал і розвиток підприємства : навч. пос. / Б. Є. Бачевський, І. В. Заблудська, О.О. Решетняк. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 400 с.
3. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства : формування та оцінка : Навчальний посібник. – Київ : Центр навчальної літератури, 2005. – 352 с.