

В.А. Гросул, д-р екон. наук, проф. (*ХДУХТ, Харків*)
О.М. Филипенко, канд. екон. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Однієї з найбільш важливих і актуальних проблем, з якими зіштовхуються вітчизняні підприємства в цей час, є ефективне розміщення ресурсів з метою одержання найбільшого прибутку. У зв'язку із цим першочерговим завданням на підприємстві є побудова такої стратегії управління ресурсним потенціалом, що була б спрямована на формування оптимальної та ефективної виробничої програми, адаптованої до функціонування в умовах динамічно мінливого економічного середовища.

Процес планування охоплює не тільки визначення контрольних цифр соціально-економічного розвитку підприємства в поточному плановому періоді, але і тісне їх ув'язування зі стратегічно перспективною концепцією розвитку підприємства.

Стратегічне планування є систематизованим і логічним процесом, заснованим на ефективному мисленні, мистецтві прогнозування, дослідження та вибору необхідних альтернатив.

Стратегічний план дозволяє визначити реальні можливості розвитку з урахуванням ресурсних обмежень. Основними завданнями стратегічного планування є:

- визначення необхідних політичних рішень;
- оцінка майбутнього стану економіки й потреби в даній продукції;
- оцінка необхідних виробничих потужностей у майбутньому;
- попередня оцінка розміру можливих капітальних вкладень.

При складанні стратегічного плану необхідно враховувати, що стратегії підприємства будуються за ієрархічним принципом, господарська діяльність якого і його стратегія взаємозалежні. При цьому стратегії і тактика підприємства взаємозалежні.

Управлінські впливи в системі управління ресурсним потенціалом повинні бути погоджені із впливами в рамках всієї системи управління підприємством і обґрунтовуватися виходячи із загальних цілей та завдань розвитку. При цьому пріоритетні напрямки розвитку ресурсного потенціалу необхідно чітко узгоджувати із пріоритетами і стратегією підприємства в цілому.

Вибір напрямку або стратегії розвитку потенціалу підприємства залежить в основному від складу, структури і якості наявних

економічних ресурсів, рівня конкурентоспроможності вироблених робіт і послуг, існуючого положення на ринку та майбутніх цілей, наприклад, вийти в лідери, закріпитися серед конкурентів, уникнути банкрутства і т. ін.

Стратегічний план підприємства складається в такій послідовності:

1. Аналіз ділового навколишнього зовнішнього та внутрішнього середовища.
2. Визначення господарської політики підприємства.
3. Формулювання базової стратегії і вибір стратегічної альтернативи.
4. Формулювання функціональних стратегій: маркетингу, науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт, виробництва, організаційних змін, а також фінансова, соціальна та екологічна стратегія.

При складанні стратегічного плану використовується наступна документація: обсяг річних продажів за групами товарів; річний прибуток і збитки за структурними підрозділами; річний обсяг експорту і його питома вага до загального обсягу продажів; частка ринку; обсяг щорічних капітальних вкладень; фінансовий план; баланс на кінець останнього року плану.

У загальному виді планування розвитку потенціалу підприємства включає наступні етапи:

- 1) оцінка структури, динаміки й ефективності використання виробничих ресурсів і можливостей підприємства, його частки ринку або займаного положення на ринку;
- 2) визначення рівня конкурентоспроможності основних видів продукції, самого підприємства в цілому і його сукупному потенціалі;
- 3) аналіз наявних виробничих резервів і витрат економічних ресурсів на підприємстві;
- 4) вибір основної стратегії і тактики розвитку потенціалу підприємства;
- 5) планування розвитку потенціалу підприємства з обліком обраних перспективних цілей і наявних обмежень ресурсів;
- 6) здійснення запланованих заходів, пов'язаних із забезпеченням економічного зростання та розвитку потенціалу підприємства.

Таким чином, підвищення рівня розвитку потенціалу зводиться по суті до аналізу його структури, оцінки і планування впливу великої сукупності факторів на конкурентоспроможність підприємства і його місце на діючому ринку.