

Анотація

Розглянуто методику інтегральної оцінки та порівняльного аналізу формування активів районів Черкаської області на основі розрахунку та порівняння інтегральних індексів, які відображають наявність й формування оборотних і необоротних активів, інвестування у витрати майбутніх періодів.

Ключові слова: регіон, активи, інтегральна оцінка, порівняльний аналіз, суб'єкт господарювання.

Аннотация

В статье рассмотрена методика интегральной оценки и сравнительного анализа активов районов Черкасской области на основе расчета и сравнения интегральных индексов, отражающих наличие и формирование оборотных и необоротных активов, инвестирование в расходы будущих периодов.

Ключевые слова: регион, активы, интегральная оценка, сравнительный анализ, субъект хозяйствования.

Annotation

The article is devoted to the methods of integral evaluation and comparison of the formation of districts' assets of Cherkasy region based on the calculation and comparison of integral indexes that reflect the presence and formation of circulating and fixed assets investment in deferred expenses.

Key words: region, assets, integrated assessment, comparative analysis, the entity.

УДК 658:334.735

**Педченко Н. С.,
к.е.н., доцент кафедри фінансів,
Полтавський університет економіки і торгівлі**

ОБҐРУНТУВАННЯ ЕЛЕМЕНТІВ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ ЧЕРЕЗ ВРАХУВАННЯ РІВНІВ ЇХ ФОРМУВАННЯ

Постановка проблеми. Важливим питанням теорії та практики стратегічного управління є питання управління потенціалом підприємства, як сполучної ланки між реальністю та бажаним майбутнім. Особливості такого управління пов'язані, в першу чергу, як з обсягом самого потенціалу підприємства, так з його структурою і діапазоном змін елементів такої структури. Це залишається актуальним для суб'єктів господарювання різних галузей економіки, тому підприємства споживчої кооперації не є винятком з цього правила.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми управління потенціалом підприємства через складові елементи самого потенціалу та рівні його формування у сучасних економічних з дослідженнях порушуються досить часто. Вагомий внесок у розвиток парадигми управління потенціалом підприємства здійснили Є. В. Лапіна, Б. Є. Бачевський, В. Н. Гавва, І. М. Школа, О. С. Федонін, В. В. Пастухова, Н. С. Краснокутська.

Основним завданням при стратегічному управлінні потенціалом розвитку підприємств споживчої кооперації є визначення основних складових характеристик потенціалу, що залишається достатньо дискусійним питанням у наукових колах, а тому потребує подальших досліджень.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування та узагальнення підходів до структурованості потенціалу підприємств споживчої кооперації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Найчастіше серед науковців застосовують одні й ті ж самі терміни: економічний, виробничий, ринковий потенціал [5, с. 52; 11, с. 25; 16, с. 71; 1, с. 45-47].

Під економічним потенціалом у більшості випадків розглядають «сукупну здатність економіки та її галузей, підприємств, господарств здійснювати виробничо-економічну діяльність, випускати продукцію, товари і послуги, задовольняти запити населення, суспільні потреби, забезпечувати розвиток виробництва і потреби споживача» [4, с. 11-12] або як «властивості носія забезпечити отримання максимального рівня стабільного прибутку за певний період» чи «отримання максимальної ціни продажу» [1, с. 45].

До виробничого потенціалу традиційно включають відповідні ресурси: технічні, технологічні, організаційні, маркетингові, кадрові, фінансові, інформаційні та інноваційні, організаційні та просторові [2, с. 8] або «властивість носія забезпечувати виготовлення продукції певної номенклатури, що відповідає

вимогам ринку за вихідними характеристиками, якістю, асортиментом, по максимуму, з орієнтацією не на попит, а на загальну місткість ринку цієї або альтернативної продукції» [1, с. 45]. До складу виробничого потенціалу О. А. Пробоїв включає технічні, технологічні, фінансові, кадрові ресурси [11, с. 152]; О. С. Федонін додає ще природні та інформаційні [16, с. 70], а Ю. В. Карпенко виробничий потенціал розглядає лише як трудові, рівень організації виробництва і праці та технологію виробництва [5, с. 52].

Під ринковим потенціалом найчастіше розуміють визначення найбільш перспективного для підприємства ринку та концентрування на них своєї діяльності [3, с. 96] або забезпечення лише однієї функції «зв'язок із зовнішнім середовищем через відповідні ринки» [1, с. 47].

Виділяють окремо інвестиційний та інноваційний потенціали. До складу інвестиційного науковці включають все ті ж складові: фінансово-економічний, інноваційно-інтелектуальний, виробничо-технологічний, трудовий, інформаційний, конкурентний, маркетинговий, управлінський потенціали, посилаючись на літературне джерело в Internet [8, с. 70]. Під інноваційним потенціалом у науковій літературі пропонується розуміти «здатність і готовність менеджменту будь-якої організації здійснювати реалізацію інноваційного проекту або програми» [13, с. 273]; комплексне структурування різновидів потенціалів підприємства, важливих для його інноваційного розвитку [18, с. 345]; сукупність окремих видів ресурсів, які можуть бути використані в процесі інноваційної діяльності [6].

В науковій літературі пропонується виокремлення соціально-економічного потенціалу, а саме за твердженням Л. М. Шимановської та В. А. Власенка «місце і роль споживчої кооперації в народногосподарському комплексі України характеризується її соціально-економічним потенціалом», ставлячи соціальний аспект господарювання на перше місце [19, с. 60]. Це пояснюється особливістю становлення та розвитку кооперації в Україні. Соціальну орієнтованість підприємств споживчої кооперації підкреслювали через покращення умов своєї праці та життя (Р. Оуен), солідарність інтересів учасників, узгодженість їх інтересів, можливості захисту інтересів слабких суспільних груп (М. І. Туган-Барановський), поліпшення умов існування (С. В. Бородаєвський), подолання диспропорцій у нерівності обміну, поліпшення їх власного добробуту, запровадження принципу рівноправ'я (Б. М. Мартос) [19, с. 51]. Підтверджує важливість такого напрямку як соціальний для підприємств споживчої кооперації і Г. П. Скляр: «соціальна функція та соціальна місія є визначальною у сфері споживчої кооперації» [15, с. 73], «що була створена значною мірою для подолання бідності» [15, с. 215]. Такий підхід, за його твердженням, «пояснюється двоїтим соціально-економічним характером, властивим кооперації» [15, с. 73] та виражений відносинами «взаємодопомоги, моральності та довіри», присутні для споживчої кооперації [15, с. 82]. Це наводить на думку про можливість виділення окремої складової у структурі потенціалу, що відтінятиме характерну особливість господарювання підприємств споживчої кооперації.

Використовуючи ресурсний аспект, наведемо наступний підхід до складу потенціалу підприємства: матеріальні, нематеріальні, трудові, фінансові ресурси підприємства та методи управління і організацію ефективного їх використання [12, с. 58-59]. Н. С. Краснокутською, на основі ресурсного підходу до складових потенціалу, включаються: технічні, технологічні, кадрові, просторові, фінансові, інформаційні, організаційні, ділова репутація [7, с. 15].

Існують і інші види характеристик потенціалу, зокрема стратегічний потенціал, який є категорією більш широкою, «оскільки розкриває не тільки граничні обсяги виробництва продукції при найбільш повному використанні матеріальних і трудових ресурсів, а й здатність підприємства аналізувати зовнішнє середовище, кон'юнктуру ринку і фактори виробництва, здатність адаптації до змін» [2, с. 9].

В. В. Пастухова у власній монографії «Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність» доводить існування потенціалу успіху та стверджує, що «передумою досягнення підприємницького успіху є здатність підприємства до трансформації потенціалу на потенціал успіху, що значною мірою обумовлюється унікальністю стратегії» [10, с. 72]. Не можна не погодитися з наведеними нижче підходами стосовно того, що потенціал успіху підприємства «обумовлюється як обсягом потенціалу, так і діапазоном змін елементів, які його складають» [10, с. 74], що і становить, на нашу думку, проблематику вибору таких елементів. До складу потенціалу успіху підприємства В. В. Пастуховою пропонується включати за ресурсною належністю слідуючі складові: науково-технічні, маркетингові та управлінські [10, с. 78], що є традиційним підходом до моделювання виробничого потенціалу підприємства.

На думку колективу авторів на чолі з О. С. Федоніним, «діагностику потенціалу підприємства доцільно проводити методом порівняльної комплексної рейтингової оцінки за допомогою системи показників за такими функціональними блоками», серед яких виробництво, розподіл та збут продукції; організаційна структура та менеджмент; маркетинг; фінанси [17, с. 21]. До кожного з наданих блоків відносяться окремі показники: обсяг, структура та темпи виробництва, фонди виробництва, наявний парк обладнання і рівень його використання, місцезнаходження виробництва та наявність інфраструктури, екологія виробництва, стан продажу – до першого блоку (виробництво, розподіл та збут продукції); організація і система управління, кількісний і якісний склад робітників, рівень менеджменту, фірмова культура – до другого блоку (організаційна структура та менеджмент); ринок, товар та канал збуту, нововведення, комунікаційні зв'язки, інформація та реклама, маркетингові плани

і програми – до третього (маркетинг); аналіз фінансового стану підприємства за допомогою коефіцієнтів рентабельності, ефективності, ділової активності, ринкової стійкості, ліквідності – до четвертого (фінанси).

За твердженням колективу авторів на чолі з Б. Є. Бачевським, модель формування потенціалу підприємства передбачає три рівні (рис. 1).

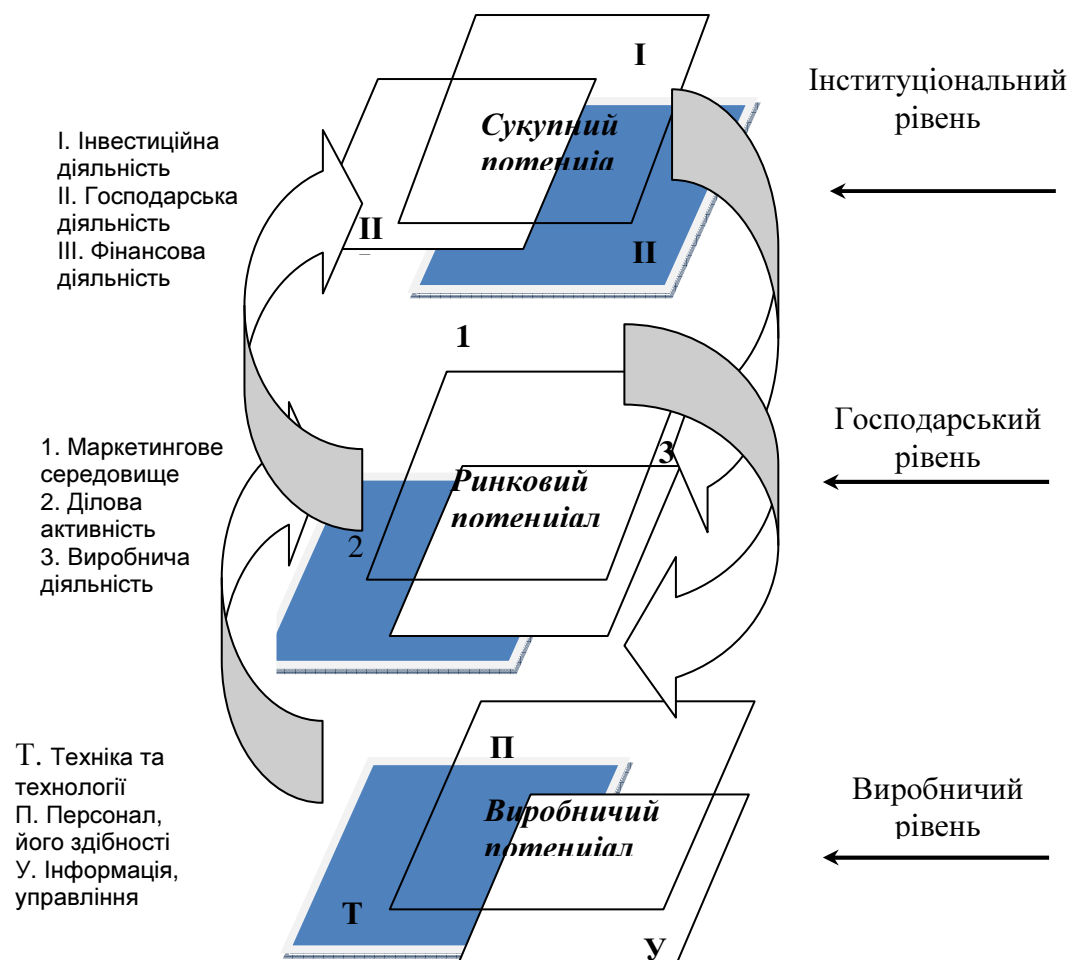


Рис. 1. Модель формування потенціалу підприємства

Джерело : [2, с. 38]

За твердженням колективу авторів на чолі з О. С. Федоніним, «дослідження процесів формування потенціалу сучасних підприємств зосереджуватимуть увагу на ресурсному та галузевому аспектах» [17, с. 37]. Такий вибір зумовлений галузевим розподілом підприємств, що вважається традиційним та ресурсною сегментацією, яка «відображає найпоширеніший підхід до вивчення категорії «потенціал» [17, с. 37]. Важко не погодитися з науковцями, оскільки поєднання таких підходів надасть «змогу по-новому визначити галузі промисловості та їхнє місце в народному господарстві країни» [17, с. 37].

Н. С. Краснокутська підкреслює зв'язок ресурсного та галузевого аспектів, при цьому виділяє ключові чинники успіху розвитку галузі на основі складових елементів потенціалу (табл. 1) [7, с. 48-49].

Адже, на її думку, що повністю збігається з нашим баченням, «правильне визначення ключових чинників успіху у галузі є певним гарантом забезпечення утримання конкурентної переваги в довгостроковій перспективі» [7, с. 49]. Єдине, на що варто звернути увагу, на нашу думку, – це те, що у ключових чинниках успіху в галузі, застосувавши класичний підхід, відсутня така складова елементів потенціалу як фінанси, хоча у блочно-модульній структуризації потенціалу підприємства ця складова присутня [7, с. 13]. В цілому такий підхід пропонуємо застосувати і до підприємств споживчої кооперації, враховуючи її багатогалузевість (торгівля, громадське харчування, виробництво, заготівля, надання послуг) та ресурсну сегментацію. На нашу думку, таке поєднання галузевих особливостей з класичним ресурсним підбором найкраще відтінятиме особливості господарювання підприємств споживчої кооперації.

Виходячи з цього, організаційну структуру ресурсного потенціалу підприємства наведемо на основі описаного авторського підходу, що, на нашу думку, найточніше відображає ресурсний набір, необхідний для розвитку [14, с. 35].

Таблиця 1

Класифікація ключових чинників успіху у галузі

Елементи потенціалу	Ключові чинники успіху
Технології	- використання інновацій у виробничому процесі - висока якість наукових досліджень - наявність прогресивних технологій - розробка нових товарів та послуг
Кадри	- наявність висококваліфікованих кадрів, професіоналів в певній галузі - досвід персоналу в певній галузі - здатність до розробки та реалізації інновацій - наявність системи підготовки та підвищення кваліфікації кадрів відповідно зі стратегічними цілями діяльності
Виробництво	- надійність матеріалів та комплектуючих виробів - низька собівартість продукції - висока якість продукції - високий рівень фондівіддачі - наявність розвинутої транспортної інфраструктури в місці розташування підприємства - висока продуктивність праці - можливість виконання індивідуальних замовлень на виробництво - наявність високоякісної паливної арматури, дешевих джерел енергії
Маркетинг і збут	- високий рівень обслуговування - низький рівень повернення замовлень покупців - широкий асортимент продукції - висока кваліфікація персоналу служби маркетингу - висока якість реклами - привабливий дизайн - гарантійне обслуговування покупців - широка мережа дилерів - наявність власних одиниць роздрібною торгівлі - низькі витрати реалізації - висока швидкість доставки
Організаційні можливості	- досконалі організаційні системи - висока швидкість виведення нових товарів на ринок - висока швидкість проходження управлінських рішень - використання Internet та здійснення електронної комерції - високий рівень кваліфікації менеджерів
Інші елементи	- наявність позитивного іміджу - загальний низький рівень витрат - привабливе місце розташування - доступність позикових ресурсів

Джерело : [7, с. 48-49]



Рис. 2. Організація структури ресурсного потенціалу підприємства

Джерело : [9, с.35]

Також звернемо увагу на особливості галузі дослідження та врахуємо наступний аспект: «Для торговельних підприємств специфічною складовою ресурсного потенціалу є товарні ресурси», які

пропонуються розглядати як «можливі обсяги та умови закупівлі товарів, встановлені господарські зв'язки з постачальниками, асортимент товарної пропозиції, його широта, глибина, оновлювання та відповідність попиту» [9, с. 77-78].

Та скористаємося ще однією порадою. О. С. Федонін стверджує, що «перелік показників повинен задовольняти такі вимоги: якнайповніше охоплення усіх сторін виробничо-господарської, фінансової та інших видів діяльності підприємства; простота збирання показників; брак дублювання показників» [17, с. 22]. Виходячи з ресурсного та галузевих підходів, виділяємо ключові чинники успіху розвитку підприємств споживчої кооперації на основі складових елементів потенціалу, враховуючи рівень їх формування (табл. 2).

Таблиця 2

Рівні формування потенціалу та його складові при визначенні комплексного показника для підприємств споживчої кооперації

Рівень формування	Складова потенціалу	Ключові чинники успіху
Структурно-галузевий	Трудова	<ul style="list-style-type: none"> - забезпеченість працівниками (питома вага персоналу з вищою освітою), їх укомплектованість - динаміка витрат на оплату праці - продуктивність праці, її ефективність, стабільність - наявність системи підготовки та перепідготовки кадрів
	Матеріальна	<ul style="list-style-type: none"> - динаміка розвитку організаційної будови - мережа роздрібною торгівлі, ресторанного господарства - обсяги складської площі - наявність місткостей для зберігання продуктів харчування - структура ринків системи, кількість торгових місць
	Інформаційна	<ul style="list-style-type: none"> - загальний обсяг роздрібного товарообороту, у тому числі розташованої у сільській місцевості - оборот за галузями (роздрібною торговою мережі, ресторанного господарства, оптової торгівлі, на ринках, від послуг, заготівельної діяльності) - структура роздрібного товарообороту - кількість прибуткових підприємств, обсяги отриманого прибутку - кількість збиткових підприємств, обсяги допущених ними збитків - реалізоване накладання та витрати за галузями
	Запаси	<ul style="list-style-type: none"> - обсяг запасів у мережі (виробничих, товарних, продовольчих, непродовольчих) - структура запасів - оборотність запасів
Господарський	Фінансова	<ul style="list-style-type: none"> - капітал, його ціна - прибуток, його використання - рентабельність діяльності за галузями - фінансове становище, платоспроможність, ліквідність, сталість - оборотний капітал, його структура - тривалість циклу (виробничого, торговельного) за галузями - статутний, пайовий капітал - власні кошти, їх розміщення - поточні зобов'язання, їх склад та структура
	Інвестиційно-інноваційна	<ul style="list-style-type: none"> - капітальні інвестиції, їх структура, динаміка - інвестиції в основний капітал - обсяги незавершеного будівництва - наявність програмного забезпечення товарно-облікових операцій - витрати, пов'язані з поліпшення об'єктів
Інституціональний	Соціальна	<ul style="list-style-type: none"> - непродуктивні витрати - матеріально-технічна база розташована у сільській місцевості - динаміка пайовиків споживчих товариств - рівень заробітної плати та соціальних виплат - частка студентів, які навчаються за направленнями
	Управлінська	<ul style="list-style-type: none"> - витрати, пов'язані з реалізацією та управлінням у торгівлі, у ресторанному господарстві, у виробництві
	Маркетингова	<ul style="list-style-type: none"> - наявність та дотримання виконання маркетингового плану - ринкова ніша через питому вагу обороту підприємств споживчої кооперації у обороті України - наявність сервісу і після продажного обслуговування - закупівлі, продаж та реклама через Internet - рівень відповідності моделі бізнесу, зорієнтованої на виробника, посередника, споживача

Джерело : [авторський підхід]

Виходячи із запропонованих підходів стосовно структурованості потенціалу підприємств споживчої кооперації, визначимося на основних складових:

- структурно-галузевий – це первинний етап формування потенціалу підприємств споживчої кооперації:

✓ трудова – можливість (властивість, здатність) підприємства за допомогою існуючого складу та структури персоналу, їх інтелектуальних можливостей до забезпечення безперебійного процесу ведення діяльності;

✓ матеріальна – можливість (властивість, здатність) підприємства за допомогою споруд, обладнання та устаткування, технології і інших видів необоротних та оборотних активів до забезпечення безперебійного процесу ведення діяльності (будь-то операційної, фінансової, інвестиційної);

✓ інформаційна – можливість (властивість, здатність) підприємства за допомогою наявної інформаційної системи та зв'язків, заснованих на зборі, накопиченні, передаванні, аналізу, оцінці, плануванню та прогнозуванню повної, достовірної та своєчасної інформації забезпечити безперебійний процес ведення діяльності;

✓ запаси – можливість (властивість, здатність) підприємства за допомогою наявних товарних, виробничих, фінансових запасів, їх оптимальної структури, оборотності, актуальності (потребі) гарантувати безперебійність діяльності.

Результатом дії наведених складових потенціалу на такому рівні, як структурно-галузевий, буде безпосереднє зародження та формування діяльності, спрямованої на врахування міжгалузевих та внутрішньогалузевих пропорцій підприємств споживчої кооперації на основі отримання якісного результату їх взаємодії.

- господарський рівень – це вторинний етап формування потенціалу:

✓ фінансова – можливість (властивість, здатність) підприємства за рахунок, в першу чергу, власних фінансових та ефективно залучених, запозичених фінансових ресурсів до забезпечення фінансування основних завдань діяльності та, за потреби, додаткових програм, що забезпечать підвищення ефективності та розширення діяльності;

✓ інвестиційно-інноваційна – можливість (властивість, здатність) підприємства за рахунок ефективних вкладень, що утворені у вигляді надлишкової маси або часткової відмови у споживанні ресурсів, до забезпечення диверсифікації діяльності, переходу до нової стадії господарювання.

Результатом дії таких складових потенціалу, як фінансової та інвестиційно-інноваційної, є підвищення якісного рівня можливостей у вигляді оновлених, модернізованих виробничих можливостей, інтелектуального стратегічно мислячого керівництва та персоналу підприємства, осучасненого інформаційного забезпечення. Крім цього, поєднання інвестиційно-інноваційної складової як єдиної, на нашу думку, обумовлено неможливістю існування інновацій без інвестицій, та і інвестиції спрямовані найчастіше у оновлення та отримання чогось нового.

- інституціональний рівень – це останній етап формування потенціалу:

✓ соціальна – можливість (властивість, здатність) підприємства на основі своєрідності, спрямованої на соціальний захист населення (найчастіше сільського), пайовиків, працівників системи забезпечувати стабільність соціального розвитку;

✓ управлінська – можливість (властивість, здатність) підприємства за допомогою існуючих прийомів, методів, принципів та грамотного вибору серед них найнеобхіднішого для кожної конкретної ситуації до прийняття оптимальних управлінських рішень та забезпечення безперебійного процесу ведення діяльності;

✓ маркетингова – можливість (властивість, здатність) підприємства за допомогою різних інструментів дослідження та їх мистецьке володіння до забезпечення реалізації унікальних продуктів на ринку товарів, робіт, послуг.

Результатом дії складових інституціонального рівня формування потенціалу є наявність спільної та результативної взаємодії структурно-галузевого та господарського рівнів у вигляді гармонійного економічного та соціального розвитку підприємств споживчої кооперації.

Висновки з проведеного дослідження. Потенціал підприємств споживчої кооперації має складові, які є характерними для даної системи господарювання. Ці складові є своєрідними та унікальними, а їх ресурсний набір з його структурою залежить від рівня формування та галузі діяльності. Таке виділення складових потенціалу підприємств сприяє визначенню напрямів оптимізації його структури, забезпечує вигідну спеціалізацію, цілісність, збалансованість і пропорційність стає основою для ефективної організації управління та політики планування розвитку.

Бібліографічний список

1. Бачевський Б. Є. Потенціал і розвиток підприємства : [навчальний посібник] / Б. Є. Бачевський, І. В. Заблудська, О. О. Решетняк – Центр учбової літератури, 2009. – 400с.
2. Гавра В. Н. Потенціал підприємства: формування та оцінювання / В. Н. Гавра, Е. А. Божко. – Київ : Центр навчальної літератури, 2004. – 224 с.

3. Городня Т. А. Економічна та фінансова діагностика / Т. А. Городня, І. П. Мойсеєнко. – Львів : «Магнолія 2006», 2008. – 282 с.
4. Економічний потенціал регіону: пріоритети використання : [монографія] / [Школа І. М., Ореховська Т. М., Козменко І. Д. та ін.]; за ред. І. М. Школи. - Чернівці, 2003. – 464 с.
5. Карпенко Ю. В. Теоретичні проблеми оцінки існуючого потенціалу підприємства будівельної галузі / Ю. В. Карпенко // Регіональні перспективи. – 2000. – №4 (11). – С. 51-53.
6. Кокуркин И. Д. Инновационная деятельность / И. Д. Кокуркин. – М., 2001. – 111 с.
7. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка / Н. С. Краснокутська. – Київ : Центр навчальної літератури, 2005. – 352 с.
8. Луців Б. Л. Інвестиційний потенціал банківської системи України / Б. Л. Луців, Т. Б. Стечишин // Фінанси України. – 2009. – № 9. – С. 67-77.
9. [Мазаракі А. А. Економіка торговельного підприємства](#) : [підручник для вузів] / Під ред. проф. Н. М. Ушакової. – К. : Хрещатик, 1999. – 800 с.
10. Пастухові В. В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність : [монографія] / В. В. Пастухова. – К. : Київ.нац. торг.-екон. ун-т, 2002. – 302с.
11. Пробоїв О. А. Методологічні основи оцінки стратегічного потенціалу акціонерних товариств / О. А. Пробоїв // Регіональні перспективи. – 2004. – № 3-5(40-42). – С. 152-153.
12. Протопова В. О. Економіка підприємства / В. О. Протопова, А.Н. Полянський. – Київ : ЦУЛ, 2002. – 220 с.
13. Рачинська Г. В. Визначення та оцінювання інвестиційної привабливості підприємств / Г. В. Рачинська, Л. С. Лісовська // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2008. – № 628. – С. 272-276.
14. Рогоза М. Є. Управління промисловими підприємствами: соціально-економічні чинники та особливості організації : [монографія] / М. Є. Рогоза. – Полтава, РВВ ПУСКУ, 2005. – 281с.
15. Скляр Г. П. Економічні умови і протиріччя розвитку споживчої кооперації в перехідній економіці : [монографія] / Г. П. Скляр. – Полтава: РВВ ПУСКУ, 2008. – 279 с.
16. Управління підприємствами: сучасні тенденції розвитку : [монографія] / [Гончарові Н. П., Федонін О. С., Швиданенко Г. О. та ін.]; за заг. ред. О. С. Федоніна. – К. : КНЕУ, 2006. – 288 с.
17. Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : [навчальний посібник] / Федонін О. С., Репіна І. М., Олексик О. І. – К. : КНЕУ, 2003. – 316 с.
18. Чирков С. О. Інвестиції в інноваційний потенціал підприємств : [Електронний ресурс] / С. О. Чирков. – Режим доступу до журн. : http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Ekonomika/2008_628/54.pdf.
19. Шимановська-Діанич Л. М. Організаційно-економічний механізм управління розвитком підприємств та організацій споживчої кооперації України: теорія і практика : [монографія] / Л. М. Шимановська-Діанич, В. А. Власенко. – Полтава: РВВ ПУЕТ, 2010. – 314с.

Анотація

У статті досліджено структуру потенціалу та обґрунтовано специфічність його складових елементів, характерних для підприємств споживчої кооперації. Визначення ключових чинників успіху розвитку підприємств споживчої кооперації на основі складових елементів потенціалу та рівня їх формування сприяє оптимізації його структури, забезпечує збалансованість і пропорційність як основу ефективної організації управління.

Ключові слова: потенціал, структурованість, підприємства споживчої кооперації, рівні формування.

Аннотация

В статье исследована структура потенциала и обоснована специфичность его составных элементов, характерных для предприятий потребительской кооперации. Определение ключевых факторов успеха развития предприятий потребительской кооперации на основе составных элементов потенциала и уровня их формирования способствует оптимизации его структуры, обеспечивает сбалансированность и пропорциональность как основу эффективной организации управления.

Ключевые слова: потенциал, структурированность, предприятия потребительской кооперации, уровни формирования.

Annotation

This article explores the structure potential and substantiated specificity its of constituent elements that are specific to enterprises of consumer cooperation. Identifying key success factors the development enterprises of consumer cooperation on the basis of the constituent elements of capacity and level of their formation helps optimize its structure, provides balance and proportionality, as the basis effective organization management.

Key words: potential, structuring, enterprises of consumer cooperation, the level of formation.