

УДК 330.101.5

***ПРОБЛЕМЫ И ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ РЕСУРСНЫМ
ПОТЕНЦИАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ***

Илюшова В.А.

магистрант,

ФГБОУ ВО МГУ им. Н.П. Огарева,

Саранск, Россия

Аннотация

В статье описываются основные проблемы, возникающие в процессе управления отдельными составляющими ресурсного потенциала предприятия, а также свойственные ему особенности. Отмечается, что ключевой аспект исследования проблем ресурсного потенциала – его оценка. Автором предложена методика оценки ресурсного потенциала предприятия.

Ключевые слова: ресурсный потенциал, трудовые ресурсы, материально-технические ресурсы, финансовые ресурсы, информационные ресурсы.

***PROBLEMS AND FEATURES OF MANAGING THE ENTERPRISE
RESOURCE POTENTIAL***

Ilyushova V.A.

Master student,

National Research Mordovia State University,

Saransk, Russia

Annotation

The article describes the main problems that arise in the process of managing individual components of the resource potential of an enterprise, as well as its specific features. It is noted that the key aspect of the study of resource potential problems is its assessment. The author proposes a methodology for assessing the resource potential of an enterprise.

Keywords: resource potential, labor resources, material and technical resources,

financial resources, information resources.

У любого предприятия имеется потенциал развития. Под ресурсным потенциалом следует понимать имеющиеся у предприятия ресурсы, которые способны составить основу реализации поставленных целей и задач руководством.

Уровень использования ресурсного потенциала предприятия в значительной мере зависит от грамотного стратегического управления. Для определения проблем и особенностей управления ресурсным потенциалом предприятия необходимо рассмотреть основные его составляющие, а именно: человеческие, финансовые, информационные и материально-технические ресурсы, а также маркетинговую составляющую ресурсного потенциала.

В процессе управления трудовыми ресурсами предприятия можно выделить ряд проблем и особенностей (рисунок 1).



Рис. 1 – Проблемы и особенности управления трудовыми ресурсами предприятия (авторская разработка)

Не менее важным для предприятия является потенциал финансовых ресурсов. Во многом это обусловлено тем, что финансовые ресурсы позволяют предприятию обеспечивать стабильное функционирование на целевых рынках и выполнять возложенные на себя обязательства, как перед работниками предприятия, так и перед разными категориями заинтересованных лиц. Нами были выделены проблемы и особенности управления финансовыми ресурсами предприятия.

Так, к проблемам управления финансовыми ресурсами предприятия можно отнести:

- низкая квалификация специалистов финансового подразделения;
- постоянный поиск оборотных средств;
- увеличение налогов, таможенных пошлин и иных платежей, которые создают проблемы в области управления имеющимися финансами.

К особенностям управления финансовыми ресурсами предприятия можно отнести следующие:

- непрерывная борьба с неэффективным использованием финансовых средств;
- поиск максимально выгодных и экономически обоснованных направлений для вложения финансовых средств;
- средства, выделяемые на различные направления деятельности предприятия, должны находиться под постоянным контролем со стороны лиц ответственных за их распределение, с целью избежать ситуации потери финансов на убыточных проектах.

Не менее значимой частью ресурсного потенциала выступает такая составляющая, как информационные ресурсы. К ним относится информация, полученная сотрудниками предприятия из разных источников, будь то вторичная информация, собранная из журналов, газет, сети Интернет и прочих источников или же первичная информация, полученная в результате

проведенных опросов клиентов, посредников и прочих заинтересованных лиц. Также, важной компонентой информационных ресурсов предприятия выступает наличие у него собственного сайта в сети Интернет, на котором размещается информация, как о самой компании, так и о реализуемой ею продукции или услугах.

К наиболее значимым проблемам управления информационными ресурсами предприятия можно отнести зачастую неэффективное использование имеющейся информации, а также сложности с ее обработкой и систематизацией. При этом к особенностям управления информационными ресурсами предприятия относится, то, что многие предприятия не уделяют должного внимания сбору информации о потенциальных конкурентах, что в дальнейшем может привести к существенным проблемам при работе на целевых рынках.

Важная роль в деятельности предприятий принадлежит материальным ресурсам, поскольку они зачастую являются основной составляющей себестоимости продукции, что и является одной из присущих им особенностей. Это подтверждает факт того, что эффективность управления ресурсным потенциалом предприятия в большинстве случаев будет зависеть от степени управления материальными ресурсами. Кроме этого, к особенностям управления материальными ресурсами можно отнести и факт того, что они аккумулируют в себе значительный резерв повышения эффективности деятельности предприятия, поскольку состоят преимущественно из собственных оборотных средств.

Среди основных проблем в управлении материальными ресурсами можно выделить:

- риск убытков, связанный с хищением или порчей;
- необходимость в постоянных значительных затратах на складские помещения, их оборудование и оплату труда обслуживающего персонала;

- сложность и трудоемкость прогнозирования потребности в материалах;

- большие затраты на контроль качества приобретенных ресурсов и др.

Рассмотрим проблемы и особенности формирования отдельных составляющих маркетингового потенциала, входящего в ресурсный потенциал предприятия. Так, например, знание целевых рынков выступает важной компонентой маркетингового потенциала, так как только понимая какая ситуация сложилась во внешней среде, предприятие способно выстраивать свою маркетинговую политику. Ключевыми компонентами «знания целевых рынков» выступает наличие баз данных по существующим потребителям, конкурентам, поставщикам и ключевым сегментам рынка. Каждая из баз данных должна содержать в себе ответы на потребности предприятия в сведениях необходимых для постановки целей и задач, а также формирования маркетинговой стратегии предприятия.

Следующей компонентой маркетингового потенциала в рамках общего ресурсного потенциала предприятия выступает наличие товарного портфеля соответствующего желаниям целевых клиентов. Эта компонента очень важна для предприятия при исследовании ресурсного потенциала, так как от того, насколько широкий и глубокий ассортимент производимой и реализуемой продукции, во многом зависит, сколько целевых рынков сможет охватить предприятие, и тем самым, на какую потенциальную выручку и прибыль от реализации товаров на целевых рынках сможет рассчитывать.

С целью проведения глубокого исследования положения товаров предприятия на целевых рынках необходимо использовать матрицу БКГ. Кроме того, очень важной компонентой маркетинговой составляющей ресурсного потенциала выступает способность создавать инновационные товары и услуги, так как учитывая, насколько быстро изменяются предпочтения потребителей в товарах и услугах, те предприятия, которые хотят работать на целевых рынках достаточно долго, должны быть готовы постоянно пополнять ассортимент

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

инновационными товарами.

Не менее важной компонентой маркетинговой составляющей ресурсного потенциала выступает наличие возможностей как для сохранения имеющихся, так и для привлечения новых клиентов. В связи с этим предприятие должно понимать, какие клиенты для него обладают большей ценностью, а какие меньшей. Для этого сотрудники отдела маркетинга предприятия должны провести группировку имеющихся у них клиентов посредством ABC-анализа. Стоит отметить, что проведение разделения потребителей посредством данного метода позволит отнести наиболее значимых и ценных для поддержания финансовой стабильности предприятия клиентов к группе «А». На сохранение данных потребителей предприятие должно направлять максимум усилий.

Следующей по значимости для предприятия выступают потребители, относимые в группу «В». Они, в свою очередь, чуть менее важны для предприятия, но потеря каждого из них будет в целом очень ощутима для финансового положения предприятия.

Наименее значимые для предприятия клиенты относятся маркетологами в группу «С». При этом потеря для предприятия клиентов из этой группы особо не будет ощутима для поддержания эффективного функционирования на целевых рынках.

Еще одним компонентом маркетинговой составляющей ресурсного потенциала предприятия выступает наличие устойчивых отношений с посредниками. Стоит отметить, что выстраивание долгосрочных взаимовыгодных отношений с посредниками играет огромную роль, как в текущей деятельности любого предприятия, так и в формировании задела на будущее развитие. Это обусловлено тем, что посредники для многих предприятий являются основным средством продвижения товаров на целевых рынках, так как в силу своей специализации они обладают обширной и самой актуальной информацией о тенденциях, спросе и его структуре, конкуренции, перспективных сотрудничествах и многом другом, поэтому выгода от Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

надежного посредника для предприятия очевидна.

Безусловно, ключевым аспектом исследования проблем ресурсного потенциала предприятия выступает его оценка, так как невозможно дать полную характеристику деятельности предприятия, не проанализировав его ресурсный потенциал. В связи с этим была разработана методика его оценки. Она предполагает проведение оценки составляющих ресурсного потенциала по шкале от 0 до 10 баллов. При этом весовой коэффициент значимости каждой составляющей будет сведен к числовому ряду от 0 до 1 (таблица 1).

Таблица 1 – Методика оценки ресурсного потенциала предприятия (авторская разработка на основании [2, 377-380])

| Элементы ресурсного потенциала | Составляющие элементов ресурсного потенциала | Весовой коэффициент составляющей ресурсного потенциала | Экспертная оценка составляющих ресурсного потенциала, в баллах | Взвешенная оценка составляющих ресурсного потенциала (3 x 4) |
|--|--|--|--|--|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Трудовые ресурсы предприятия | Количество работников на предприятии | | | |
| | Наличие высококвалифицированных работников | | | |
| | Наличие высокой мотивации у сотрудников компании | | | |
| | Совокупная оценка | | | |
| Потенциал человеческих ресурсов компании (весовой коэффициент) | | | | |
| Финансовые ресурсы предприятия | Наличие оборотных средств | | | |
| | Размер выручки и прибыли предприятия | | | |
| | Совокупная оценка | | | |
| Потенциал финансовых ресурсов предприятия (весовой коэффициент) | | | | |
| Информационные ресурсы предприятия | Наличие релевантной вторичной информации | | | |
| | Наличие релевантной первичной информации | | | |
| | Эффективно функционирующий Интернет-сайт | | | |
| | Совокупная оценка | | | |
| Потенциал информационных ресурсов предприятия (весовой коэффициент) | | | | |
| Материально-технические ресурсы предприятия | Наличие оборудования и основных фондов | | | |
| | Совокупная оценка | | | |
| Потенциал материально-технических ресурсов предприятия (весовой коэффициент) | | | | |
| Маркетинговый потенциал предприятия | | | | |
| Знание целевых рынков | Наличие баз данных по существующим клиентам | | | |
| | Наличие баз данных по существующим поставщикам | | | |

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
| | Наличие баз данных по существующим конкурентам | | | |
| | Наличие баз данных по ключевым сегментам | | | |
| | Совокупная оценка | | | |
| Знание целевых рынков предприятия (весовой коэффициент) | | | | |
| Наличие товарного портфеля соответствующего желаниям целевых клиентов | Наличие широкого товарного ассортимента | | | |
| | Наличие довольно глубокого товарного ассортимента | | | |
| | Возможности для производства инновационных товаров и услуг | | | |
| | Совокупная оценка | | | |
| Наличие портфеля товаров соответствующего желаниям целевых клиентов (весовой коэффициент) | | | | |
| Наличие возможностей как для сохранения имеющихся, так и для привлечения новых клиентов | Создание качественных товаров и услуг | | | |
| | Высокая степень обслуживания потребителей | | | |
| | Наличие положительного имиджа у компании на занимаемых рынках | | | |
| | Совокупная оценка | | | |
| Наличие возможностей как для сохранения имеющихся, так и для привлечения новых клиентов (весовой коэффициент) | | | | |
| Наличие устойчивых отношений с посредниками | Наличие крупных посредников | | | |
| | Наличие средних посредников | | | |
| | Длительность сотрудничества с посредниками | | | |
| | Совокупная оценка | | | |
| Наличие устойчивых отношений с посредниками (весовой коэффициент) | | | | |
| Общий средний взвешенный балл | | | | |
| Суммарный средний взвешенный балл | | | | |

Таким образом, были рассмотрены проблемы и особенности управления ресурсным потенциалом предприятия. Рассмотрены основные его составляющие, а именно: человеческие, финансовые, информационные и материально-технические ресурсы, маркетинговая составляющая ресурсного потенциала. Предложена методика оценки ресурсного потенциала предприятия.

Библиографический список:

- 1 Арутюнова Д. В. Стратегический менеджмент: учебное пособие / Д. В. Арутюнова. – Таганрог: Изд-во Инфра-М, 2010. – 122 с.
- 2 Герчикова И. Н. Менеджмент: учебник для вузов. 4-е изд. / И. Н. Герчикова – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 511 с.

3 Ламбен Жан–Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок / Жан–Жак. Ламбен – СПб.: Питер, 2019. – 928 с.

Оригинальность 96%