

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-32-47>

УДК 330.111.4

## УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМ ПОТЕНЦІАЛОМ – ВАЖЛИВИЙ ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

## PRODUCTION CAPACITY MANAGEMENT IS AN IMPORTANT TOOL FOR INCREASING THE COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE

**Вараксіна Олена Вікторівна**

кандидат економічних наук, доцент,  
Полтавський державний аграрний університет  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1351-6578>

**Яблунівський Сергій Володимирович**

магістрант,  
Полтавський державний аграрний університет  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0412-1291>

**Varaksina Elena, Yablunivskiy Serhiy**  
Poltava State Agrarian University

Стаття присвячена питанням менеджменту виробничого потенціалу підприємства як одного з головних елементів розвитку підприємства. Акцентовано увагу на основних функціях та характеристиках управління виробничим потенціалом. Розглянуто основні складові виробничого потенціалу підприємства, запропоновано акцентувати увагу на екологічному та енергетичному елементах, як вагомих складниках виробничого потенціалу. В статті також зазначено необхідність та важливість достовірної оцінки виробничого потенціалу. Відзначено, що для ефективного управління виробничим потенціалом підприємства важливим є комунікаційний процес із споживачами. У зв'язку з цим відмічено важливість застосування інноваційних методів управління, зокрема краудсорсингу як сучасного інструменту управління виробничим потенціалом підприємства. Досліджено низку переваг та недоліків краудсорсингу.

**Ключові слова:** виробничий потенціал, управління, функції, оцінка виробничого потенціалу, краудсорсинг.

Статья посвящена вопросам менеджмента производственного потенциала предприятия как одного из основных элементов развития предприятия. Акцентируется внимание на основных функциях и характеристиках управления производственным потенциалом. Рассмотрены основные составляющие производственного потенциала предприятия, предложено акцентировать внимание на экологическом и энергетическом элементах как весомых составляющих производственного потенциала. В статье также отмечена необходимость и важность достоверной оценки производственного потенциала. Отмечено, что для эффективного управления производственным потенциалом предприятия важен коммуникационный процесс с потребителями. В этой связи отмечена важность применения инновационных методов управления, в частности краудсорсинга как современного инструмента управления производственным потенциалом.

**Ключевые слова:** производственный потенциал, управление, функции, оценка производственного потенциала, краудсорсинг.

The article is devoted to the management of productive capacity of the enterprise as one of the main elements in the development of the enterprise. It is noted that the management of the productive capacity of the enterprise is the most effective direction to improve the production activities of the enterprise and the formation of its competitiveness. The focus is on the main functions and characteristics of the management of productive capacity. It is pointed out that the productive capacity is of great importance for increasing the competitiveness of the enterprise, so it requires the solution of the structure of productive capacity. The main components of the productive capacity of the enterprise are considered, it is proposed to focus on the environmental and energy elements as weighty components of productive capacity. The article also noted the need and importance of reliable assessment of productive capacity, stressing that scientific research on the issue of assessing the potential is covered from different angles. It is pointed out that

the communication process with consumers is important for the effective management of the productive capacity of the enterprise. Today's world is too fluid and places demands not only on organizations, but also on consumers. Recently, the function of the consumer has acquired a significant transformation, the consumer is not a simple user of services, and has acquired the role of a direct participant in the production process, this change is mainly conditioned by the ability to find information, self-learning, self-organization and sharing experiences. In this regard, the importance of using innovative management methods, in particular crowdsourcing as a modern tool for managing the productive capacity of the enterprise was noted. The emphasis is placed on the fact that crowdsourcing is the use of individual and collective experience and the potential of consumers. It is marked that in the field of management it is advisable to categorize crowdsourcing into the following categories: by type of activity, by sphere of life, and by type of tasks to be solved. Based on the analysis of scientific research, a general scheme for the implementation of crowdsourcing is constructed. A number of advantages and disadvantages of crowdsourcing are investigated.

**Keywords:** production potential, management, functions, evaluation of production potential, crowdsourcing.

**Постановка проблеми.** Діяльність кожного підприємства завжди відбувається в умовах невизначеності, така ситуація зумовлена рядом факторів, зокрема: економічною ситуацією, внутрішньою політикою уряду, політичною обстановкою, соціальною задоволеністю населення, конкурентним становищем, іміджем країни на міжнародному просторі та рядом інших не менш значущих чинників. Мінливість та швидкоплинність сьогодення змушують підприємства вдаватися до більш ризикових дій, приділяючи особливу увагу формуванню потенціалу підприємства та акцентуючи увагу на управлінні ним. Виробничий потенціал має особливе значення в забезпеченні ефективної господарської діяльності підприємства, адже, чим раціональніше використовуються наявні ресурси, тим стабільнішим є функціонування підприємства і таким чином забезпечується стабільне становище серед конкурентів. Таким чином, в реаліях сьогодення, коли ми маємо цілу низку факторів, що зумовлюють негативний вплив на функціонування підприємства, перед господарюючими суб'єктами постає проблематика формування виробничого потенціалу, ефективного управління ним та пошук інноваційних інструментів, що забезпечать результативність менеджменту виробничого потенціалу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблематиці виробничого потенціалу та управління присвячені праці і зарубіжних і українських науковців. Можна виділити роботи таких дослідників, Лукінов І.І., Должанський І.З., Піддубна О.О., Кіреєва О.С., Краснокутська Н.С. та ін.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** В наукових джерелах велика увага приділяється потенціалу підприємства та його складових, також різнобічно висвітлено сутність виробничого потенціалу, проте виникає необхідність ширшого висвіт-

лення питання складових елементів виробничого потенціалу та приділення уваги інноваційним інструментам управління виробничим потенціалом.

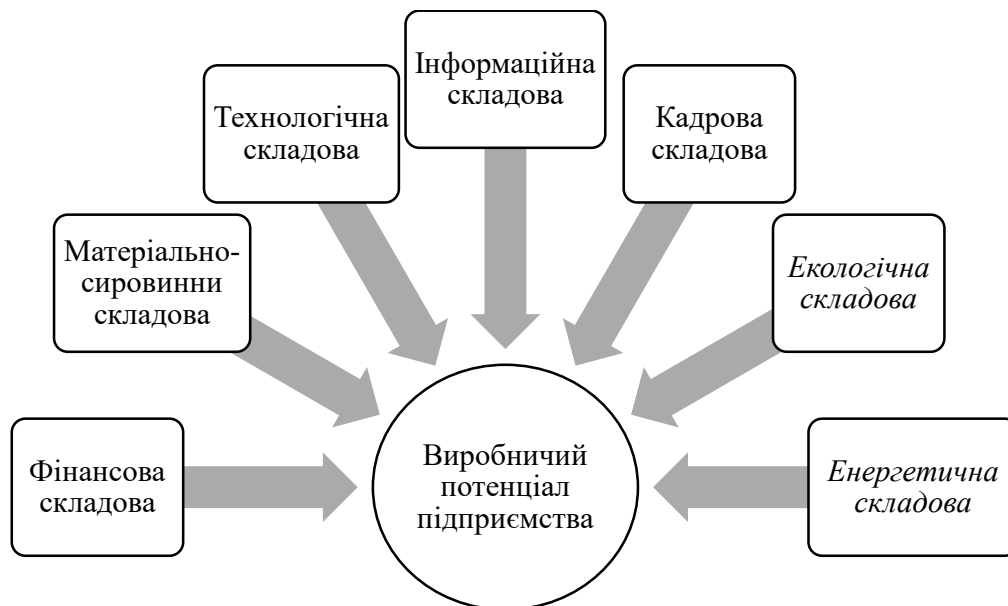
**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Мета статті полягає в узагальненні теоретичних знань щодо структурних елементів виробничого потенціалу та управління ним.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** На думку автора [1; 2]: «виробничий потенціал має велике значення для підвищення конкурентоспроможності підприємства, тому потребує вирішення питання моделювання динаміки виробничого потенціалу підприємства та його складників, а також розробки практичних механізмів оптимального його використання» [1, с. 56; 2, с. 78].

До характеристик виробничого потенціалу відносять: цілісність, взаємозамінність, складність, альтернативність, взаємозв'язок елементів, здатність до сприйняття сучасних досягнень НТП, до розвитку шляхом використання нових технологій, гнучкість виробничої системи, потужність [3].

До досліджуваного показника відносяться фінансова, матеріально-сировинна, техніко-технологічна, трудова та інформаційна складові (рис. 1).

Зважаючи на ті виклики, які перед підприємством ставить сучасний світ, нами пропонується в складі виробничого потенціалу окремими елементами виділити енергетичну та екологічну складові, адже в умовах подорожчання енергоносіїв та збільшення енерговитратної складової в собівартості виробленої продукції постає проблема ефективного використання енергетичних ресурсів не тільки на рівні підприємства, але в країні в цілому. Екологічна складова має не менш важливе значення, адже в умовах глобального потепління та зміни клімату господарська діяльність підприємства має мінімізувати негативний вплив на навколишнє середовище.



**Рис. 1. Структура виробничого потенціалу підприємства**

*Джерело: побудовано на основі [4] та доповнено авторами*

Важливим аспектом ефективного управління виробничим потенціалом підприємства є оцінка його структурних елементів, проте слід зазначити, що дане питання науковцями розглядаються під різним кутом зору.

Доцільно виділити такі основні підходи:

- продуктивний підхід, який полягає у визначенні конкурентоспроможності ресурсного потенціалу на основі оцінки конкурентоспроможності продукту або товарних груп підприємства;
- статусний підхід, який полягає у визначенні показників конкурентного статусу підприємства;
- експертний підхід, що полягає в оцінюванні різних факторів, що формують ресурсний потенціал підприємства шляхом урахування експертних оцінок [5];
- вартісна оцінка всіх складових потенціалу;
- оцінка величини виробничого потенціалу підприємства через приведення їх в трудовий еквівалент;
- визначення виробничої потужності підприємства як показника, що характеризує величину виробничого потенціалу;
- оцінка величини виробничого потенціалу шляхом комплексної оцінки і використання узагальнених показників [6].

Необхідно відмітити, що сьогодні роль споживача дещо трансформувалася: від простого користувача послуг до учасника виробничого процесу.

Базові чинники, які призвели до зміни ролі споживача:

– доступ до інформації (зросла здатність знаходити інформацію, самонавчатися, самоорганізовуватися і ділитися досвідом);

– глобалізація (кордони для переміщення капіталів, товарів і сервісів усе більше стираються);

– можливість вільної комунікації й об'єднання у співтовариства (споживачі з різних регіонів і країн можуть ділитися досвідом використання того чи іншого продукту або технології, і їхні відгуки істотно сильніше впливають на інших споживачів, які збираються зробити вибір, реклама все менше працює, маркетингові комунікації трансформуються) [7].

Як стверджує науковець: «практика, використання індивідуального і колективного споживчого досвіду, інтелекту або комунікаційного потенціалу сприяє підвищенню конкурентоспроможності товару» [8].

Використання індивідуального і колективного споживчого досвіду зумовлює використання краудсорсингу в управлінні виробничим потенціалом, що є вкрай необхідним і важливим для підприємства та його розвитку,

Відповідно визначення автора [9]: «краудсорсинг – передача певних виробничих функцій невизначеному колу осіб, для отримання необхідних ідей, послуг, спрямоване головним чином до онлайн-спільноти, координуючи при цьому свою діяльність за допомогою інформаційних технологій» [9].

Краудсорсинг в сфері управління доцільно розподілити за наступними категоріями [10; 11]:

– за типами діяльності (змагання, співробітництво);

– за сферою життя (бізнес, соціальний, державний);

– за типом вирішуваних завдань (створення продукту (контенту), голосування, пошук рішення, пошук людей, збір інформації, збір думок, тестування, служба підтримки, збір коштів – краудфандінгом).

Основні складники, які пов'язані з особливостями організації краудсорсингу:

– потенційні економічні вигоди від вирішення поставленого перед краудплатформною завдання;

– витратні грошові потоки під час реалізації краудсорсингового проекту. Слід зазначити, що під час реалізації краудсорсингового проекту власними силами компанія-ініціатор несе витрати в явному вигляді, а під час використання зовнішньої консалтингової краудсорсингової компанії для організації проекту витратні складники вже закладені у ціни на її послуги;

Таблиця 1

### Переваги та недоліки краудсорсингу

Переваги	Недоліки
1	2
Масштабованість – доступ до результатів праці майже необмеженої аудиторії дозволяє швидко створювати глобальний продукт	Можливість не побачити – багато цікавих ідей залишається невідомими, що пов'язано з великою кількістю інформації
Можливість розділення своїх бізнес-ризиків з виконавцями завдання – виконавець якщо і отримує плату за свою працю, то вже з прибутку, який він приніс бізнесу	Натовп не може бути абсолютно розумним і висувати розумні ідеї, можлива їхня некорисність для справи, так званий «шум»;
Отримання додаткового прибутку – за рахунок використання дешевої віддаленої робочої сили отримання прибутку є реальним	Нестійке співробітництво, неорганізованість і непередбачуваність «натовпу» через відсутність юридичних і фінансових зобов'язань
Мотивація учасників – людина береться виконувати завдання, обмінюється ідеями, обговорює результати роботи, розповідає про проект своїм друзям (особисто чи у соціальних мережах), отже, людина неймовірно вмотивована та надзвичайно важлива для організації	Залежність від технічного забезпечення та цифрова виключеність учасників. Незважаючи на те, що в багатьох країнах велика частина населення має доступ до Інтернету та технічні можливості користування ним, існує частина людей, які його не мають
Можливість вирішити безліч проблем, які важко вирішити окремим експертам;	Ризики отримання неякісного продукту як результату, низького ККД
Економія ресурсів (безоплатно або виплачуються мінімальні суми за участь);	«Ефект Матвія» – популярні і прості ідеї перемагають непопулярні і складні, якими б геніальними вони не були б
Варіативність (селекція найкращих пропозицій, обрання найліпшого варіанта);	Несправедливий принцип винагороди, оскільки приз отримує лише обмежена кількість людей – один чи декілька, а решта ж, по-суті, трудилася задарма
Фіксовані терміни проектів дозволяють не затягувати вирішення питання, а мати чіткі часові орієнтири, в які повинні вкластися учасники проектів	Публічне обговорення ідеї означає, що конкуренти можуть перехопити і першими реалізувати цікаву ідею.
Економія фінансових ресурсів – це передусім економія в маркетинговій складовій. Краудсорсинг дозволяє досягати значних результатів із меншими витратами.	
Розвиток творчого потенціалу та ідей. Краудсорсинг – це, насичене Інтернет-середовище, сотень незнайомих один одному людей з діаметрально протилежними поглядами та характерами, які є самовмотивованими до поставленої проблеми.	

Джерело: узагальнено авторами на основі [4; 13; 14; 15]

– прогнознi ризики. До таких ризикiв можна вiднести: ризик незнаходження шуканого рiшення (є специфiчним ризиком, i вiн практично не зустрiчається у промисловiй сферi), ризики дiлової репутацiї та операцiйнi ризики;

– термiни проведення краудсорсингового i реалiзацiйного етапiв [12].

Отже, краудсорсинг це використання iндивiдуального та колективного досвiду споживачiв з метою пiдвищення конкурентоспроможностi не тiльки продукту, але й пiдприємства в цiлому, але слiд зазначити, що використання даного iнструменту в управлiннi виробничим потенцiалом має свої переваги та недолiки (табл. 1).

**Висновки.** Отже, ефективнiсть використання виробничого потенцiалу пiдприємства має своє вiдображення в кiнцевих результатах дiяльностi господарюючого суб'єкта, адже

за правильного задiяння виробничого потенцiалу в господарськiй дiяльностi пiдприємство має змогу виробити такий обсяг продукцiї, такої якостi, який буде задовольняти як сукупний попит, так i окремого споживача. Значну увагу у вирiшеннi цього питання необхідно придiлити рацiональному використанню всiх структурних елементiв виробничого потенцiалу, проте зробити акцент на екологiчнiй та енергетичнiй складових. Задля результативностi управлiнських рiшень важливим є також ефективное управлiння виробничим потенцiалом адже це є основою забезпечення конкурентоспроможностi та розвитку пiдприємства. Управлiння виробничим потенцiалом має здiйснюватися на iнновацiйнiй основi, зокрема з використанням краудсорсингу як сучасного iнструменту менеджменту.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Пiддубна О.О. Економiко-математичне моделювання в управлiннi виробничим потенцiалом. *Економiка i держава*. 2012. № 12. С. 49–50.
2. Пiддубна О.О. Оптимiзацiя використання виробничого потенцiалу пiдприємства. *Ефективна економiка*. 2013. № 11.
3. Прiб К.А., Патики Н.І. Дiагностика в системi управлiння : навч. посiбник. Київ : Центр учбової лiтератури, 2016. 432 с.
4. Кiреєва О. Краудсорсинг як iнновацiйний iнструмент участi громадськостi в публiчному управлiннi. *Державне управлiння та мiсцеве самоврядування*. 2016. Вип. 3(30). С. 72–78.
5. Крамаренко В.І., Холод Б.І., Воробйов Ю.М. та iн. Управлiння ресурсами пiдприємства : навч. посiб. Київ : ЦУЛ, 2004. 288 с.
6. Краснокутська Н.С. Потенцiал пiдприємства: формування та оцiнка : навч. посiб. Харків : ХДУХТ, 2005. 287 с.
7. Прахалад К.К., Рамасвами В. Будущее конкуренции: создание уникальной ценности вместе с потребителями. Москва : Олимп-Бизнес, 2006. 352 с.
8. Джефф Хау. Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса / пер. з англ. Е. Аксьонова та iн. Київ, 2012. 288 с.
9. Бейкер Д. Инновация модели бизнеса через «краудсорсинг» с использованием социальных сетевых платформ. URL: <http://sun.tsu.ru/mminfo/2011/000393746/06/image/06-087.pdf>
10. Краудрекрутинг – новая технология массового поиска талантов. URL: <http://www.companion.ua/articles/content?id=208489>
11. Прогрессивные технологии: Что такое краудсорсинг? URL: [http://crowdsourcing.ru/article/what\\_is\\_the\\_crowdsourcing](http://crowdsourcing.ru/article/what_is_the_crowdsourcing)
12. Панкрухин А.П. Краудсорсинг: соблазнительный маркетинговый агрессор *Практический маркетинг*. 2011. № 1. URL: <http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/strategy/crowdsourcing.htm>
13. Никитенко Л.О. Краудсорсинг як iнструмент партисипативної демократії. *Часопис Київського університету права*. 2020. № 2. С. 133–137.
14. Калініна Г. Краудсорсинг як iнновацiйний управлiнський iнструмент i змiстова компонента навчального посiбника для керiвникiв. *Проблеми сучасного пiдручника*. 2015. Вип. 15 (1). С. 230–239.
15. Джайлс М. Настоящие друзья / под. ред. Д. Франклина и Дж. Эндрюса. Москва : Манн, Иванов и Фербер, Эксмо, 2013. С. 13.

#### REFERENCES:

1. Pidubna O.O. (2006) Ekonomiko-matematychnе modeliuвання v upravlinni vyrobnychym potentsialom [Economic and mathematical modeling in the management of production potential]. *Ekonomika i derzhava*, no. 12, pp. 49–50.

2. Pidubna O.O. (2013) Optymizatsiia vykorystannia vyrobnychoho potentsialu pidpriemstva [Optimization of the use of production potential of the enterprise]. *Efektivna ekonomika*, no. 11.
3. Prib K.A., Patyka N.I. (2016) *Diahnastyka v systemi upravlinnia: navch. posibnyk* [Diagnostics in the control system: textbook. manual]. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury. (in Ukrainian)
4. Kirieieva O. (2016) Kraudsorsynh yak innovatsiinyi instrument uchasti hromadskosti v publicnomu upravlinni [Crowdsourcing as an innovative tool for public participation in public administration]. *Derzhavne upravlinnia ta mistseve samovriaduvannia*, vol. 3(30), pp. 72–78.
5. Kramarenko V. I., Kholod B. I., Vorobiov Yu. M. (2004) *Upravlinnia resursamy pidpriemstva: navch. posib.* [Enterprise resource management: textbook. manual]. Kyiv: TsUL. (in Ukrainian)
6. Krasnokutska N.S. (2005) *Potentsial pidpriemstva: formuvannia ta otsinka: navch. posib.* [The potential of the enterprise: formation and evaluation: textbook. manual]. Kharkiv: KhDUKhT. (in Ukrainian)
7. Prahalad K.K., Ramasvami V. (2006) *Budushhee konkurencii: sozdanie unikal'noj cennosti vmeste s potrebiteljami* [The future of competition: creating unique value with consumers]. Moscow: Olimp-Biznes. (in Russian)
8. Dzheff Khau (2012) *Kraudsorsingh. Kolektyvnyj rozum jak instrument rozvytku biznesu* [Kraudsourcing. Collective mind as a tool for business development]. Kiev: Economy. (in Ukrainian)
9. Beiker D. Innovatsiya modeli biznesa cherez «kraudsorsing» s ispolzovaniem sotsialnykh setevykh platform [Crowdsourcing business model innovation using social media platforms.]. Available at: <http://sun.tsu.ru/mminfo/2011/000393746/06/image/06-087.pdf>
10. Kraudrekruting – novaya tehnologiya massovogo poiska talantov [Crowd recruiting is a new technology of mass search for talent]. Available at: <http://www.companion.ua/articles/content?id=208489>
11. Progressivnyie tehnologii: Chto takoe kraudsorsing? [Progressive Technologies: What is Crowdsourcing?]. Available at: [http://crowdsourcing.ru/article/what\\_is\\_the\\_crowdsourcing](http://crowdsourcing.ru/article/what_is_the_crowdsourcing).
12. Pankrukhyn A.P. (2011) Kraudsorsing: soblaznitelnyiy marketingovyyi agressor [Crowdsourcing: a seductive marketing aggressor]. *Praktycheskyj marketyng* [Practical marketing] (electronic journal), no. 1. Available at: <http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/strategy/crowdsourcing.htm>
13. Nikitenko L.O. (2020) Kraudsorsing yak Instrument partisipativnoyi demokratiyi [Crowdsourcing as an instrument of participatory democracy]. *Journal of Kyiv University of Law*, no. 2, pp. 133–137.
14. Kalinina H. (2015) Kraudsorsing yak innovatsiinyi upravlinskiy instrument i zmistova komponenta navchal'nogo posibnika dlya kerivnikiv [Crowdsourcing as an innovative management tool and content component of a training manual for managers]. *Problems of a modern textbook*, vol. 15(1), pp. 230–239.
15. Dzhails M. (2013) *Nastoiashchye druzia* [Real friends] / Martyn Dzhails // *Myr v 2050 hodu* / pod. red. D. Franklyna y Dzh. Endriusa. Moscow: Mann, Yvanov y Ferber, Eksmo, 13 p. (in Russian)