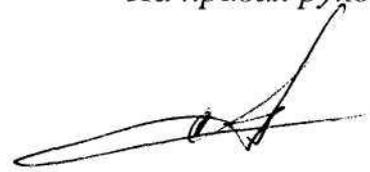


На правах рукописи



Алексеев Сергей Борисович

**ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО
ПОТЕНЦИАЛА ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

Специальность 08.00.05 - Экономика и управление народным
хозяйством: экономика предпринимательства

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой
степени доктора экономических наук

Донецк-2015

Работа выполнена в ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»

Научный консультант: заслуженный деятель науки и техники Украины,
академик АЭН Украины,
доктор экономических наук, профессор
Аптекарь Савелий Семенович

Официальные оппоненты: Максимов Виталий Владимирович
доктор экономических наук, профессор,
ГОУ ВПО «Луганский государственный университет
им. Владимира Даля», заведующий кафедрой
экономики предприятия

Краснова Виктория Васильевна
доктор экономических наук, профессор,
академик АЭН Украины,
ГО ВПО «Донецкий национальный университет»,
заведующая кафедрой экономики предприятий

Барышникова Леля Петровна
доктор экономических наук, доцент,
ГО ВПО «Донецкий государственный
университет управления», заведующая кафедрой
маркетинга и логистики

Защита состоится 22 марта 2016 г. в 12.00 часов на заседании диссертационного совета Д 01.004.01 в Донецком национальном университете экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского по адресу: 83050, г. Донецк, ул. Щорса, 31, ауд. 1222, тел: +38(062) 337-41-57, e-mail: dissovet@donnuet.dn.ua

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Донецкого национального университета экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского по адресу: 83017, г. Донецк, б. Шевченко, 30 (<http://library.donnuet.dn.ua>).

Автореферат разослан 2016 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета
к.э.н., доцент



А.Н. Германчук

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Для современных кризисных условий, которые характеризуются политической и экономической нестабильностью и экономической блокадой Донбасса со стороны Украины, одной из основных отраслей, способных функционировать, несмотря на жесткие условия, является розничная торговля. В условиях дефицита товаров и необходимости, тем не менее, удовлетворения потребительских запросов роль розничной торговли как отрасли экономики особенно возрастает. Однако функционирование торговых предприятий осложнено наличием большого количества факторов внешней среды, которые быстро и непредсказуемо изменяются. Несмотря на то, что торговля является многофункциональной отраслью, которая наиболее быстро реагирует на экономические изменения, анализ развития внутренней торговли Донецкого региона за период с 2005 по 2014 годы позволяет проследить негативную тенденцию убыточности начиная с 2007 года. При этом постоянно снижается доля предприятий, которые получают прибыль с 93,1% в 2005 году до 44,8% в 2014 году.

Такие тенденции значительно повышают актуальность эффективного формирования стратегического потенциала торгового предприятия, поскольку результаты исследований свидетельствуют о том, что большинство предприятий торговли в течение достаточно большого периода не достигают своих стратегических целей. С другой стороны, в сложившихся условиях для торговых предприятий Донбасса возникают новые возможности, связанные с налаживанием предпринимательских отношений с поставщиками из Российской Федерации, ослаблением конкуренции из-за ухода многих игроков с регионального рынка продуктов питания, изменениями ценовой, товарной, налоговой политики в молодой Донецкой республике.

Однако теоретические вопросы формирования стратегического потенциала в современной экономической литературе исследованы фрагментарно, не разработана единая концепция формирования стратегического потенциала торгового предприятия, отсутствуют действенные механизмы использования стратегического потенциала в процессе достижения целей. Требуют усовершенствования также методологические основы и методические инструменты анализа и оценки элементов как внешнего, так и внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия, формирования и выбора стратегий, принятия управленческих решений в процессе формирования стратегических возможностей.

Таким образом, в условиях неопределенности и быстрых изменений факторов внешней среды торговые предприятия Донбасса для обеспечения своего выживания и развития должны не просто использовать стратегическое управление, а эффективно формировать комплексный стратегический потенциал как совокупность возможностей достижения стратегических целей, что подтверждает актуальность и своевременность данного исследования.

Степень разработанности проблемы. В основе современной концепции формирования стратегических возможностей предприятия лежат

фундаментальные исследования таких зарубежных ученых, как Д. Аакер, И. Ансофф, Р. Акофф, М. Армстронг, К. Боумэн, Р.М. Грант, П. Друкер, Б. Карлофф, Ж. Ламбен, М.Х. Мескон, Г. Минцберг, М. Портер, А. Томпсон.

Значительное влияние на развитие современного стратегического планирования оказали также труды российских и украинских исследователей, среди которых необходимо отметить Е.М. Азиминову, С.С. Аптекаря, Л.В. Балабанову, Л.П. Барышникову, О.С. Виханского, М.О. Кизима, И.М. Кирчату, В.В. Максимова, А.П. Наливайко, В.Д. Немцова, В.В. Пастухову, А.А. Пилипенко, С.Я. Салыгу, А.Г. Семенова, Р.А. Фатхутдинова и др. Отдельные вопросы формирования стратегического потенциала торгового предприятия рассмотрели такие авторы, как Е.М. Азарян, В.В. Апопий, А.А. Бакунов, Б. Берман, Н.Ю. Возиянова, Н.М. Гуржий, Ф. Котлер, В.В. Никишкин, А.А. Садеков, Л.В. Фролова. Однако, несмотря на большое количество исследований в данной области, современное формирование стратегических возможностей на торговом предприятии методологически недоработано, практически не используется и нуждается в разработке новых теоретико-методологических подходов и механизмов.

Что касается вопросов формирования и использования потенциала предприятия в целом, то они в настоящее время недостаточно изучены. Среди авторов, исследующих эти проблемы в теоретическом аспекте, следует отметить Т.А. Ашимбаева, Л.В. Беззубко, Т.С. Бронникову, А.Э. Воронкову, Л.М. Газуду, О.Д. Гудзинского, О.В. Израйлеву, Т.В. Калинеску, И.Н. Карапейчика, Н.С. Краснокутскую, Е.В. Лапина, И.П. Отенко, О.С. Федонина. Большинство авторов говорят о важности изучения и оценки потенциала предприятия, и одновременно все отмечают сложность этой экономической категории для изучения. При этом ученые выдвигают разнообразные взгляды на содержание, структуру, процесс формирования потенциала предприятия, методологию его оценки, планирования, диагностики, особенно в долгосрочной перспективе.

Таким образом, дальнейшего развития требуют вопросы разработки концепции формирования стратегического потенциала торгового предприятия, использования комплексного подхода, методологии и механизмов формирования и использования стратегического потенциала на основе использования положений традиционной концепции стратегического управления предприятием. Научная значимость выделенных проблем и необходимость проведения дополнительных научных исследований в сфере формирования стратегического потенциала торгового предприятия стали основой для выбора темы исследования, определили его цель и логику.

Цель и задачи исследования. Целью диссертационной работы является комплексное решение проблемы формирования стратегического потенциала торгового предприятия на основе разработки теоретических и концептуальных положений, совершенствования методологии и разработки механизмов формирования и использования стратегических возможностей.

Достижение поставленной цели предусматривает решение широкого диапазона задач, агрегированных в пять основных блоков:

1. Представить теоретико-методологическое обоснование парадигмы формирования стратегического потенциала предприятия:

- исследовать сущность и эволюцию современного стратегического управления предприятием, определить его принципы, функции, этапы развития и проблемы внедрения на торговых предприятиях;

- усовершенствовать теоретические трактовки сущности и структуры стратегического потенциала предприятия на основе анализа эволюции существующих подходов;

- обосновать концепцию формирования стратегического потенциала предприятия, предложить комплексный подход к формированию стратегического потенциала.

2. Исследовать теоретические аспекты формирования стратегического потенциала предприятия:

- разработать архитектуру формирования стратегического потенциала предприятия, которая обеспечивает взаимосвязь теоретических концепций, реализацию процессов и организацию обеспечения формирования стратегического потенциала;

- разработать концептуальные модели формирования внешнего и внутреннего стратегического потенциала с учетом особенностей деятельности торгового предприятия;

- разработать механизм информационного обеспечения формирования стратегического потенциала торгового предприятия.

3. Разработать методологические аспекты анализа внешнего стратегического потенциала торгового предприятия:

- раскрыть содержание и структуру анализа стратегического потенциала торгового предприятия, разработать механизм проведения стратегических наблюдений;

- усовершенствовать методологию анализа внешнего макропотенциала торгового предприятия, разработать методику расчета теоретического и достижимого стратегического макропотенциала;

- предложить определения и методики расчетов рыночного, снабженческого, посреднического, контактного, конкурентного потенциалов торгового предприятия.

4. Обосновать методологию планирования стратегического потенциала торгового предприятия:

- разработать механизмы формирования и выбора стратегических целей торгового предприятия, модель процесса формирования внешних стратегических целей предприятия, предложить комплексный научно-методический подход к формированию критериев выбора стратегических целей "SMART+";

- разработать механизм формирования стратегических альтернатив достижения общих целей элементов внешнего стратегического потенциала торгового предприятия;

- предложить потенциально - функциональный научно-методический подход к формированию функциональных стратегий элементов внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия.

5. Разработать методологию формирования и использования внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия:

- предложить комплексный подход к формированию элементов внутреннего стратегического потенциала, разработать методики расчета элементов объектной и субъектной составляющих внутреннего стратегического потенциала;

- обосновать математическую модель расчета нормативных значений элементов субъектной составляющей внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия;

- разработать концептуальную схему использования внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия, предложить комплексный научно-методический подход к использованию внутреннего стратегического потенциала;

- разработать модель условной нелинейной оптимизации коэффициентов использования внутреннего стратегического потенциала методом условного градиента;

- обосновать оптимальные решения, направленные на формирование всех элементов внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия, процесс выбора альтернативных решений и разработки приоритетных решений с использованием теории игр.

Объектом исследования являются процессы формирования и использования стратегического потенциала торгового предприятия на основе комплексного подхода.

Предметом исследования явились теоретические и методологические основы формирования базовых и координационных механизмов формирования стратегического потенциала торгового предприятия.

Диссертация выполнена в соответствии с Паспортом специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: экономика предпринимательства (п. 8.13 «Стратегическое планирование и прогнозирование предпринимательской деятельности», п. 8.11 – «Технология процесса разработки и принятия управленческих решений в предпринимательских структурах»).

Научная новизна полученных результатов заключается в том, что в диссертации разработана концепция, развиты теоретические, методологические и методические основы формирования стратегического потенциала торгового предприятия.

1. Сформулирован комплексный подход к формированию стратегического потенциала торгового предприятия – подход, который на основе совершенствования теоретических положений управленческих концепций стратегического управления, управления стратегическим маркетингом и управления потенциалом позволяет сочетать современные подходы при определении, структуризации, формировании, оценке и использовании стратегического потенциала предприятия. Разработана концепция формирования стратегического потенциала предприятия как комплексная научно обоснованная идея использования внешних и формирования внутренних возможностей предприятия в области достижения стратегических целей. Это позволит усовершенствовать систему формирования стратегического потенциала с точки зрения использования внешних и формирования внутренних возможностей предприятия в области достижения стратегических целей.

2. Получили дальнейшее развитие теоретические основы формирования стратегического потенциала торгового предприятия, в частности: 1) уточнено понятие стратегического потенциала предприятия (который, в отличие от существующего ресурсного подхода рассматривается как совокупность

текущих и будущих возможностей предприятия по достижению стратегических целей и реализации стратегий развития); 2) усовершенствована структура стратегического потенциала предприятия на основе синтеза пяти научных подходов – глобального, функционального, процессного, ресурсного и блочно-модульного, разработана комплексная классификация стратегического потенциала предприятия, которая позволяет использовать комплексный подход к формированию стратегического потенциала торгового предприятия.

3. Представлена архитектура формирования стратегического потенциала как логическое сочетание совокупности элементов и процессов формирования стратегического потенциала предприятия на теоретическом, функциональном, процессном, методологическом и организационном уровнях, использование которой обеспечивает внедрение комплексного подхода к формированию стратегического потенциала торгового предприятия. На основе анализа и синтеза существующих научных подходов обоснованы определения элементов объектной и субъектной составляющих внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия: торгового, трудового, финансового, инновационного, управленческого, организационного, кадрового, маркетингового потенциалов. Впервые предложены понятия торгово-закупочного, посреднического, контактного потенциалов, которые позволяют комплексно анализировать внешний стратегический потенциал торгового предприятия.

4. Предложены и научно обоснованы концептуальные модели формирования внешнего макропотенциала и микропотенциала торгового предприятия, которые отличаются от существующих тем, что предусматривают формирование внутреннего стратегического потенциала на основе внешнего. Это позволит совершенствовать систему формирования стратегического потенциала с точки зрения использования внешних и формирования внутренних возможностей предприятия в области достижения стратегических целей. Разработан механизм информационного обеспечения формирования стратегического потенциала торгового предприятия, представляющий собой систему взаимосвязанных элементов: цель, задачи, требования, функции, принципы, структуру, методологию, практическая реализация которого будет способствовать принятию эффективных решений по формированию стратегического потенциала на основе поиска, получения, хранения, накопления, передачи и обработки стратегической информации.

5. Усовершенствованы методологические основы формирования стратегического потенциала торгового предприятия, а именно: 1) предложена система обеспечения, в которой к существующим подсистемам информационного и методологического обеспечения добавлены подсистемы организационного и управленческого обеспечения; 2) определен механизм проведения стратегических наблюдений, направленных на определение долгосрочных тенденций изменения элементов внешнего макропотенциала и микропотенциала торгового предприятия. Внедрение предложенной системы обеспечения и механизма будет способствовать формированию стратегического потенциала, необходимого для достижения стратегических целей предприятия.

6. Усовершенствован научно – методический подход к анализу макроокружения торгового предприятия, который, в отличие от существующих, предполагает проведение трендвотчинга, расчет желаемого и достижимого стратегического макропотенциала торгового предприятия с определением коэффициентов их использования, который позволяет получить количественное выражение влияния факторов макроокружения на стратегические возможности предприятия.

7. Усовершенствованы определения рыночного и конкурентного потенциала торгового предприятия, предложен научно-методический подход к анализу стратегического потенциала торгового предприятия, который дополнен методиками расчета элементов внешнего потенциала торгового предприятия (рыночного, снабженческого, посреднического, контактного, конкурентного потенциалов). Разработанные методики позволят усовершенствовать процессы анализа стратегического потенциала торгового предприятия и принятия решений по его формированию и использованию.

8. Предложен механизм формирования и выбора стратегических целей торгового предприятия и модель процесса формирования внешних стратегических целей предприятия на основе его внешнего стратегического потенциала. Усовершенствован научно-методический подход к выбору стратегических целей торгового предприятия на основе комплексного подхода "SMART+", который в отличие от существующих сочетает комплементарный, целевой, количественный, стимулирующий подходы и подход "SMART", что дает возможность комплексно обосновать выбор стратегических целей в процессе формирования стратегического потенциала.

9. Разработан механизм формирования стратегических альтернатив, обоснован комплексный потенциальный подход к формированию критериев выбора стратегических альтернатив и процесс выбора стратегических альтернатив за счет внедрения предложенной шкалы оценивания стратегических альтернатив, которая содержит приоритетные и второстепенные критерии выбора и позволит эффективно осуществлять выбор стратегических альтернатив в процессе планирования стратегического потенциала торгового предприятия.

10. Разработан потенциально-функциональный научно-методический подход к формированию функциональных стратегий торгового предприятия, который, в отличие от существующих, основан на использовании общих стратегий внешнего стратегического потенциала торгового предприятия и позволяет формировать функциональные стратегии элементов внутреннего стратегического потенциала на основе функциональной декомпозиции стратегий обеспечения. Внедрение данного подхода позволит обеспечить процесс формирования внутреннего стратегического потенциала, обосновать структуру и нормативные значения его элементов.

11. Разработан механизм формирования внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия и методики расчета элементов объектной и субъектной составляющих внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия – торгового, трудового, финансового, инвестиционного,

управленческого, организационного, кадрового и маркетингового потенциалов. Предложен комплексный подход к формированию элементов внутреннего стратегического потенциала, который позволил сформировать элементы внутреннего стратегического потенциала на основе требований, которые выдвигают соответствующие функциональные стратегии, и определить необходимые для реализации функциональных стратегий значения элементов.

12. Разработана концептуальная схема использования внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия, предложен комплексный научно-методический подход к использованию внутреннего стратегического потенциала, позволяющий оптимизировать коэффициенты использования элементов внутреннего стратегического потенциала. Для реализации подхода определены характеристики и разработана модель условной нелинейной оптимизации коэффициентов использования внутреннего стратегического потенциала методом условного градиента.

13. Усовершенствован научно-методический подход к выбору альтернативных решений по формированию оптимального внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия, который, в отличие от существующих, содержит оценку соответствия решений критериям выбора функциональных стратегий, оценку соответствия решений контролируемым показателям и учет условий неопределенности факторов внешней среды на основе расчета критериев выбора оптимальных альтернатив с помощью теории игр. Это позволит эффективно осуществлять процесс выбора оптимальных решений по использованию элементов внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия в процессе реализации стратегий.

Теоретическая и практическая значимость работы. Теоретическое значение полученных результатов определяется актуальностью цели и задач исследования, а также достигнутым уровнем разработанности исследуемых проблем, научной новизной, полученной в результате исследования, развитием методологии и расширением подходов к решению проблем формирования стратегического потенциала торгового предприятия и заключается в научном обогащении теоретико-методологического базиса формирования стратегического потенциала торгового предприятия с целью обеспечения выживания в условиях быстрых изменений внешней среды и обеспечения развития в долгосрочной перспективе. Разработанные в диссертации выводы и рекомендации по формированию стратегического потенциала торгового предприятия могут стать основой для дальнейших исследований в области формирования отдельных элементов внешнего и внутреннего стратегического потенциала как торговых, так и производственных предприятий.

Практическая значимость полученных результатов состоит в том, что разработанные и предложенные в диссертационной работе научные идеи, научно-методические подходы и выводы могут быть использованы для решения актуальных проблем формирования стратегического потенциала в практической деятельности торговых предприятий.

Наибольшее практическое значение имеют следующие научно-прикладные разработки и рекомендации: концептуальные модели

формирования внешнего и внутреннего потенциала торгового предприятия, механизмы анализа макропотенциала, информационного обеспечения формирования стратегического потенциала, формирования и выбора стратегических целей, формирования и выбора стратегических альтернатив и функциональных стратегий, формирования и использования внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия; научно-методические подходы: комплексный подход к формированию стратегического потенциала, критериев выбора стратегических целей "SMART+", потенциальный подход к формированию стратегических альтернатив, потенциально - функциональный подход к формированию функциональных стратегий элементов внутреннего стратегического потенциала, комплексный подход к использованию внутреннего стратегического потенциала; методики расчетов рыночного, снабженческого, посреднического, контактного, конкурентного потенциалов, элементов объектной составляющей внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия – торгового, трудового, финансового, инвестиционного потенциалов и субъектной составляющей внутреннего стратегического потенциала – управленческого, организационного, кадрового, маркетингового потенциалов торгового предприятия, обоснования их нормативных значений.

Предложения и рекомендации, разработанные в диссертационной работе, одобрены и внедрены в практику деятельности торговых предприятий, что подтверждено соответствующими актами внедрения: Управления торговли и бытового обслуживания Калининского районного совета г. Донецка; ООО НВЦ «Политехник» (акт внедрения №22-09 от 12.09.2015г.); ООО «Айден» (акт внедрения №8/124 от 5.08.2015г.); ООО «Сегмент» (акт внедрения №284 от 27.09.2015 г.); ООО «Сарепта К» (акт внедрения № 2/56 от 3.02.2014г.); ООО «Горняк» (акт внедрения № 132 от 31.08.2015г.); ООО «Евлагите» (акт внедрения № 112 от 29.07.2015г.).

Основные положения диссертационной работы используются в учебном процессе при изучении дисциплин «Управленческая экономика», «Потенциал и развитие предприятия», «Экономика торгового предприятия», «Планирование и контроль на предприятии», «Стратегия предприятия», «Стратегическое управление предприятием», «Управление экономической безопасностью предприятия», «Обоснование хозяйственных решений».

Методология и методы исследования. Теоретической и информационной базой исследования являются научные концепции и теоретические разработки российских, украинских и зарубежных ученых по проблемам формирования стратегических возможностей, стратегическому маркетингу, формированию и оценке потенциала предприятия; информационные материалы статистических, справочных, периодических изданий; ресурсы Internet; отчетность исследуемых предприятий.

Методологической основой диссертационной работы является совокупность принципов, приемов научного исследования, общенаучные и специальные аналитические методы, которые позволили решить поставленные задачи и комплексно исследовать процессы формирования и использования стратегического потенциала предприятия. Для получения обоснованных

результатов в работе использованы методы: структурно-логического и семантического анализа (для обоснования категориального аппарата), системного и комплексного анализа (при исследовании стратегического потенциала торгового предприятия и его отдельных составляющих, обосновании формирования и выбора стратегических целей и стратегий их достижения); логического анализа и анкетного опроса (при проведении диагностики процессов формирования стратегических альтернатив и выбора стратегий на исследуемых предприятиях), экспертной и рейтинговой оценки (при формировании критериев выбора стратегических альтернатив и функциональных стратегий внутреннего стратегического потенциала), сравнительного и экономического анализа (при разработке методик определения элементов стратегического потенциала торгового предприятия – торгового, трудового, финансового, инновационного, управленческого, организационного, кадрового, маркетингового потенциалов), факторного анализа (при определении влияния факторов макро и микроокружения на стратегический потенциал предприятия), экономико-математические (метод регрессионно-корреляционного анализа – для получения уравнений связи между элементами субъектной и объектной составляющих стратегического потенциала предприятия, метод условного градиента – для построения модели условной нелинейной оптимизации коэффициентов использования внутреннего стратегического потенциала, методы теории игр – для обоснования приоритетных решений по формированию оптимального внутреннего стратегического потенциала в условиях неопределенности), экономико-статистические (индексный метод для анализа экономических показателей состояния розничной торговли Донецкого региона и расчета показателей оценки элементов стратегического потенциала), метод компьютерного эксперимента (для получения нормативных значений коэффициентов, которые влияют на каждый элемент внутреннего стратегического потенциала предприятия). Проведение всех расчетов осуществлялось с использованием современных компьютерных технологий.

Положения, выносимые на защиту. По результатам исследования на защиту выносятся следующие основные положения.

1. В результате исследования сущности и эволюции современного стратегического управления предприятием обоснованы основные причины несовершенства действующей системы стратегического управления предприятием в современных условиях и проблемы ее внедрения на торговых предприятиях, анализ которых свидетельствует о том, что в настоящее время отсутствуют действенные механизмы формирования стратегического потенциала торгового предприятия. Для решения этой проблемы сформулирован комплексный подход к формированию стратегического потенциала торгового предприятия – подход, который на основе совершенствования теоретических положений управленческих концепций стратегического управления, управления стратегическим маркетингом и потенциалом позволил сочетать современные подходы при определении,

структуризации, формировании, оценке и использовании стратегического потенциала предприятия.

2. В результате исследования эволюции трактовки дефиниций «потенциал предприятия» и «стратегический потенциал предприятия» определены современные подходы к толкованию данных категорий – ресурсный, результатный, стратегический; использование комплексного подхода позволило разработать авторские трактовки потенциала и стратегического потенциала как совокупности текущих и будущих возможностей предприятия по достижению стратегических целей и реализации стратегий развития. На основе синтеза пяти научных подходов усовершенствована комплексная классификация стратегического потенциала предприятия.

3. Исследование существующих концепций стратегического планирования и стратегического маркетинга позволило разработать концепцию формирования стратегического потенциала предприятия как комплексную научно обоснованную идею использования внешних и формирования внутренних возможностей предприятия в области достижения стратегических целей. Предложена концептуальная схема формирования стратегического потенциала предприятия, обосновано выделение процессов формирования и использования двух отдельных взаимосвязанных элементов стратегического потенциала – внешнего и внутреннего потенциалов.

4. На основе синтеза существующих подходов разработана архитектура формирования стратегического потенциала предприятия, которая представляет собой логическое сочетание совокупности элементов формирования стратегического потенциала предприятия на теоретическом, функциональном, процессном, методологическом и организационном уровнях с основными процессами формирования и использования стратегического потенциала предприятия, использование которой обеспечит внедрение комплексного подхода к формированию стратегического потенциала торгового предприятия.

5. На основе анализа и синтеза существующих научных подходов предложены определения элементов объектной и субъектной составляющих внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия: торгового, трудового, финансового, инновационного, управленческого, организационного, кадрового, маркетингового потенциалов. Обоснована структура внешнего стратегического макропотенциала торгового предприятия, предложены понятия торгово-закупочного, посреднического, контактного потенциалов. Разработаны концептуальные модели формирования внешнего и внутреннего потенциала торгового предприятия, выделены особенности современной торговли и обоснованы приоритетные направления формирования стратегического потенциала торгового предприятия.

6. Разработан механизм информационного обеспечения формирования стратегического потенциала торгового предприятия, исследованы характеристики, преимущества и недостатки новейших ИТ - технологий, сфера их использования в деятельности розничных торговых сетей и формировании их стратегического потенциала, а также проблемы внедрения информационных технологий на торговых предприятиях, предложены пути их решения.

7. Проведен анализ использования источников и каналов получения информации в торговых сетях розничной торговли продуктами питания разных форматов, которые функционируют на территории Донецкого региона. Проведен анализ развития внутренней торговли Донецкой области в последние годы, результаты которого позволяют проследить падение розничного товарооборота и тенденцию убыточности начиная с 2007 года. Предложен механизм анализа стратегического потенциала торгового предприятия, определение и механизм проведения стратегических наблюдений.

8. С целью устранения недостатков существующих методов для анализа внешнего макропотенциала предложена методика расчета желаемого и достижимого стратегического макропотенциала торгового предприятия, выполнен анализ коэффициентов использования стратегического макропотенциала для исследуемых торговых предприятий Донецкого региона.

9. На основе анализа мнений авторов современной экономической литературы предложены определения рыночного и конкурентного потенциала торгового предприятия. Разработаны методики расчетов рыночного, торгово-закупочного, посреднического, контактного, конкурентного потенциалов торгового предприятия, проведен их анализ на примере исследуемых торговых предприятий, который показал недостаточное использование всех элементов внешнего стратегического потенциала.

10. На основе анализа существующих подходов предложено определение стратегических целей торгового предприятия. Проведено исследование этапов формирования и выбора внешних стратегических целей на предприятиях розничной торговли продуктами питания, результаты которого показали низкое качество процессов обоснования, формирования и выбора стратегических целей. Предложен механизм формирования и выбора стратегических целей торгового предприятия и модель процесса формирования внешних стратегических целей предприятия на основе его внешнего стратегического потенциала. В пределах использования комплексного подхода к управлению стратегическим потенциалом торгового предприятия предложен комплексный подход к формированию критериев выбора стратегических целей "SMART+", с использованием которого осуществлен выбор стратегических целей для исследуемых предприятий.

11. Разработан механизм формирования стратегических альтернатив достижения общих целей элементов внешнего стратегического потенциала торгового предприятия и предложен научно-методический потенциальный подход к формированию стратегических альтернатив, с помощью которого сформированы общие стратегии элементов внешнего потенциала и стратегии их обеспечения. На основе обобщения подходов к определению критериев выбора стратегических альтернатив в современной экономической литературе разработан комплексный потенциальный подход к формированию критериев выбора стратегических альтернатив, который предполагает использование дополнительных критериев - соответствие внешнему стратегическому потенциалу и соответствие общим целям. Разработан механизм выбора стратегических альтернатив на основе комплексного потенциального подхода. Анализ результатов выбора стратегических альтернатив дает возможность

утверждать, что для большинства исследованных торговых предприятий разработанные на основе внешнего стратегического потенциала общие стратегии отвечают приоритетным и большинству второстепенных критериев выбора и могут быть рекомендованы для дальнейшей реализации.

12. На основе предложенного потенциального научно-методического подхода к формированию стратегических альтернатив разработан механизм формирования функциональных стратегий элементов внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия и предложен потенциально - функциональный научно-методический подход к формированию функциональных стратегий элементов внутреннего стратегического потенциала, который определяет четыре этапа формирования функциональных стратегий: группировку стратегий обеспечения по функциональным направлениям, функциональную декомпозицию стратегий обеспечения, определение функциональных целей элементов внутреннего стратегического потенциала и определение функциональных стратегий элементов внутреннего стратегического потенциала. В результате сформированы функциональные стратегии элементов внутреннего стратегического потенциала исследуемых торговых сетей и произведен выбор функциональных стратегий элементов внутреннего стратегического потенциала.

13. Предложен комплексный подход к формированию элементов внутреннего стратегического потенциала, который позволил сформировать элементы внутреннего стратегического потенциала на основе требований, которые выдвигают соответствующие функциональные стратегии, и определить необходимые для реализации функциональных стратегий значения элементов. Разработан механизм формирования внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия и методики расчета элементов объектной составляющей внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия – торгового, трудового, финансового и инвестиционного потенциалов, рассчитаны их фактические и нормативные значения для исследуемых предприятий. Разработаны методики расчета элементов субъектной составляющей внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия – управленческого, организационного, кадрового, маркетингового потенциалов, рассчитаны их фактические и нормативные значения для исследуемых предприятий. Анализ интегральных значений субъектной составляющей внутреннего стратегического потенциала не противоречит выводам, которые были сделаны относительно отдельных составляющих внутреннего стратегического потенциала исследуемых торговых предприятий на основе анализа объектной составляющей.

14. Для определения зависимости каждого элемента субъектной составляющей внутреннего стратегического потенциала от элементов объектной составляющей внутреннего стратегического потенциала разработана многофакторная эконометрическая математическая модель. С использованием полученных с помощью математической модели уравнений связи с элементами объектной составляющей внутреннего стратегического потенциала были рассчитаны нормативные значения элементов субъектной составляющей

внутреннего стратегического потенциала исследуемых предприятий. Анализ использования элементов субъектной составляющей позволяет сделать вывод о недостаточном использовании субъектной составляющей внутреннего стратегического потенциала за последние три года.

15. Разработана концептуальная схема использования внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия, предложен комплексный научно-методический подход к использованию внутреннего стратегического потенциала, основной задачей которого является оптимизация коэффициентов использования элементов внутреннего стратегического потенциала. На основе анализа классификации экономико-математических методов и моделей в экономике по основным признакам определены характеристики и разработана модель условной нелинейной оптимизации коэффициентов использования внутреннего стратегического потенциала методом условного градиента. При помощи данной модели методом компьютерного эксперимента получены нормативные значения коэффициентов, влияющих на каждый элемент внутреннего стратегического потенциала предприятия и оптимальное значение коэффициента использования каждого элемента внутреннего стратегического потенциала.

16. На основе анализа отклонений фактических и рассчитанных нормативных значений коэффициентов, которые влияют на соответствующие показатели элементов стратегического потенциала, разработаны альтернативные решения в отношении формирования оптимального внутреннего стратегического потенциала предприятия. Для учета возможного влияния изменения факторов внешней среды торгового предприятия на реализацию решений и окончательного выбора решений в условиях неопределенности с помощью теории игр обоснованы приоритетные решения по формированию оптимального внутреннего стратегического потенциала.

Степень достоверности и апробация результатов. Диссертационная работа представляет собой самостоятельный научный труд. Все научные положения, результаты и выводы, которые изложены в диссертации и выносятся на защиту, получены лично автором. Из научных трудов, опубликованных в соавторстве, использованы только те идеи и положения, которые являются результатом личных исследований соискателя. Основные положения и результаты, изложенные в диссертации, обсуждались и получили одобрение на 37 научных и научно-практических конференциях, в Украине и за ее пределами (гг. Донецк, Симферополь, Тернополь, Херсон, Одесса, Полтава, Харьков, Тольятти, Ставрополь, Минск, Прага).

Публикации. Основные положения диссертационной работы опубликованы в 57 научных работах, из которых: 1 авторская и 3 коллективных монографии (37,56 п.л.); 25 статей в научных специализированных изданиях (11,8 п.л.); 28 тезисов докладов (5,81 п.л.). Общий объем опубликованного материала, который принадлежит автору лично, составляет 54,66 условных печатных листов.

Структура диссертационной работы определяется поставленной целью и соответствует логической последовательности решения определенных автором задач исследования. Диссертационная работа состоит из введения,

пяти разделов, содержащих 15 подразделов, заключения, списка литературы, содержащего 497 наименований и приложений (объемом 146 страниц).

Диссертация имеет следующую структуру:

Введение

1. Парадигма формирования стратегического потенциала предприятия

1.1 Исследование проблем использования стратегического управления в формировании стратегического потенциала предприятия

1.2 Сущность и структура стратегического потенциала предприятия

1.3 Концепция формирования стратегического потенциала предприятия

2. Теоретические аспекты формирования стратегического потенциала предприятия

2.1 Архитектура формирования стратегического потенциала предприятия

2.2 Концептуальные основы формирования стратегического потенциала торгового предприятия

2.3 Информационное обеспечение формирования стратегического потенциала торгового предприятия

3. Методологические аспекты анализа внешнего стратегического потенциала торгового предприятия

3.1 Методология анализа внешнего стратегического потенциала торгового предприятия

3.2 Методические подходы к анализу внешнего стратегического макропотенциала предприятия

3.3 Методология анализа внешнего стратегического микропотенциала предприятия

4. Методология планирования стратегического потенциала торгового предприятия

4.1 Методология установления стратегических целей торгового предприятия

4.2 Методология обоснования и выбора стратегий достижения целей в разрезе элементов внешнего стратегического потенциала

4.3 Методология обоснования функциональных стратегий элементов внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия

5. Методология формирования и реализации внутреннего стратегического потенциала предприятия

5.1 Методология формирования элементов объектной составляющей внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия

5.2 Методология формирования элементов субъектной составляющей внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия

5.3 Методология использования внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия

Заключение

Список литературы

Приложения

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

В первом разделе «Парадигма формирования стратегического потенциала предприятия» исследованы проблемы использования

современной концепции стратегического управления для формирования стратегического потенциала предприятия.

Анализ предпосылок возникновения и развития взглядов на основные положения концепции стратегического управления позволил четко выделить четыре этапа развития парадигмы стратегического управления, каждый из которых может рассматриваться как отдельная концепция: бюджетирование, долгосрочное планирование, стратегическое планирование, стратегическое управление.

Обоснованы основные причины несовершенства действующей системы стратегического управления предприятием в современных условиях и проблемы ее внедрения на торговых предприятиях, анализ которых свидетельствует о том, что в настоящее время отсутствуют действенные механизмы формирования стратегического потенциала торгового предприятия, а процесс стратегического управления на торговых предприятиях сегодня нельзя считать не только успешным, но и глобально внедренным.

Исследована эволюция трактовок дефиниций «потенциал предприятия» и «стратегический потенциал предприятия», выделены современные подходы к толкованию данных категорий – ресурсный, результатный, стратегический. На основе использования комплексного подхода разработаны авторские определения потенциала и стратегического потенциала предприятия как совокупности текущих и будущих возможностей предприятия по достижению стратегических целей и реализации стратегий развития за счет наиболее эффективного использования стратегических ресурсов в процессе хозяйственной деятельности. Предложена комплексная классификация стратегического потенциала.

Разработана концепция формирования стратегического потенциала предприятия как комплексная научно обоснованная идея использования внешних и формирования внутренних возможностей предприятия в области достижения стратегических целей.

Предложен комплексный подход к формированию стратегического потенциала предприятия, который на основе концепций стратегического управления, управления стратегическим маркетингом и потенциалом позволяет сформулировать концепцию формирования стратегического потенциала предприятия и сочетать современные подходы в едином подходе к определению, структуризации, формированию, оценке и использованию стратегического потенциала предприятия.

Предложена концептуальная схема формирования стратегического потенциала предприятия (рис.1), основанная на использовании комплексного подхода, которая представлена как система взаимосвязанных теоретико-методологических взглядов на понимание объекта и предмета, основных категорий, принципов, детерминант и императивов, методологии, механизмов и инструментария формирования стратегического потенциала предприятия.



Рисунок 1 – Концептуальная схема формирования стратегического потенциала предприятия (авторская разработка)

Во втором разделе «Теоретические аспекты формирования стратегического потенциала предприятия» разработана архитектура формирования стратегического потенциала предприятия (рис.2) как логическое сочетание совокупности элементов формирования стратегического потенциала предприятия на теоретическом, функциональном, процессном, методологическом и организационном уровнях с основными процессами формирования и использования стратегического потенциала предприятия.



Рисунок 2 – Архитектура формирования стратегического потенциала предприятия (авторская разработка)

В рамках предложенной концепции усовершенствовано содержание процесса планирования стратегического потенциала за счет добавления в процесс стратегического планирования этапов анализа внешнего стратегического потенциала и формирования внутреннего стратегического потенциала. Разработана система обеспечения процесса формирования стратегического потенциала предприятия, которая включает подсистемы информационного, методологического, организационного и управленческого обеспечения. Предложено понятие внешнего стратегического макропотенциала торгового предприятия как совокупности возможностей внешней среды непрямого влияния по формированию целей и реализации стратегий развития предприятия, который содержит шесть групп факторов непрямого влияния – экономические, политико-правовые, культурно-демографические, экологические, географические, технологические возможности, выделены его особенности, присущие лишь сфере розничной торговли.

Сформировано понятие и структура внешнего микропотенциала торгового предприятия, в рамках которой предложены понятия торгово-закупочного потенциала торгового предприятия как совокупности возможностей, связанных с взаимодействием предприятия с поставщиками; посреднического потенциала торгового предприятия как совокупности возможностей, связанных с управлением каналами сбыта; контактного потенциала торгового предприятия как совокупности возможностей, которые созданы взаимодействием предприятия с контактными аудиториями. Разработаны концептуальные модели формирования внешнего и внутреннего потенциала торгового предприятия.

Внутренний стратегический потенциал отображает внутренние возможности предприятия по достижению стратегических целей путем формирования и использования стратегических ресурсов. Внешний стратегический потенциал является основой для определения миссии и стратегических целей предприятия, которые, в свою очередь, являются фундаментом для формирования внутреннего стратегического потенциала. Внешний потенциал выполняет формирующую функцию для внутреннего потенциала, которая заключается в формировании стратегических целей, а внутренний потенциал выполняет стратегическую функцию, что обуславливает выбор стратегий достижения установленных стратегических целей и их реализацию.

На основе логико-когнитивного анализа и синтеза существующих научных подходов предложены определения элементов объектной и субъектной составляющих внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия: торгового, трудового, финансового, инновационного, управленческого, организационного, кадрового, маркетингового потенциалов (табл. 1).

Предложен механизм и система информационного обеспечения формирования стратегического потенциала торгового предприятия, исследованы характеристики, преимущества и недостатки новейших ИТ - технологий, сфера их возможного использования в процессе формирования

стратегического потенциала, а также проблемы внедрения информационных технологий на торговых предприятиях, предложены пути их решения.

Таблица 1 – Определения элементов внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия *(авторская разработка)*

Элемент внутреннего стратегического потенциала	Определение элемента внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия
Стратегический торговый потенциал (СТП)	Возможности роста торгового дохода за счет продажи необходимого для реализации функциональных стратегий количества товаров с целью полного удовлетворения спроса покупателей, получения дополнительных конкурентных преимуществ и повышения эффективности использования ресурсов торгового предприятия.
Стратегический трудовой потенциал (СТрП)	Имеющиеся и скрытые возможности трудового коллектива предприятия реализовывать стратегии его развития.
Стратегический финансовый потенциал (СФП)	Возможности эффективного управления финансовыми ресурсами торгового предприятия в процессе реализации стратегий достижения его целей.
Стратегический инновационный потенциал (СИП)	Возможности эффективного управления инновационной деятельностью торгового предприятия в процессе реализации стратегий достижения его целей.
Стратегический управленческий потенциал (СПУ)	Возможности отдельных руководителей и самой системы управления разрабатывать и эффективно реализовывать общие, деловые и функциональные стратегии развития для достижения внешних и внутренних целей предприятия
Стратегический организационный потенциал (СОП)	Возможности организационной структуры и схемы управления предприятием относительно содействия разработке и эффективной реализации стратегий достижения его целей
Стратегический кадровый потенциал (СКП)	Интеллектуальные, творческие, инновационные персонифицированные возможности коллектива работников способствовать достижению стратегических целей
Стратегический маркетинговый потенциал (СМП)	Совокупность маркетинговых возможностей предприятия реализовывать стратегии его развития на целевых рынках

Выделены три группы современных особенностей деятельности предприятий розничной торговли: особенности, связанные с ролью торговли в сфере обмена, особенности, связанные с основной деятельностью торговых предприятий, особенности, связанные с функциями, которые выполняют торговые предприятия – функциональные. На основе анализа выделенных особенностей определены приоритетные составляющие, которые создают наибольшие возможности для розничного торгового предприятия и, следовательно, должны служить основой формирования его стратегического потенциала.

В третьем разделе «**Методологические аспекты анализа внешнего стратегического потенциала торгового предприятия**» разработан механизм анализа стратегического потенциала торгового предприятия. Установлено, что

в процессе анализа последовательно рассматриваются сначала факторы внешнего макропотенциала, потом – микропотенциала, а результаты анализа должны быть формализованы в систему показателей, которая предоставит возможность использовать их в процессе формирования стратегического потенциала торгового предприятия. Предложено определение и механизм проведения стратегических наблюдений, обобщены источники и каналы получения информации на исследуемых предприятиях.

Проведен анализ развития внутренней торговли Донецкой области за период с 2007 по 2014 годы, результаты которого позволяют проследить замедление темпов роста объемов товарооборота в 2008 году, падение темпов роста объемов товарооборота на 26,6% в 2009 году, что было обусловлено экономическим кризисом, затем умеренный рост (11-17%) на протяжении периода с 2010 по 2012 годы, замедление темпов роста в 2013 году и резкое падение розничного товарооборота на 37,5% в 2014 году, обусловленное кризисом и военной блокадой Донбасса.

С целью устранения недостатков, выявленных в процессе исследования существующих методов анализа внешнего макропотенциала, предложено применение интегрированного метода «РСТЕГ - анализа» и использование концепции трендвотчинга (рис.3).

Разработана методика расчета желаемого и достижимого стратегического макропотенциала торгового предприятия, основанная на экспертной оценке влияния на предприятие, на отрасль и направления влияния каждого из факторов макроокружения с использованием трехбалльной шкалы (значительное – 3, умеренное – 2, низкое – 1); направленности влияния (позитивное +1, негативное -1).

Интегральный показатель влияния каждого фактора на предприятие и отрасль рассчитывается по формуле:

$$I\phi_i = \sqrt{Co_i \cdot C\pi_i} \cdot H\nu_i, \quad (1)$$

где $I\phi_i$ – интегральный показатель степени влияния i -го фактора на предприятие и отрасль;

Co_i – показатель степени влияния i -го фактора макроокружения на отрасль;

$C\pi_i$ – показатель степени влияния i -го фактора на предприятие;

$H\nu_i$ – направленность влияния i -го фактора (+1 или -1).

Предложенная методика дает возможность осуществлять количественную оценку стратегического макропотенциала предприятия и использует трендвотчинг как инструмент стратегического прогнозирования, который позволяет установить прогнозные значения и вероятность тренда интегрального показателя влияния каждого фактора на предприятие и отрасль через 3 и 5 лет.

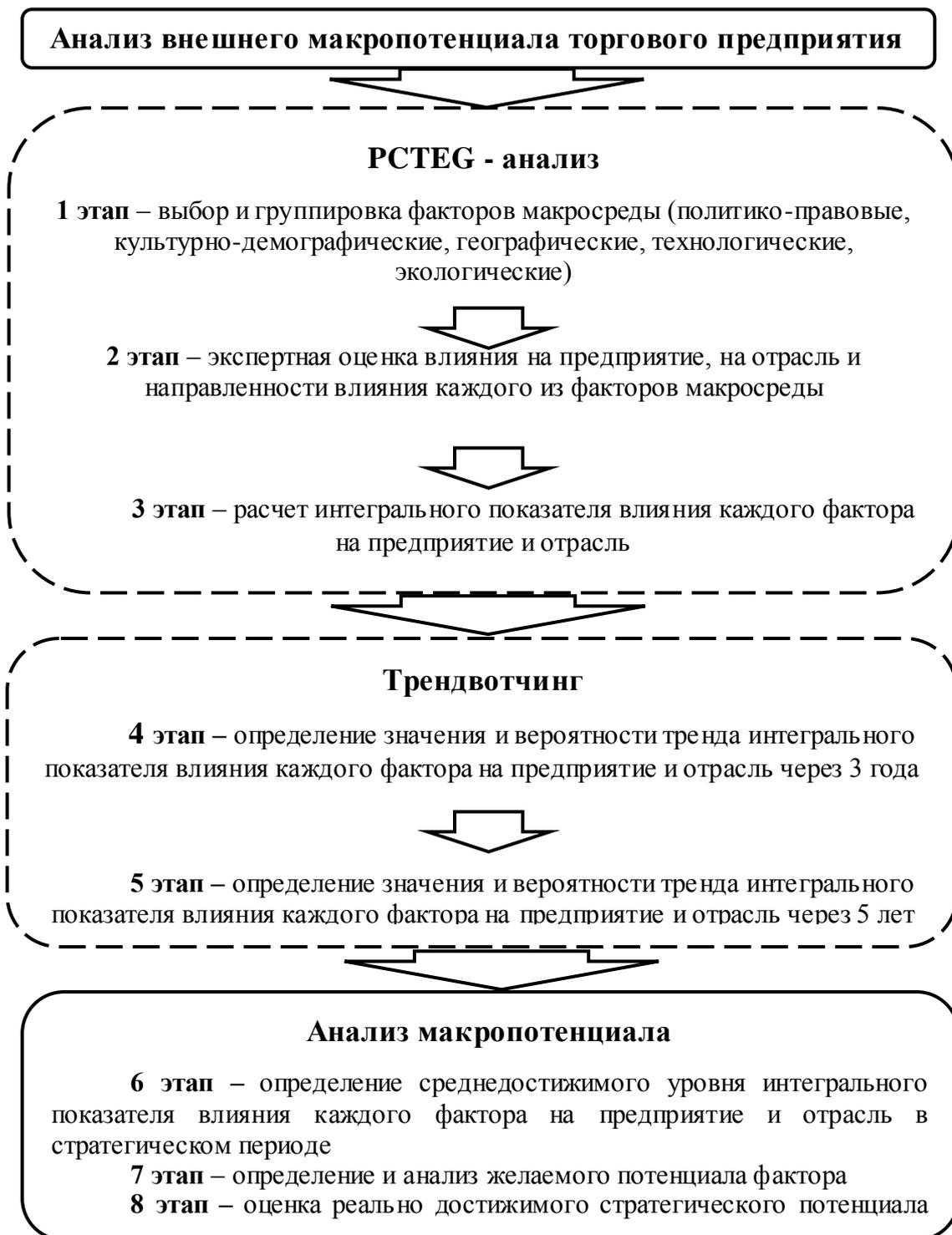


Рисунок 3 – Процесс анализа внешнего макропотенциала торгового предприятия (*авторская разработка*)

Выполнен анализ коэффициентов использования стратегического макропотенциала для исследуемых торговых предприятий Донецкого региона.

Разработаны структура и методики расчетов рыночного, торгово-закупочного, посреднического, контактного, конкурентного потенциалов торгового предприятия, проведен их анализ на примере исследуемых торговых предприятий, который показал недостаточное использование всех элементов внешнего стратегического потенциала (табл.2, рис. 4).

Таблица 2 – Обобщенные результаты анализа внешнего стратегического потенциала торговых предприятий

Предприятие	Элемент внешнего стратегического потенциала				
	Рыночный потенциал	Торгово-закупочный потенциал	Посреднический потенциал	Контактный потенциал	Конкурентный потенциал
ООО "Торговый дом "Амстор"	1,271	1,079	1,026	1,002	1,031
ООО "ТЦ "Обжора"	1,130	1,069	1,048	1,001	1,025
ООО "АТБ-маркет"	1,267	1,086	1,041	1,002	1,014
Предприятие	Коэффициенты использования элементов внешнего стратегического потенциала				
	Кирп	Китзп	Кипп	Кикп	Киконк
ООО "Торговый дом "Амстор"	0,814	0,945	0	0,836	0,970
ООО "ТЦ "Обжора"	0,895	0,949	0	0,907	0,970
ООО "АТБ-маркет"	0,874	0,942	0	0,831	0,990

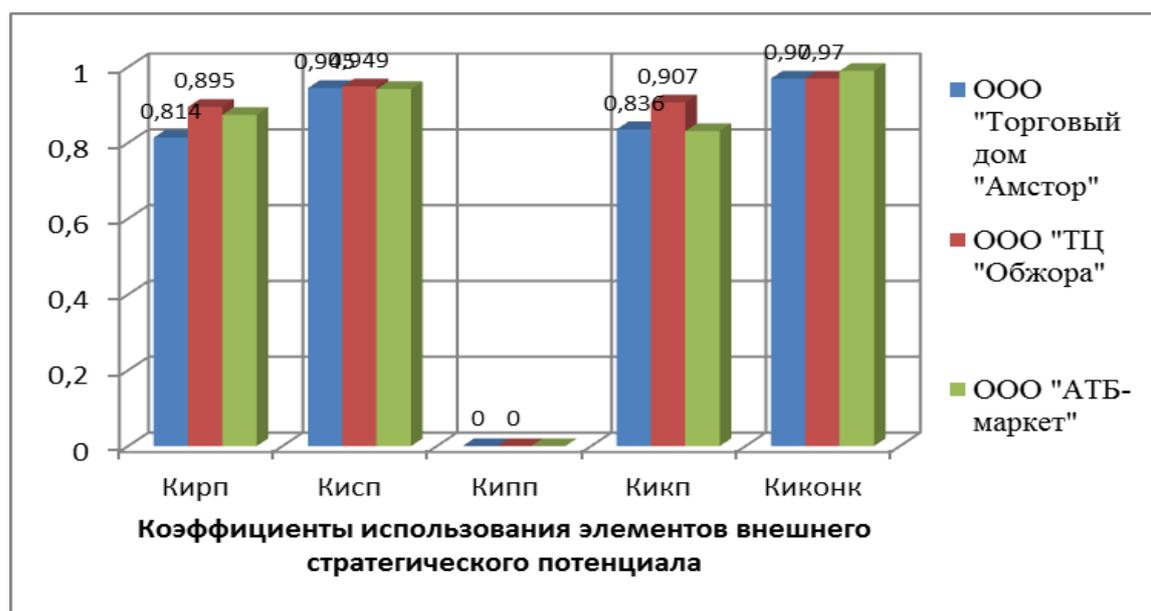


Рисунок 4 – Коэффициенты использования элементов внешнего стратегического потенциала исследуемых торговых предприятий

В четвертом разделе «Методология планирования стратегического потенциала торгового предприятия» исследованы методология установления

целей, разработки и выбора стратегических альтернатив и функциональных стратегий элементов внутреннего стратегического потенциала предприятия.

Для повышения качества формирования целей в работе предложен механизм формирования и выбора стратегических целей торгового предприятия и модель процесса формирования внешних стратегических целей предприятия на основе его внешнего стратегического потенциала (рис. 5).

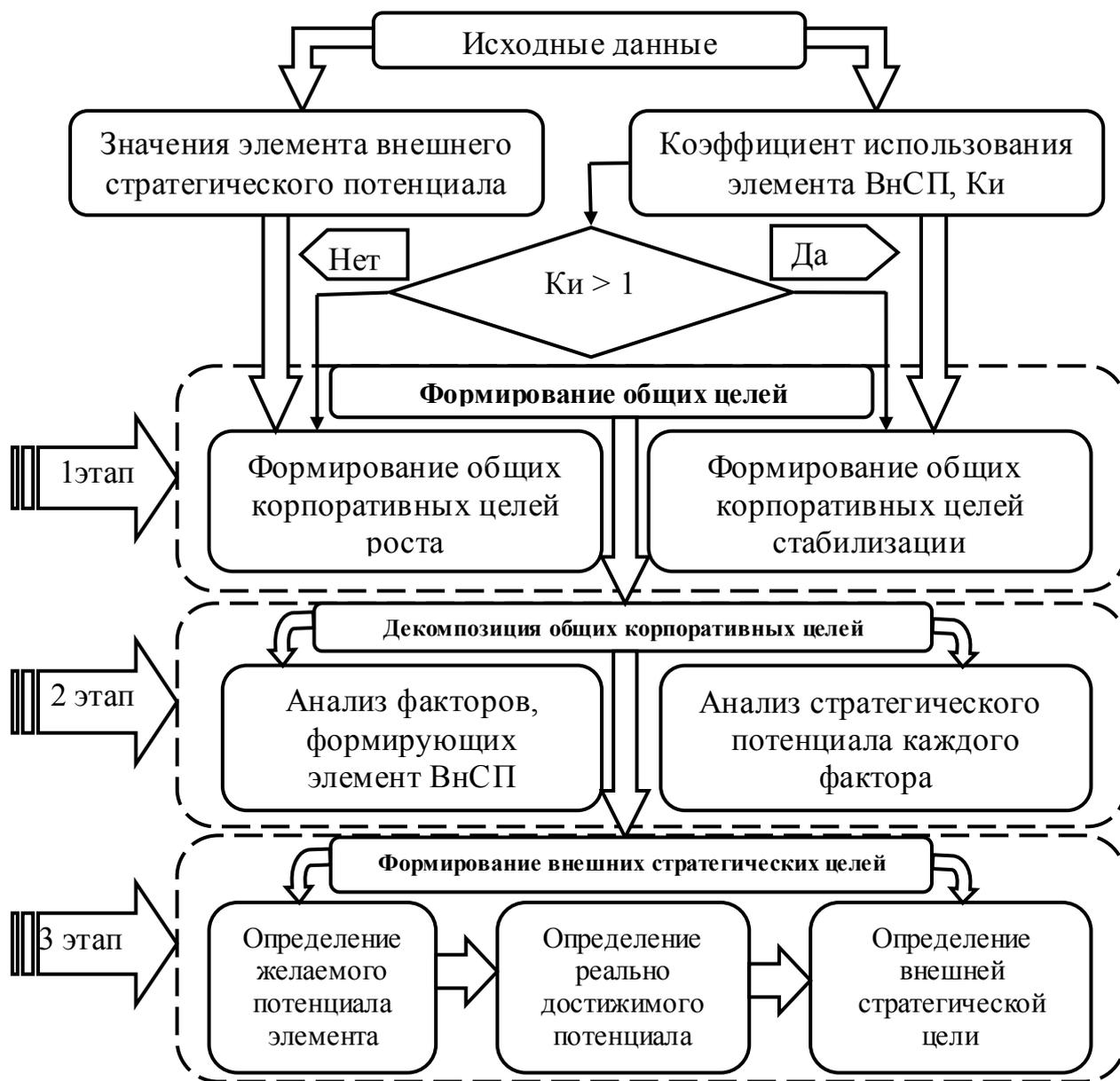


Рисунок 5 - Модель процесса формирования внешних стратегических целей предприятия на основе стратегического потенциала (авторская разработка)

Неопределенность механизма установления и выбора стратегических целей в экономической литературе обусловила проведение исследования формирования и выбора внешних стратегических целей на предприятиях розничной торговли продуктами питания методом анкетирования топ-менеджеров торговых сетей относительно процессов формирования и выбора

стратегических целей. В целом было исследовано 9 торговых сетей, которые осуществляют торговлю продуктами питания в Донецком регионе (253 магазина) форматов «гипермаркет», «супермаркет», «дискаунтер», «магазин около дома», были получены анкеты от 419 менеджеров. Результаты анализа, интерпретированные на основе разработанной шкалы показали низкое качество процессов обоснования, формирования и выбора стратегических целей на исследованных предприятиях.

На основе исходных данных, в качестве которых выступают значения соответствующего элемента внешнего стратегического потенциала и коэффициента его использования, формируются общие корпоративные цели относительно каждого элемента внешнего стратегического потенциала (ВнСП). Если коэффициент использования соответствующего элемента больше, чем единица, предприятие формирует корпоративную цель стабилизации, если меньше – цель роста (для приближения коэффициента использования потенциала к единице).

Декомпозиция общих корпоративных стратегических целей предусматривает анализ факторов, формирующих соответствующий элемент внешнего стратегического потенциала и потенциалов каждого фактора. При этом анализируются средние и максимальные значения за стратегический период три или пять лет (торгово-закупочный потенциал); стратегическая перспективность фактора (посреднический потенциал); направленность влияния фактора на элемент внешнего стратегического потенциала (макропотенциал, контактный потенциал); рыночная доля предприятия (рыночный, конкурентный потенциалы), что подтверждает целесообразность использования комплексного подхода к формированию стратегического потенциала торгового предприятия.

На основе анализа желаемых и реально достижимых значений потенциалов факторов, влияющих на формирование каждого элемента внешнего стратегического потенциала предприятия, были сформированы внешние стратегические цели предприятия, которые имеют количественное значение, направленность на рост или стабилизацию деятельности предприятия, учитывают прогнозные значения потенциалов в стратегическом периоде и отвечают всем требованиям к стратегическим целям и основным положениям разработанной концепции формирования стратегического потенциала торгового предприятия.

Исследованы современные подходы к формированию критериев выбора стратегических целей предприятия – комплементарный, целевой, количественный, стимулирующий, подход SMART. В пределах использования комплексного подхода к формированию стратегического потенциала торгового предприятия предложен комплексный подход к формированию критериев выбора стратегических целей "SMART+" (рис.6), который объединяет все существующие подходы. С использованием подхода "SMART+" и шкалы принятия решений осуществлен выбор стратегических целей для исследуемых предприятий.

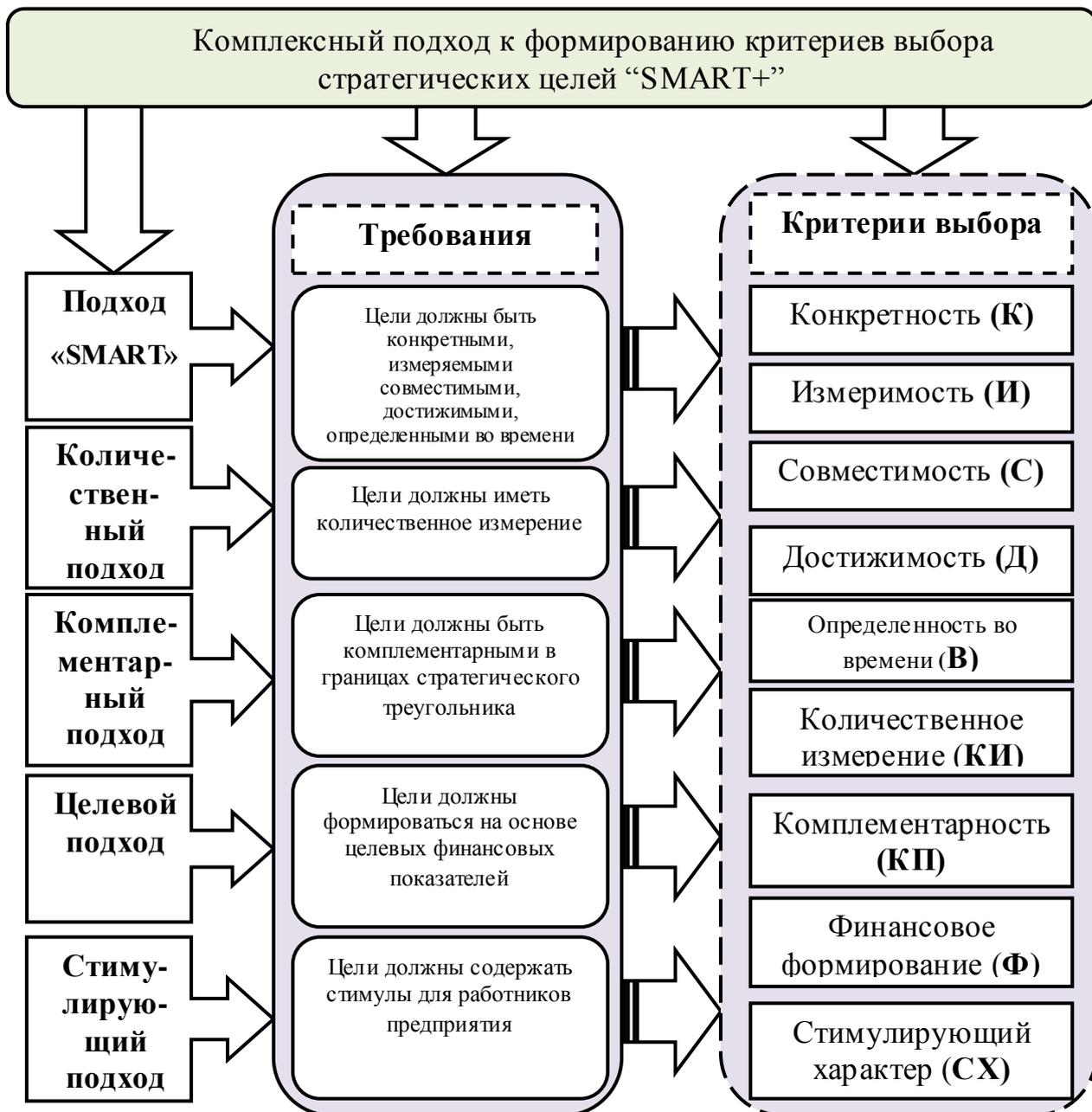


Рисунок 6 – Формирование критериев выбора стратегических целей на основе подхода «SMART+» (авторская разработка)

Анализ результатов исследования, посвященного формированию портфеля стратегических альтернатив, позволил сделать вывод, что предприятия или не используют современные научно-методические подходы, или используют лишь отдельные их элементы. Отсутствие действенного подхода к разработке стратегических альтернатив в современной экономической литературе и результаты проведенного исследования стали основанием для разработки механизма формирования стратегических альтернатив достижения общих целей элементов внешнего стратегического потенциала торгового предприятия (рис. 7).

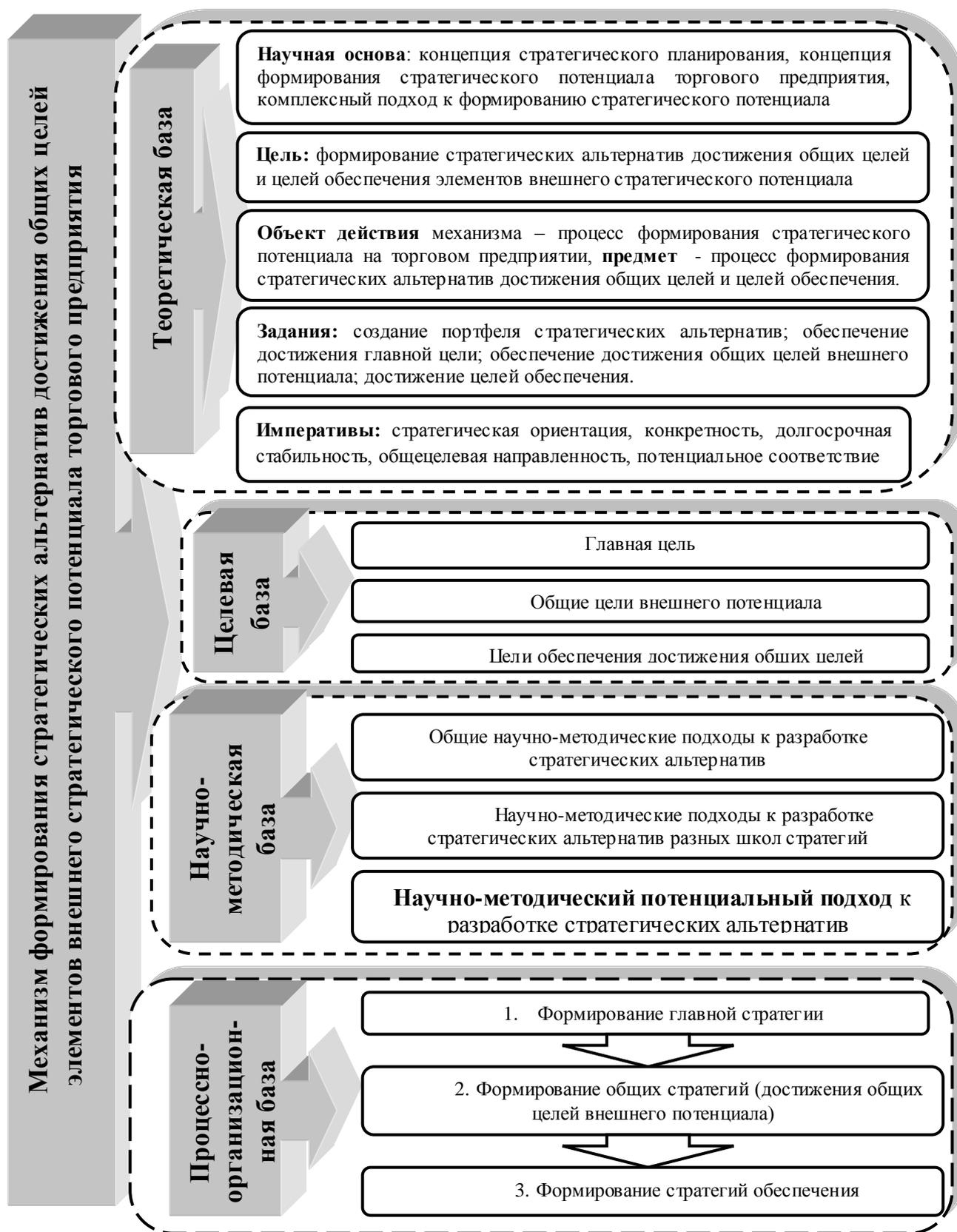


Рисунок 7 – Механизм формирования стратегических альтернатив достижения общих целей элементов внешнего потенциала (авторская разработка)

В рамках разработанного механизма предложен научно-методический подход к формированию стратегических альтернатив на основе стратегического

потенциала, с помощью которого были сформированы общие стратегии элементов внешнего потенциала исследуемых предприятий и стратегии их обеспечения.

Обобщены подходы к определению критериев выбора стратегических альтернатив в современной экономической литературе и разработан комплексный подход к формированию критериев выбора стратегических альтернатив. При помощи правила Фишберна был определен удельный вес каждого из второстепенных критериев выбора стратегических альтернатив и предложена шкала оценивания стратегических альтернатив по критериям выбора (табл.3).

Таблица 3 – Определение удельного веса и шкала оценивания стратегических альтернатив по критериям выбора (авторская разработка)

Критерий выбора стратегических альтернатив	Ранг критерия	Удельный вес критерия Q_i	Максимальное значение критерия $K_{max} = 3Q_i$
Приоритетные критерии			
Соответствие внешнему стратегическому потенциалу (СП)	1	1	3
Соответствие общим целям элементов ВнСП (СЦ)	1	1	3
Максимальная оценка по приоритетным критериям			6
Второстепенные критерии			
Достижимость (Д)	4	0,14	0,42
Совместимость (С)	5	0,11	0,33
Согласованность (Со)	6	0,08	0,25
Риск реализации (Р)	7	0,06	0,17
Экономическая эффективность (Э)	3	0,17	0,51
Обеспечение роста торгового дохода (ТД)	1	0,22	0,67
Согласованность с владельцами предприятия (СВ)	2	0,19	0,58
Согласованность с персоналом предприятия (СПП)	8	0,03	0,08
Максимальная оценка по второстепенным критериям			3
Шкала оценивания результатов выбора стратегических альтернатив			
Интервалы среднего значения степени соответствия стратегии критериям выбора $CC = K / K_{max}$	Стратегия отвечает приоритетным и большинству второстепенных критериев и будет реализовываться	Стратегия отвечает приоритетным и некоторым второстепенным критериям и будет реализовываться	Стратегия не отвечает приоритетным или большинству второстепенных критериев и не будет реализовываться
0,8-1	+		
0,6-0,8		+	
0-0,6			+

Разработан механизм выбора стратегических альтернатив на основе предложенного комплексного подхода. Предложенный подход к разработке функциональных стратегий и концепция формирования стратегического потенциала предполагают, что функциональные стратегии должны четко отвечать элементам концептуальной модели формирования внутреннего потенциала.

Разработан механизм формирования функциональных стратегий элементов внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия. На основе предложенного научно-методического подхода к формированию стратегических альтернатив на основе потенциала разработан потенциально - функциональный научно-методический подход к формированию функциональных стратегий элементов внутреннего стратегического потенциала.

В результате сформированы функциональные стратегии элементов внутреннего стратегического потенциала исследуемых торговых предприятий и при помощи механизма выбора функциональных стратегий элементов внутреннего стратегического потенциала с использованием комплексного подхода к формированию критериев выбора стратегических альтернатив произведен выбор функциональных стратегий элементов внутреннего стратегического потенциала. Степень соответствия критериям выбора функциональных стратегий элементов внутреннего стратегического потенциала одного из исследуемых предприятий показана на рисунке 8.



Рисунок 8 - Результаты анализа степени соответствия функциональных стратегий элементов внутреннего стратегического потенциала критериям выбора для ООО «Торговый дом «Амстор»

В пятом разделе **«Методология формирования и реализации внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия»** разработан механизм формирования внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия (рис.9).



Рисунок 9 – Механизм формирования внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия ВСП (авторская разработка)

Предложен комплексный подход к формированию элементов внутреннего стратегического потенциала, который позволил сформировать элементы внутреннего стратегического потенциала на основе требований, которые выдвигают соответствующие функциональные стратегии, и определить необходимые для реализации функциональных стратегий значения элементов внутреннего стратегического потенциала.

Разработаны методики расчета элементов объектной составляющей внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия – торгового, трудового, финансового и инновационного потенциалов, рассчитаны их фактические и нормативные значения для исследуемых предприятий (табл.4, рис.10).

Таблица 4 – Анализ стратегического торгового потенциала торговых сетей

Название предприятия	Нормативное значение СТП, %	Фактическое значение СТП, %	Отклонение СТП, %	Коэффициент использования СТП
ООО «Торговый дом «Амстор»	7,062	5,618	-1,444	0,796
ООО «ТЦ «Обжора»	5,670	5,218	-0,452	0,920
ООО «АТБ-маркет»	7,450	3,880	-3,570	0,521

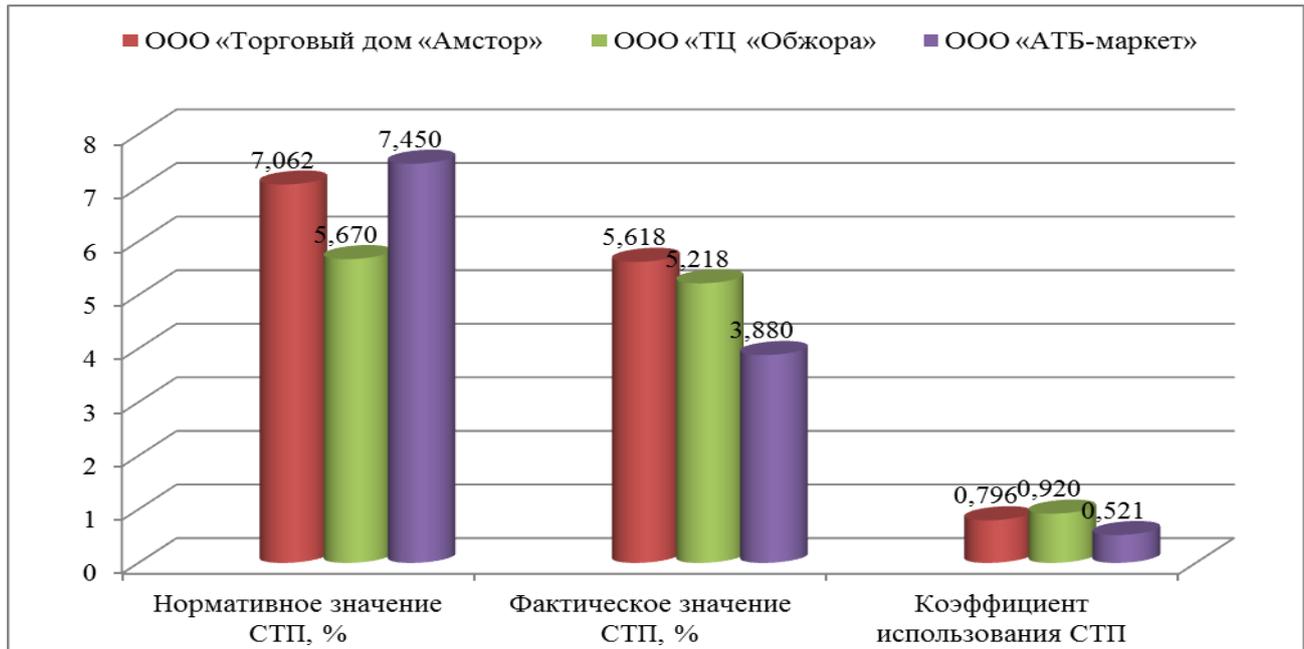


Рисунок 10 – Нормативные, фактические значения и коэффициент использования стратегического торгового потенциала торговых сетей

На основе анализа существующих подходов к определению структуры элементов субъектной составляющей внутреннего стратегического потенциала предложена авторская структура субъектной составляющей внутреннего

стратегического потенциала (рис.11), в основу которой положен предложенный комплексный подход к формированию стратегического потенциала, то есть возможности реализации функциональных стратегий соответствующего элемента внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия.

Разработаны методики расчета элементов субъектной составляющей внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия – управленческого, организационного, кадрового, маркетингового потенциалов, рассчитаны их фактические и нормативные значения для исследуемых предприятий.



Рисунок 11 – Структура элементов субъектной составляющей внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия (авторская разработка)

Для определения зависимости каждого элемента субъектной составляющей внутреннего стратегического потенциала от элементов объектной составляющей была использована многофакторная эконометрическая математическая модель, которая представляет собой систему уравнений множественной многофакторной линейной регрессии:

$$\begin{cases} y_y = 3,35x_1 + 0,99x_2 + 0,69x_3 + 2,7x_4; \\ y_o = 3,09x_1 + 0,6x_2 + 0,31x_3 - 1,6x_4; \\ y_k = 6,6x_1 + 0,5x_2 + 1,13x_3 + 0,3x_4; \\ y_m = 4,4x_1 + 0,7x_2 - 0,17x_3 - 0,8x_4. \end{cases} \quad (2)$$

где y_y, y_o, y_k, y_m – элементы субъектной составляющей ВСП (управленческий, организационный, кадровый, маркетинговый потенциалы);

$a_1, a_2, \dots, a_i; b_1, b_2, \dots, b_i; c_1, c_2, \dots, c_i; d_1, d_2, \dots, d_i$ – коэффициенты множественной регрессии;

x_1, x_2, x_3, x_4 – фактические значения элементов объектной составляющей ВСП (торгового, трудового, финансового, инновационного потенциалов).

С использованием полученных с помощью математической модели уравнений связи с элементами объектной составляющей внутреннего стратегического потенциала были рассчитаны нормативные значения элементов субъектной составляющей для исследуемых торговых сетей. Анализ использования элементов субъектной составляющей исследуемых торговых сетей позволил сделать вывод о недостаточном использовании исследуемыми предприятиями управленческого, организационного, кадрового и маркетингового потенциалов и в целом субъектной составляющей внутреннего стратегического потенциала за последние три года.

Предложены концептуальная схема использования внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия и комплексный научно-методический подход к использованию внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия, основной задачей которого является оптимизация коэффициентов использования его элементов.

Сложность процесса разработки альтернативных решений, направленных на повышение степени использования элементов внутреннего стратегического потенциала, большое количество факторов, которые влияют на принятие решений, обусловили использование экономико-математической модели оптимизации коэффициентов использования элементов внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия. На основе анализа классификации экономико-математических методов и моделей в экономике по основным признакам определены характеристики и разработана модель условной нелинейной оптимизации коэффициентов использования внутреннего стратегического потенциала методом условного градиента:

$$\begin{cases} \Pi_i = f(k_1, k_2, \dots, k_n) \rightarrow \Pi_{\max}; i = 1, \dots, m; k = 1, \dots, n; \\ \left| \begin{array}{l} g_1 \leq k_1 \leq j_1 \\ D = g_2 \leq k_1 \leq j_2 \\ \dots \\ g_n \leq k_1 \leq j_n \end{array} \right| \end{cases} \quad (3)$$

где Π_i – целевая функция элемента субъектной составляющей внутреннего стратегического потенциала;

Π_{\max} – максимальное (нормативное) значение целевой функции элемента ВСП;

$i=1...m$ – совокупность элементов субъектной составляющей внутреннего стратегического потенциала;

$k = 1...n$ – совокупность коэффициентов, которые влияют на i - тый элемент ВСП;

D – совокупность ограничений коэффициентов, которые влияют на i - тый элемент ВСП;

$g_1...g_n$ – минимальные ограничения коэффициентов, которые влияют на i - тый элемент ВСП;

$j_1...j_n$ – максимальные ограничения коэффициентов, которые влияют на i - тый элемент внутреннего стратегического потенциала.

Рабочий вид модели:

$$\left\{ \begin{array}{l} СПУ = (0,33\sqrt{К_{оу} \cdot К_{о}} + 0,19\sqrt[4]{К_{нл} \cdot К_{пл} \cdot К_{нк} \cdot К_{пкс}} + 0,48\sqrt{К_{кму} \cdot К_{пру}}) / К_{испу}; \\ СОП = (0,24\sqrt[3]{К_{кз} \cdot К_{сз} \cdot К_{кс}} + 0,18\sqrt[4]{К_{нок} \cdot К_{пок} \cdot К_{сок} \cdot К_{сс}} + \\ + 0,58\sqrt[4]{К_{оэ} \cdot К_{сэ} \cdot К_{дп} \cdot К_{ддк}}) / К_{исоп}; \\ СКП = (0,24\sqrt{К_{ор} \cdot К_{нр}} + 0,28\sqrt[3]{К_{та} \cdot К_{нта} \cdot К_{ди}} + 0,48\sqrt[3]{К_{со} \cdot К_{дк} \cdot К_{пк}}) / К_{искп}; \quad (4) \\ СМП = (0,43\sqrt[4]{К_{ктп} \cdot К_{кцп} \cdot К_{ккп} \cdot К_{ккр}} + 0,32\sqrt{К_{кпм} \cdot П_{тпм}} + \\ + 0,25\sqrt{К_{амк} \cdot К_{нкм}}) / К_{исмп}. \end{array} \right.$$

При помощи данной модели методом компьютерного эксперимента с применением инструмента «Поиск решения» операционной системы Microsoft Excel были получены нормативные значения коэффициентов, влияющих на каждый элемент внутреннего стратегического потенциала предприятия и оптимальное значение коэффициента использования каждого элемента. На основе анализа отклонений фактических и рассчитанных нормативных значений коэффициентов, которые влияют на соответствующие показатели элементов стратегического потенциала, разработаны альтернативные решения в отношении формирования оптимального внутреннего стратегического потенциала исследуемых предприятий.

Для учета возможного влияния изменения факторов внешней среды торгового предприятия на реализацию решений и окончательного выбора решений в условиях неопределенности с помощью теории игр обоснованы приоритетные решения по формированию оптимального внутреннего стратегического потенциала.

В заключение были рассчитаны прогнозируемые размеры повышения торгового дохода торговых сетей форматов «супермаркет», «дискаунтер» и «магазин у дома» (табл.5, рис.12) в результате реализации приоритетных решений по формированию оптимального внутреннего стратегического потенциала, достижения частными показателями стратегического потенциала

нормативных значений и в случае достижения внешних стратегических целей торговой сети за счет реализации функциональных стратегий всех элементов внутреннего стратегического потенциала.

Таблица 5 – Прогнозируемый через 3 года рост торгового дохода сетей разных форматов в результате реализации стратегического потенциала

Формат сети	Название предприятия	Средний фактический рост до 2014 года	Прогнозируемый рост торгового дохода, %		
			За счет внешнего потенциала	За счет внутреннего потенциала	Суммарный рост торгового дохода
Супермаркет	ООО «Торговый дом «Амстор»	5,84	14,2	7,1	21,3
	ООО ТЦ «Обжора»	9,11	11,8	6,3	18,1
Дискаунтер	ООО «АТБ-маркет»	32,81	21,7	24,5	46,2
	ООО «Украинский ритейл»	22,12	17,9	12,2	30,1
Магазин у дома	ООО «Сегмент»	5,5	5,8	6,4	12,2
	ООО «Горняк»	11,9	7,2	10,1	17,3

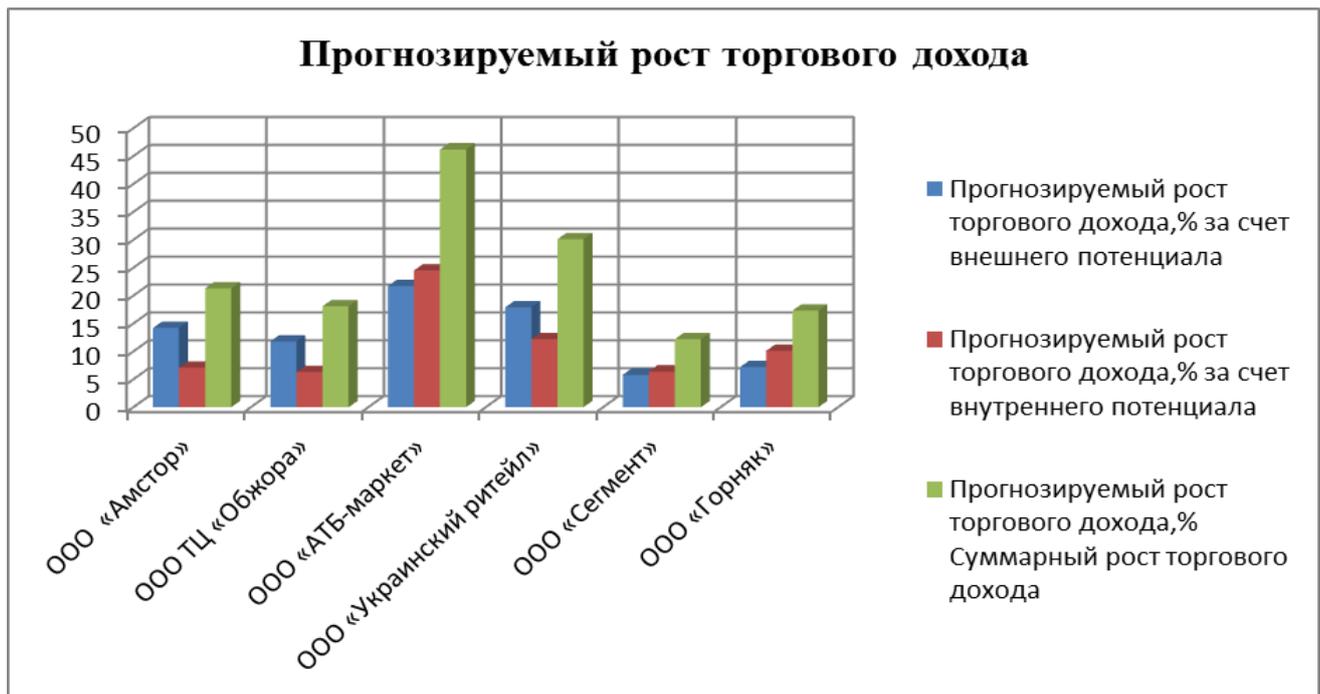


Рисунок 12 – Прогнозируемый рост торгового дохода торговых сетей разных форматов в результате реализации стратегического потенциала

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В диссертационной работе представлено комплексное решение проблемы формирования стратегического потенциала торгового предприятия на основе обоснования новых теоретико-методологических подходов и разработки механизмов формирования и использования возможностей достижения стратегических целей. К основным научным результатам, полученным в результате исследования, относятся:

1. Исследование сущности и эволюции современного стратегического управления предприятием позволило обосновать причины несовершенства действующей системы стратегического управления предприятием в современных условиях и проблемы ее внедрения на торговых предприятиях. На основе синтеза научных подходов предложено определение и разработана комплексная классификация стратегического потенциала предприятия. Разработана концепция формирования стратегического потенциала предприятия и предложен комплексный подход к формированию стратегического потенциала, который позволяет сочетать современные подходы при определении, структуризации, формировании, оценке и использовании стратегического потенциала предприятия.

2. На основе сочетания теоретического, процессного, функционального, методологического и организационного уровней формирования и использования потенциала обоснована архитектура формирования стратегического потенциала предприятия и система обеспечения формирования стратегического потенциала, предложены понятия торгово-закупочного, посреднического, контактного потенциалов торгового предприятия. Разработаны концептуальные модели формирования внешнего и внутреннего потенциала торгового предприятия. На основе анализа и синтеза существующих научных подходов предложены определения элементов объектной и субъектной составляющих внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия: торгового, трудового, финансового, инновационного, управленческого, организационного, кадрового, маркетингового потенциалов.

3. Разработан механизм анализа стратегического потенциала торгового предприятия, предложено определение и механизм проведения стратегических наблюдений, обоснована методика расчета желаемого и достижимого стратегического макропотенциала торгового предприятия. Разработаны методики расчетов рыночного, торгово-закупочного, посреднического, контактного, конкурентного потенциалов торгового предприятия, проведен их анализ на примере исследуемых торговых сетей, который показал недостаточное использование всех элементов внешнего стратегического потенциала.

4. Предложены механизмы формирования и выбора стратегических целей торгового предприятия, стратегических альтернатив и функциональных стратегий, модель процесса формирования внешних стратегических целей предприятия на основе его внешнего стратегического потенциала. В пределах

использования комплексного подхода к формированию стратегического потенциала торгового предприятия предложены комплексный подход к формированию критериев выбора стратегических целей "SMART+", комплексный потенциальный подход к выбору стратегических альтернатив и потенциально-функциональный подход к формированию и выбору функциональных стратегий элементов внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия.

5. Обоснован механизм формирования внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия на основе требований функциональных стратегий. Разработаны методики расчета элементов объектной составляющей внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия – торгового, трудового, финансового и инвестиционного потенциалов и элементов субъектной составляющей внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия – управленческого, организационного, кадрового, маркетингового потенциалов торгового предприятия. Разработана концептуальная схема управления использованием внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия, предложен комплексный научно-методический подход к управлению использованием внутреннего стратегического потенциала, основной задачей которого является оптимизация коэффициентов использования его элементов. На основе анализа классификации экономико-математических методов и моделей в экономике по основным признакам определены характеристики и разработана модель условной нелинейной оптимизации коэффициентов использования внутреннего стратегического потенциала методом условного градиента. С помощью теории игр обоснованы приоритетные решения по формированию оптимального внутреннего стратегического потенциала исследуемых предприятий.

В целом, цель диссертационного исследования можно считать достигнутой, а задачи – решенными. Среди направлений дальнейших исследований в области формирования стратегического потенциала следует выделить совершенствование методологических основ управления элементами внутреннего стратегического потенциала в текущем и оперативном периодах, в частности разработку механизмов текущего планирования и оперативного управления реализацией стратегического потенциала торгового предприятия.

СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Монографии:

1. Алексеев, С. Б. Управление стратегическим потенциалом торгового предприятия : теория и методология [Текст] : монография / С.Б. Алексеев. – Донецк: ДонНУЭТ имени М. Туган-Барановского; Краматорск: Каштан, 2015. – 492с.
2. Механізми стабілізації й розвитку діяльності підприємств [Текст]: монографія / на ред. О.О. Шубіна, Л.В. Фролової. – Донецьк: Ноулідж, 2013. – 513с.

Личный вклад соискателя: разработаны основы формирования стратегического потенциала устойчивого развития деятельности предприятий (1,87 п.л.).

3. Современные императивы экономического управления предприятиями на потребительском рынке: Украина, Россия, Беларусь [Текст] : монография / Под ред. Л.И. Донец. – Донецк: ДонНУЭТ, 2013. – 392с.

Личный вклад соискателя: разработан комплексный подход к моделированию архитектуры управления стратегическим потенциалом предприятия (0,62 п.л.).

4. Alekseev, S. B. Definition of category is “strategic potential of enterprise” [Текст] / S.B. Alekseev etc. // Actual problems of consumer market development: monograph. – Saint - louis, MO, USA: Publishing House Science and Innovation Center, 2013. – 228р.

Личный вклад соискателя: предложено определение и усовершенствована классификация стратегического потенциала предприятия (0,6 п.л.).

Статьи в специализированных изданиях:

5. Алексеев, С. Б. Методы оценки экономического потенциала предприятия [Текст] / С.Б. Алексеев // Економіка: проблеми теорії та практики: зб. наук. пр. – 2008. – Вип. 243. – С. 970-975.

6. Алексеев, С. Б. Сущность и проблемы стоимостной оценки гудвилла [Текст] / С.Б. Алексеев, О.О. Раенкова // Економіка: проблеми теорії та практики. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2010. – Вип. 260. – С. 1144 – 1150.

Личный вклад соискателя: разработаны теоретические основы оценки гудвилла как элемента стратегического потенциала предприятия (0,22 п.л.).

7. Алексеев, С.Б. Сутність економічної стабілізації [Текст] / С.Б. Алексеев // Торгівля і ринок Українцетат. зб. наук. пр. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2011. – Вип. 31. – Т. 1. – С.75-79.

8. Алексеев, С.Б. Концептуальные основы устойчивого развития предприятия [Текст] / С.Б. Алексеев, Н.И. Головинов // Современный научный вестник. Сер.: Экономические науки.- Белгород: Роснаучкнига, 2012. – №5 (117) – С. 33-37.

Личный вклад соискателя: предложены основы планирования устойчивого развития предприятия с использованием стратегического потенциала (0,17п.л.).

9. Алексеев, С.Б. Визначення поняття стратегічного потенціалу підприємства [Текст] / С.Б. Алексеев // Розвиток сучасної логістико-орієнтованої економіки: зб. наук. пр. Донецького державного університету управління. Сер.: Економіка. – Донецьк: ДонДУУ, 2012. – Вип. 227. – т. XIII. – С.50-54.

10. Алексеев, С. Б. Проблемы впровадження інформаційних технологій в процес управління стратегічним потенціалом торговельного підприємства [Текст] / С.Б. Алексеев // Стратегія і механізми регулювання промислового розвитку: зб. наук. пр. Інституту економіки промисловості НАН України. – Донецьк, 2012. – С.99-112.

11. Алексеев, С. Б. Функціональний рівень архітектури управління стратегічним потенціалом підприємства [Текст] / С.Б. Алексеев // Академічний огляд: зб. наук. пр. Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля. Сер.: Економіка і підприємництво. – Дніпропетровськ, 2013. – №2(39). – С.73-80.
 12. Алексеев, С.Б. Комплексний підхід до визначення поняття потенціалу підприємства [Текст] / С.Б. Алексеев // Вчені записки Харківського інституту управління. – Харків: ХІУ, 2013. – Вип. 34. – С.55-58.
 13. Алексеев, С. Б. Особливості формування зовнішнього стратегічного потенціалу торговельного підприємства [Текст] / С.Б. Алексеев // Інноваційна економіка: всеукр. наук.-виробн. журн. – Тернопіль: ТАЙП, 2013. – №1(39). – С. 83-86.
 14. Алексеев, С. Б. Завдання та проблеми стратегічного управління торговельним підприємством [Текст] / С.Б. Алексеев // Вісник Запорізького національного університету. Сер.: Економічні науки: зб. наук. пр. – Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2013. – 208с. – № 2(18). – С. 5-9.
 15. Алексеев, С. Б. Концептуальна модель формування стратегічного потенціалу торговельного підприємства [Текст] / С.Б. Алексеев // Європейський вектор економічного розвитку. Сер.: Економічні науки. – Дніпропетровськ, 2013. – №2(15). – С. 17-25.
 16. Алексеев, С. Б. Концепція управління стратегічним потенціалом підприємства [Текст] / С.Б.Алексеев // Економіка і регіон: наук. журн. Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка. – Полтава, 2013. – №4 (41). – С. 92-99.
 17. Алексеев, С. Б. Формування механізму інформаційного забезпечення управління стратегічним потенціалом торговельного підприємства [Текст] / С.Б. Алексеев // Економічний часопис – ХХІ: наук. журн. Інституту суспільної трансформації та інституту світової економіки і міжнародних відносин НАН України. – Київ, 2013. – № 11-12(2). – С.60-63.
 18. Алексеев, С. Б. Механізм аналізу зовнішнього стратегічного потенціалу підприємства [Текст] / С.Б. Алексеев // Вісник соціально-економічних досліджень: наук. журн. Одеського національного економічного університету. – Одеса, 2014 – №1(52). – С. 179-184.
 19. Алексеев, С. Б. Формування стратегічних альтернатив торговельної мережі на підставі її стратегічного потенціалу [Електронний ресурс] / С.Б. Алексеев // Ефективна економіка: електр. наук. журн. – 2014. – № 5. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua>.
 20. Алексеев С. Б. Аналіз постачальницького потенціалу торговельної мережі [Текст] / С.Б. Алексеев // Економіка розвитку. – Харків: ХНЕУ, 2014. – №2(70). – С.39-43.
 21. Фролова, Л.В. Стратегічні спостереження в процесі аналізу стратегічного потенціалу торговельного підприємства [Текст] / Л.В. Фролова, С.Б. Алексеев // Бізнес-інформ. – Харків: ІНЖЕК, 2014. – №4(435). – С. 235-239.
- Личный вклад соискателя:* разработан механизм проведения стратегических наблюдений (0,19 п.л.).

22. Алексеев, С.Б. Методичний підхід до аналізу зовнішнього стратегічного макропотенціалу торговельного підприємства [Текст] / С.Б. Алексеев // Науковий вісник Буковинського державного фінансово-економічного університету. Сер.: Економічні науки. – Чернівці, 2014. – №26. – С. 47-54.

23. Алексеев, С.Б. Визначення ринкового потенціалу торговельного підприємства [Текст] / С.Б. Алексеев // Вісник Вінницького політехнічного інституту. – Вінниця, 2014. – № 4. – С.36-39.

24. Алексеев, С.Б. Визначення поняття «Ресурсний потенціал підприємства» [Текст] / С.Б. Алексеев, Є.І. Жебокритський // Держава та регіони: наук. журн. Сер.: Економіка та підприємництво. – Запоріжжя, 2014. – №2 (77). – С.53-56.

25. Алексеев, С.Б. Механізм формування і вибору стратегічних цілей торговельної мережі на підставі аналізу її зовнішнього стратегічного потенціалу [Текст] / С.Б. Алексеев // Mechanism of Economic Regulation. – 2014. – №2. – С.88-95.

26. Алексеев, С.Б. Вибір стратегічних альтернатив на підставі стратегічного потенціалу торговельного підприємства [Текст] / С.Б. Алексеев // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2014. – № 4. – С. 62-67.

27. Алексеев, С.Б. Механізм формування функціональних стратегій елементів внутрішнього стратегічного потенціалу торговельного підприємства [Електронний ресурс] / С.Б. Алексеев // Ефективна економіка: електр. наук. журн. – 2014. – № 5. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua>.

28. Алексеев, С.Б. Формування визначень елементів суб'єктної складової внутрішнього стратегічного потенціалу підприємства [Текст] / С.Б. Алексеев // Торгівля і ринок України: темат. зб. наук. пр. – Вип. 38. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2014. – С.117-124.

29. Аптекарь, С.С. Особенности формирования стратегического потенциала розничного торгового предприятия [Текст] / С.С. Аптекарь, С.Б. Алексеев // Труд. Профсоюзы. Общество: научн. журн. – Минск, 2015. – № 3. – С. 17-20.

Личный вклад соискателя: разработаны особенности формирования стратегического потенциала торгового предприятия (0,13 п.л.).

Материалы научных конференций

30. Алексеев, С.Б. Управление экономическим потенциалом как фактор конкурентоспособности предприятия [Текст] / С.Б. Алексеев // Управління підприємством: проблеми та шляхи їх вирішення: зб. матер. III Міжнар. наук.-практ. конф. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2007. – С.7-10.

31. Алексеев, С.Б. Проблема оценки экономического потенциала в системе управления конкурентоспособностью предприятия [Текст] / С.Б. Алексеев // Іноваційно-інвестиційна модель розвитку національної економіки: зб. матер. I Міжнар. наук.-практ. конф. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2008. – С. 5-7.

32. Алексеев, С.Б. Стратегические аспекты управления спросом и предложением [Текст] / С.Б. Алексеев // Управлінські аспекти підвищення національної конкурентоспроможності: матер. II Міжнар. наук.-практ. конф. – Симферополь: Кримський інститут бізнесу, 2008. – С.163-165.

33. Алексеев, С.Б. Классификация элементов экономического потенциала предприятия [Текст] / С.Б. Алексеев // Потенциал развития непромышленной сферы в крупных промышленных городах: матер. III Междунар. науч.-практ. конф. – Россия: Тольятти, 2009.- С. 85-88.

34. Алексеев, С.Б. Функціональна стратегія як план роботи підприємства [Текст] / С.Б. Алексеев // Розвиток України в XXI столітті: економічні, соціальні, екологічні, гуманітарні та правові проблеми: матер. V Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. – Тернопіль, 2009. – С.67-69.

35. Алексеев, С.Б. Економічні засади формування потенціалу підприємства [Текст] / С.Б. Алексеев, Х.К. Аржанова // матер. X Міжнар. наук. конф. молодих вчених, аспірантів і студентів. – Донецьк: ДонНАБА, 2011. – С. 9-10.

36. Алексеев, С.Б. Проблемы определения экономического потенциала предприятия как категории [Текст] / С.Б. Алексеев // Бізнес та умови його розвитку: національний та міжнародний дискурси: матер. Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 2012 р., 15-17 трав. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2012. – С. 28-30.

37. Алексеев, С.Б. Класифікація елементів стратегічного потенціалу підприємства [Текст] / С.Б. Алексеев // Теорія і практика забезпечення ефективного розвитку суб'єктів ринку: матер. I Міжнар. науково-практ. інтернет-конф., 2012 р., 20 листоп. – Полтава: ІнтерГрафіка, 2012. – С.180-182.

38. Алексеев, С.Б. Теоретическое обоснование понятия «управление эффективностью реализации стратегии» [Текст] / С.Б. Алексеев, Н.И. Алексеева // Экономика и управление в XXI веке: матер. II Междунар. науч. конф.- Ставрополь: Логос, 2012. – С. 173-176.

39. Алексеев, С.Б. Характеристики экономического потенциала предприятия [Текст] / С.Б. Алексеев // Украина-Болгария –Европейский союз: современное состояние и перспективы: сб. матер. межд. науч.-практ. конф. – Т. 1. – Херсон, Вышемирский В.С., 2012.- С.35-39.

40. Алексеев, С.Б. Составляющие модели экономического потенциала предприятия [Текст] / С.Б. Алексеев // Економічна політика країн ЄС: матер. міжнар. наук.-практ. конф., 2012 р., 1-3 жовт. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2012. – С.37-39.

41. Алексеев, С.Б. Сучасні завдання стратегічного управління підприємством [Текст] / С.Б. Алексеев // Стратегія підприємства в контексті підвищення його конкурентоспроможності: матер. міжн. Інтернет-конф., 27-28 лютого, 2013р. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2013р. – С. 183-185.

42. Алексеев, С.Б. Стратегічна архітектура в системі управління стратегічним потенціалом підприємства [Текст] / С.Б. Алексеев // Інноваційно-інвестиційна модель розвитку національної економіки: матер. III Міжнар. інтернет-конф., 2013 р., 30 трав. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2013. – С. 150-153.

43. Алексеев, С.Б. Мониторинг финансового состояния предприятия как условие обеспечения использования его стратегического потенциала [Текст] / С.Б. Алексеев, М.А. Цопа // Эффективні напрями модернізації ЗЕД : матер. Міжнар. наук.-практ. конф., 2013 р., 27 березня-5 квітня. – Прага: Education and science, 2013. – С. 9-13.

44. Алексеев, С.Б. Ресурсний потенціал підприємства як основа його стратегічного розвитку [Текст] / С.Б. Алексеев, Є.І. Жебокритський // Економічна політика ЄС: матер. V Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. 1-3 жовтня 2013р. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2013. – 208с. –С.37-39.

45. Алексеев, С.Б. Стратегічний потенціал управління прибутком підприємства в умовах кризи [Текст] / С.Б. Алексеев, Р.С. Кузнецов // Економічна політика ЄС: матер. V міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. 2013р, 1-3 жовт. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2013. – С.40-42.

46. Алексеев, С.Б. Дослідження еволюції концепцій стратегічного управління підприємством [Текст] / С.Б. Алексеев // сб. науч. тр. Sworld: Современные направления теоретических и прикладных исследований, 2013 [матер. межд. науч.-практ. конф.] – Вып. 1. – Т. 30. – Одесса: КУПРИЕНКО, 2013. – С.91-95.

47. Алексеев, С.Б. Еволюція економічної категорії “Стратегічний потенціал підприємства” [Текст] / С.Б. Алексеев // Теорія і практика забезпечення ефективного розвитку суб’єктів ринку: матер. II Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 2013 р., 30 листоп. – Полтава: Інтерграфіка, 2013. – С.13-14.

48. Алексеев С.Б. Характерні ознаки ресурсного потенціалу підприємства [Текст] / С.Б. Алексеев, Є.І. Жебокритський // Теорія і практика забезпечення ефективного розвитку суб’єктів ринку: матер. II Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 2013 р., 30 листоп. – Полтава: Інтерграфіка, 2013. – С.149-150.

49. Senfelde , Maija Problems of enterprise resource potential management [Текст] / Maija Senfelde , S.V. Alekseev // Економіка і управління в умовах глобалізації: матер. III Міжнар. наук.-практ. конф., 2014 р., 29 січ. – Донецьк: Ноулідж, 2014. – С.6-8.

50. Алексеев, С.Б. Еволюція категорії “Стратегічний потенціал підприємства” [Текст] / С.Б. Алексеев // Економіка і управління в умовах глобалізації: матер. III Міжнар. наук.-практ. конф., 2014 р., 29 січ. – Донецьк: Ноулідж, 2014. – С.23-26.

51. Алексеев, С.Б. Визначення стратегічних цілей підприємства в контексті управління його стратегічним потенціалом [Текст] / С.Б. Алексеев // Бізнес та умови його розвитку: національний та міжнародний дискурси: матер. Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 2014р., 15-17 трав. - Донецьк: ДонНУЕТ, 2014. – С. 24-26.

52. Алексеев, С.Б. Стратегічні аспекти формування посередницького потенціалу торговельних мереж [Текст] / С.Б. Алексеев // Проблеми теорії та практики управління економічним потенціалом підприємства: матер. Міжнар. наук.-практ. інтернет - конф. 2014р., 13-15 трав. – Харків: ХДУХТ, 2014. – С.3-5

53. Алексеев, С.Б. Посередницький потенціал торговельних мереж [Текст] / С.Б. Алексеев // Маркетинг на міжнародних ринках товарів та послуг: глобальні аспекти: матер. V Міжнар. наук-практ. конф. 2014р., 16-25 лют. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2014. – С.72-74.

54. Алексеев, С.Б. Визначення стратегічного торгового потенціалу торговельного підприємства [Текст] / С.Б. Алексеев // Менеджмент, маркетинг, підприємництво: сутність та перспективи: матер. Міжнар. наук-практ. інтернет-конф., 2014 р., 20 жовт. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2014. – С.88-90.

55. Алексеев, С.Б. Визначення структури елементів суб'єктної складової внутрішнього стратегічного потенціалу підприємства [Текст] / С.Б. Алексеев // Стратегія підприємства в контексті підвищення його конкурентоспособності: матер. IV Междунар. науч.-практ. конф. 27-28 января 2015г. – Донецьк, ДонНУЭТ, 2015. – С.147-150.

56. Алексеев, С.Б. Анализ стратегического контактного потенциала торгового предприятия [Текст] / С.Б. Алексеев // Дорожная карта мировой экономики: матер. Междунар. науч.-практ. конф., 2015 г., 28-29 окт. – Донецьк, ДонНУЭТ, 2015. – С. 323-325.

57. Алексеев, С.Б. Основы построения иерархии стратегических целей торгового предприятия [Электронный ресурс] / С.Б. Алексеев // Инновационная экономика в условиях глобализации: современные тенденции и перспективы: матер. Междунар. науч.-практ. конф., 2015 г., 16-17 апр. – Минск: Междунар. ун-т МИТСО, 2015. – 1 электрон. опт. диск.

АННОТАЦИЯ

Алексеев С.Б. Формирование стратегического потенциала торгового предприятия. – На правах рукописи.

Диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: экономика предпринимательства. – Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского Министерства образования и науки ДНР. – Донецьк, 2015г.

В диссертации разработана концепция формирования стратегического потенциала предприятия как комплексная, научно обоснованная идея использования внешних и формирования внутренних возможностей предприятия в области достижения стратегических целей, которая основана на комплексном использовании концепций стратегического планирования и стратегического маркетинга для разработки механизмов формирования стратегического потенциала предприятия.

Разработаны концептуальные модели формирования внешнего и внутреннего потенциала торгового предприятия, предложены стратегии формирования стратегических ресурсов, предложены определения элементов объектной и субъектной составляющих внутреннего стратегического потенциала торгового предприятия: торгового, трудового, финансового, инновационного, управленческого, организационного, кадрового, маркетингового потенциалов. Разработаны методики расчетов рыночного,

торгово-закупочного, посередницького, контактного, конкурентного потенціалів торгового підприємства, Предложені механізми формування і вибору стратегічних цілей торгового підприємства і модель процесу формування зовнішніх стратегічних цілей підприємства на основі його зовнішнього стратегічного потенціалу. Розроблено механізми формування функціональних стратегій елементів внутрішнього стратегічного потенціалу торгового підприємства, внутрішнього стратегічного потенціалу торгового підприємства, запропоновано комплексний підхід до формування його елементів, комплексний науково-методичний підхід до використання внутрішнього стратегічного потенціалу торгового підприємства.

Ключові слова: торговельне підприємство, зовнішній стратегічний потенціал, внутрішній стратегічний потенціал, елементи потенціалу, моделі формування, механізми формування, стратегічні цілі і альтернативи, використання внутрішнього стратегічного потенціалу.

АНОТАЦІЯ

Алексєєв С. Б. Формування стратегічного потенціалу торговельного підприємства. - На правах рукопису.

Дисертація на здобуття вченого ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.05 - Економіка і управління народним господарством: економіка підприємництва. – Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського Міністерства освіти і науки ДНР. – Донецьк, 2015 р.

У дисертації досліджено сучасні наукові погляди на сутність і еволюцію стратегічного управління підприємством на сучасному етапі, що дозволило дати теоретико-методологічне обґрунтування парадигми формування стратегічного потенціалу підприємства, визначити його принципи, функції, етапи розвитку і проблеми впровадження на підприємствах торгівлі.

Розроблено концепцію формування стратегічного потенціалу підприємства як комплексну, науково обґрунтовану ідею використання зовнішніх і формування внутрішніх можливостей підприємства в сфері досягнення стратегічних цілей, яка заснована на комплексному використанні концепцій стратегічного планування і стратегічного маркетингу для розробки механізмів формування стратегічного потенціалу підприємства.

Розроблено концептуальні моделі формування зовнішнього і внутрішнього потенціалу торговельного підприємства, запропоновано стратегії формування стратегічних ресурсів. На основі аналізу і синтезу існуючих наукових підходів запропоновано визначення елементів об'єктної та суб'єктної складових внутрішнього стратегічного потенціалу торговельного підприємства: торговельного, трудового, фінансового, інноваційного, управлінського, організаційного, кадрового, маркетингового потенціалів.

Розроблено механізми аналізу стратегічного потенціалу торговельного підприємства, визначено взаємозв'язок вимог і принципів, запропоновано структуру аналізу зовнішнього стратегічного потенціалу торговельного підприємства.

Розроблено методики розрахунків ринкового, торговельно-закупівельного, посередницького, контактного, конкурентного потенціалів торговельного підприємства, проаналізовано на прикладі досліджуваних торговельних мереж, який показав недостатнє використання всіх елементів зовнішнього стратегічного потенціалу торговельними мережами.

Запропоновано механізм формування та вибору стратегічних цілей торговельного підприємства і модель процесу формування зовнішніх стратегічних цілей підприємства на основі його зовнішнього стратегічного потенціалу. Запропоновано комплексний підхід до формування критеріїв вибору стратегічних цілей "SMART+", який дозволяє обґрунтувати стратегічні цілі торговельного підприємства.

Розроблено механізм формування функціональних стратегій елементів внутрішнього стратегічного потенціалу торговельного підприємства на основі запропонованого потенційного науково-методичного підходу до формування стратегічних альтернатив і запропоновано потенційно-функціональний науково-методичний підхід до формування функціональних стратегій елементів внутрішнього стратегічного потенціалу.

Розроблено механізм формування внутрішнього стратегічного потенціалу торговельного підприємства, запропоновано комплексний підхід до формування його елементів, який дозволив сформувати елементи внутрішнього стратегічного потенціалу, розроблено методики розрахунку елементів суб'єктної складової внутрішнього стратегічного потенціалу торговельного підприємства.

Запропоновано комплексний науково-методичний підхід до використання внутрішнього стратегічного потенціалу торговельного підприємства, основним завданням якого є оптимізація коефіцієнтів використання елементів внутрішнього стратегічного потенціалу.

Розроблено модель умовної нелінійної оптимізації коефіцієнтів використання внутрішнього стратегічного потенціалу методом умовного градієнта, за допомогою якої були отримані нормативні значення коефіцієнтів, які впливають на кожен елемент внутрішнього стратегічного потенціалу підприємства, і оптимальне значення коефіцієнта використання кожного елемента внутрішнього стратегічного потенціалу.

Ключові слова: торговельне підприємство, зовнішній стратегічний потенціал, внутрішній стратегічний потенціал, елементи потенціалу, моделі формування, механізми формування, стратегічні цілі та альтернативи, використання внутрішнього стратегічного потенціалу.

ANNOTATION

Alekseev S. B. Forming a strategic potential of trade enterprise. - Manuscript.

The thesis for Doctor of Economic degree by specialty 08.00.05 – Economics and national economy management: economy of enterprise. – Donetsk national university of economics and trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky Ministry of Education and Science of the Donetsk People's Republic. – Donetsk, 2015 year.

Conception of forming a strategic potential of enterprise is worked out in dissertation as complex, scientifically reasonable idea of the use of external and forming an internal possibilities of enterprise in area of achievement of strategic aims, which is based on the complex use of conceptions of the strategic planning and strategic marketing for development of mechanisms of forming of strategic potential of enterprise.

The conceptual models of forming an external and internal potential of trade enterprise are worked out, strategies of forming a strategic resources are offered. Determinations of ingredients of objective and subject components of internal strategic potential of trade enterprise are offered: trade, labour, financial, innovative, administrative, organizational, skilled, marketing potentials. Methodologies of calculations of market, trade-purchasable, intermediary, competitive, contact potentials of trade enterprise are worked out, the mechanism of forming and choice of strategic aims of trade enterprise and model of process of forming an external strategic aims of enterprise are offered on the basis of his external strategic potential. The mechanism of forming functional strategies of ingredients of internal strategic potential of trade enterprise is worked out. The mechanism of forming an internal strategic potential of trade enterprise is worked out, the complex approach is offered for forming his ingredients. The complex scientifically-methodical approach to the use of internal strategic potential of trade enterprise is offered.

Keywords: trade enterprise, external strategic potential, internal strategic potential, ingredients of potential, forming models, forming mechanisms, strategic aims and alternatives, use of internal strategic potential

Подписано к печати _____2016г. Формат 60x84/16. Бумага офсетная.
Печать – ризография. Усл. печ. лист. 2,4. Тираж 150 экз. Заказ _____

Донецкий национальный университет экономики и торговли имени
Михаила Туган-Барановского

Редакционно-издательский отдел ДонНУЭТ

83023, г. Донецк, ул. Харитонова, 10, тел. (0622) 97-60-50

Свидетельство о внесении в Государственный реестр издательств,
производителей и распространителей издательской продукции ДК №3470 от
28.04.2009 г.