

**ВПЛИВ ЕЛЕМЕНТІВ ПОТЕНЦІАЛУ НА РІВЕНЬ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ  
ВИНОРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ КРИМУ**

Дослідження впливу елементів потенціалу підприємства на рівень рентабельності підприємства є важливим аспектом при аналізі діяльності підприємства. Проведення цього дослідження та його результат створюють умови для виявлення слабких та сильних аспектів роботи підприємства для подальшого їх усунення та розвитку. Дослідження потенціалу підприємства набули широкого розгляду у роботах таких науковців як І.М. Рєпіна [1], А.Е. Воронкова [2], А.І. Олексюк [3]. Ці автори розглядають потенціал підприємства як максимально можлива сукупність активних і пасивних, явних і прихованих альтернатив (можливостей) якісного розвитку соціально-економічної системи підприємства в певному середовищі господарювання (ситуаційно-ринкова складова) з урахуванням ресурсних, структурно-функціональних, тимчасових, соціокультурних і інших обмежень.

Метою статті є визначення впливу елементів потенціалу виноробних підприємств Криму на їх рентабельність.

Однією із складових потенціалу підприємства є його ресурси. Досягнення цілей, як результат управління потенціалом може бути забезпечений різними комбінаціями ресурсів. Критерієм оптимальності комбінації ресурсів повинні бути мінімальні витрати на всі задіяні ресурси. Для того, щоб забезпечити ефективне управління складовими потенціалу підприємства в залежності від базового ресурсу доцільно виявити функції управління, які забезпечують управління потенціалом підприємства. Для проведення цього дослідження, з одного боку, взяті елементи потенціалу ( $X_1$  – кадровий,  $X_2$  – технічний,  $X_3$  – технологічний,  $X_4$  – просторовий,  $X_5$  – організаційно-управлінський,  $X_6$  – інформаційний,  $X_7$  – фінансовий,  $X_8$  – комунікаційний) та, з другого боку, – рентабельність підприємства ( $Y$ ). Зв'язок елементів потенціалу та коефіцієнту рентабельності показує, який саме елемент потенціалу має найбільший вплив на результат господарської діяльності підприємства.

Такий підхід дозволяє розглядати кореляційно-регресійний аналіз, як методологічну основу розрахунку показника впливу потенціалу (елементу потенціалу) підприємства на його господарську діяльність (рентабельність). Тобто визначивши коефіцієнт кореляції між елементами потенціалу та рентабельністю, можна визначити взаємозв'язки з найбільшим коефіцієнтом кореляції. Такі зв'язки можна вважати визначальними у системі управління потенціалом підприємства.

Для аналізованих підприємств результати розрахунків коефіцієнтів кореляції представлені у табл. 1–4.

Таблиця 1  
Коефіцієнти кореляції залежності «елементи потенціалу підприємства-рентабельність підприємства» для ТОВ «Октябрський вино-коньячний завод»

	$X_1$	$X_2$	$X_3$	$X_4$	$X_5$	$X_6$	$X_7$	$X_8$
Рентабельність ( $Y$ )	-0,35	0,47	0,17	0,61	-0,52	0	0,41	-0,22

В табл. 1 сірим кольором помічено клітинку з найвищим коефіцієнтом кореляції. Зв'язок, який утворено на перетині цих клітинок є прямим, тобто з ростом витрат на  $X_4$  – збільшується  $Y$ , та його можна вважати визначальним у впливі елементу потенціалу  $X_4$  підприємства на рентабельність ( $Y$ ) цього ж підприємства.

Для підприємства ТОВ «Октябрський вино-коньячний завод» це зв'язок рентабельності з елементом потенціалу ( $X_4$ ) – просторовим, який представлено відповідними об'єктами управління: виробничі приміщення та територія підприємства, можливість розширення виробництва. Аналіз даного елементу показав, що витрати на ці об'єкти збільшуються кожен рік, що сприяє збільшенню рентабельності підприємства.

З тим, щоб мати практичну можливість управляти рентабельністю підприємства через просторовий елемент потенціалу підприємства ТОВ «Октябрський вино-коньячний завод» необхідно розрахувати рівняння регресії для визначеного зв'язку:

- рентабельність – просторовий елемент потенціалу:

$$y=0,028+0,287x_4 \tag{1}$$

Таблиця 2

Коефіцієнти кореляції залежності «елементи потенціалу підприємства-рентабельність підприємства» для ТОВ «Завод «Первомайський»

	X <sub>1</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>3</sub>	X <sub>4</sub>	X <sub>5</sub>	X <sub>6</sub>	X <sub>7</sub>	X <sub>8</sub>
Рентабельність (У)	0,61	-0,71	-0,04	-0,09	0,54	-0,61	-0,51	-0,74

У рівнянні (1) коефіцієнт при змінній  $x_4$  позитивний ( $0,287 > 0$ ), що говорить про пряму залежність між  $X_4$  (просторовий елемент потенціалу) та  $У$  (рентабельність підприємства). Коефіцієнт 0,287 показує, що при збільшенні витрат на  $X_4$  на 1 од.вим. даного елемента потенціалу рентабельність у середньому збільшується на 0,287 од.вим.

На підприємстві ТОВ «Завод «Первомайський» найбільший визначальним є зв'язок рентабельності з елементом потенціалу  $X_8$  – комунікаційним елементом. Але цей зв'язок також є зворотним, як видно з таблиці 3 –  $X_8$  дорівнює -0,74. Це означає, що з ростом витрат на комунікаційний елемент потенціалу підприємства ТОВ «Завод «Первомайський» рентабельність зменшуватиметься.

Рівняння регресії для визначених зв'язків є такими:

- рентабельність – комунікаційний елемент потенціалу:

$$y = 0,361 - 0,406x_8 \quad (2)$$

У рівнянні (2) коефіцієнт при змінній  $x_8$  негативний ( $-0,406 < 0$ ), що говорить про зворотну залежність між  $X_8$  (комунікативний елемент потенціалу) та  $У$  (рентабельність підприємства). Коефіцієнт 0,406 показує, що при збільшенні витрат на  $X_8$  на 1 од.вим. даного елемента потенціалу рентабельність у середньому зменшиться на 0,406 од.вим.

Таблиця 3

Коефіцієнти кореляції залежності «елементи потенціалу підприємства-рентабельність підприємства» для ДП «Сімферопольський виноробний завод»

	X <sub>1</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>3</sub>	X <sub>4</sub>	X <sub>5</sub>	X <sub>6</sub>	X <sub>7</sub>	X <sub>8</sub>
Рентабельність (У)	-0,38	-0,69	0,81	0,07	-0,28	-0,54	0,16	-0,01

На підприємстві ДП «Сімферопольський виноробний завод» найбільший визначальним є зв'язок рентабельності з елементом потенціалу  $X_3$  – технологічним елементом. Як було нами зазначено, це підприємство використовує досить старі технології, які не відповідають сучасним вимогам конкурентоспроможності.

Таблиця 4

Моделі управління рентабельністю через елементи потенціалу для різних підприємств

Підприємство	Види зв'язку	Математична модель
ТОВ «Октябрьський вино-коньячний завод»	рентабельність (У) – просторовий елемент потенціалу ( $X_4$ )	$y = 0,028 + 0,287x_4$
ТОВ «Виноробне підприємство «Діоніс LTD»	рентабельність (У) – кадровий елемент потенціалу ( $X_1$ )	$y = 0,242 - 0,496x_1$
ТОВ «Завод «Первомайський»	рентабельність (У) – комунікаційний елемент потенціалу ( $X_8$ )	$y = 0,361 - 0,406x_8$
ДП «Сімферопольський виноробний завод»	рентабельність (У) – технологічний елемент потенціалу ( $X_3$ )	$y = -0,243 + 0,696x_3$

Саме тому коефіцієнт кореляції залежності показав найтісніший зв'язок між технологічним елементом потенціалу та рентабельністю підприємства. Отже, чим більше уваги підприємство приділятиме новітнім технологіям, науковим розробкам та як слід конкурентоспроможності, тим вірогідніше збільшуватиметься рентабельність даного підприємства.

Рівняння регресії для визначених зв'язків є такими:

- рентабельність – технологічний елемент потенціалу:

$$y = -0,243 + 0,696x_3 \quad (3)$$

У рівнянні (3) коефіцієнт при змінній  $x_3$  позитивний ( $0,696 > 0$ ), що говорить про пряму залежність між  $X_3$  (технологічний елемент потенціалу) та  $Y$  (рентабельність підприємства). Коефіцієнт 0,696 показує, що при збільшенні витрат на  $X_3$  на 1 од.вим. даного елемента потенціалу рентабельність у середньому збільшується на 0,696 од.вим.

Моделі управління рентабельністю через елементи потенціалу для різних підприємств представлено у табл. 4.

У статті розглянуті взаємозв'язки елементів потенціалу із рентабельністю виноробних підприємств Криму. Було виявлено, що на кожному з підприємств є проблеми з управлінням витрат на елементи потенціалу, це говорить про не раціональний розподіл витрат на ці елементи. Для кожного підприємства потрібно розробляти заходи щодо вдосконалення адресної допомоги управління витратами на елементи потенціалу цих підприємств.

### Література

1. Репіна І.М. Підприємницький потенціал: методологія оцінки та управління // Вісник Української Академії державного управління при Президенті України. – 1998. - №2. – С. 262-271.
2. Воронкова А.Е. Стратегічне управління конкурентоздатним потенціалом підприємства: діагностика і організація. / А.Е. Воронкова – Луганськ: Від-во Східноукраїнського національного ун-ту, 2004. – 520 с.
3. Олексюк О. І. Маркетинговий потенціал підприємств цементної промисловості України / О. І. Олексюк // Маркетинг в Україні. – 2001. – № 4. – С. 42-45.