

## **ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА: ОСНОВНІ ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ**

Потенціал підприємства це засоби, запаси, джерела, які є в наявності і можуть бути мобілізовані для досягнення певної мети або розв'язання певної задачі [1].

Формування потенціалу підприємства є складним динамічним процесом, орієнтованим на максимальну взаємодію із зовнішнім середовищем і забезпечення високої якості реалізації, у зв'язку з цим важливо визначити, які саме фактори обумовлюють розвиток його елементів і впливають на їхню збалансованість і ефективність використання.

В основі побудови системи факторів формування та розвитку потенціалу підприємства повинен лежати принцип сфери впливу на елементи потенціалу, відповідно до якого усі фактори можна класифікувати на зовнішні і внутрішні відносно формування та розвитку потенціалу.

До зовнішніх факторів відносяться економічні, соціальні, політичні, юридичні умови, вплив яких визначається обмежувальними або стимулюючими заходами з боку різних державних органів, банків, інвестиційних компаній, суспільних груп, політичних сил тощо. Такими заходами, як правило, виступають податкові, процентні ставки, законодавчі, суспільні норми, тиск політичних сил тощо.

Одним з важливих зовнішніх факторів є ринкові умови на вході із системи, тобто це умови конкуренції на ринках ресурсів. А на виході із системи це умови конкуренції безпосередньо в галузі.

Перший фактор пов'язаний з вартістю забезпечення кожного елемента потенціалу ресурсами, яка є альтернативною вартістю цих ресурсів, тобто цінністю тих альтернативних можливостей, від яких довелося відмовитися через спрямування ресурсів в той, а не інший елемент потенціалу з метою максимального досягнення цілей.

Потенціал підприємства повинен відповідати необхідним конкурентним властивостям продукції, а саме ціні, якості, технічним характеристикам, сервісу, гарантіям. Ці умови є необхідними для завоювання міцних ринкових позицій, що характеризує другий фактор [2].

При умовах посилення конкуренції підприємство має сфокусувати свої зусилля на максимальній реалізації наявного потенціалу, а також на створенні нового за рахунок своєчасного виявлення слабких позицій конкурентів. Інновації з боку конкурентів вимагають, як правило, адекватного реагування шляхом створення та реалізації нових можливостей.

До внутрішніх факторів відноситься, насамперед, стратегія підприємства, для реалізації якої формується потенціал, досвід і навички менеджерів, необхідні для реалізації намічених планів, принципи організації та ведення бізнесу, якими керуються на підприємстві, моральні цінності й амбіції керівників, а також загальноприйняті в рамках підприємства цінності та культура [3].

Рішення щодо формування потенціалу орієнтовані на майбутнє і тому базуються на попередніх умовах розвитку релевантних факторів, тобто певних передумовах.

Особливе значення мають передумови, які визначаються потребами клієнтів і впливають на якість "виходу", пріоритет якого в процесі формування потенціалу був визначений вище. Крім того, дуже важливі передумови, пов'язані з конкурентами, тому що ресурсний потенціал підприємства втрачає свою цінність саме під їх тиском. Також повинні бути враховані і внутрішні передумови, пов'язані з загальноприйнятими настановами всередині підприємства.

Ефективне використання потенціалу підприємства означає можливість для підприємства одночасно і раціонально використовувати всі наявні ресурси для досягнення високих кінцевих результатів і задоволення потреб замовника в якісній продукції.

Матеріальною основою економічного потенціалу є фінансові ресурси, відбиті в балансі підприємства, а величина потенціалу - це результат їхніх сукупних зусиль, виражений потенційним прибутком, що залишається в розпорядженні підприємства. Поетапно-

структурний підхід до формування величини економічного потенціалу припускає виділення проміжних рівнів узагальнення потенційних можливостей підприємства.

Нижнім рівнем є виробничий потенціал, що представляє здатність виробничої системи робити матеріальні блага, використовуючи ресурси виробництва.

Сполучною ланкою є господарський потенціал, тобто сукупна здатність виробничого потенціалу підприємства і рівня його ділової активності в умовах існуючого маркетингового середовища задовольняти потреби ринку у визначеному обсязі матеріальних благ і послуг [1].

Отже для підприємства велике значення має визначення напрямів практичного використання поняття й оцінки економічного потенціалу в реальній діяльності.

#### Список використаної літератури:

1. Федонін О. С. Рєпіна І. М. Олексюк О. І. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. — К.: КНЕУ, 2005.
2. Касьянова Н.В., Солоха Д.В., Морєва В.В., Белякова О.В., Балакай О.Б. : Потенціал підприємства : формування та використання : Підручник. - Донецьк.: Цифрова типографія, 2012.- 257 с.
3. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч. посіб. / Н.С. Краснокутська. - К: ЦНЛ, 2005. - 352 с.

**Науковий керівник:** завідувач кафедри економіки підприємства, обліку і аудиту,  
д. е. н., професор Яценко О.В.

*О. А. Тимошенко*

*Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького*

## СУЧАСНІ ОРІЄНТИРИ МІЖРЕГІОНАЛЬНИХ ЗВ'ЯЗКІВ УКРАЇНИ

У сучасних умовах розвиток національної економіки України та підвищення добробуту населення суттєво залежать від участі країни у інтеграційних процесах, вибору стратегічних партнерів у міжнародній торгівлі й розширення регіональної торговельної діяльності. Негативні наслідки фінансово-економічної кризи та конфлікту на Донбасі значно послабили позиції України на світовому ринку. Україна зацікавлена в сприятливому торговельному середовищі, яке б давало вільний доступ до зовнішніх ринків і забезпечувало постійні торговельні потоки. Членство у Світовій організації торгівлі зробило значний внесок у досягнення цієї мети, забезпечивши певний баланс та прозорість торговельної політики України [1]. Впродовж останніх 5 років ринок Європейського Союзу став більш доступний для українського товаровиробника завдяки Угоді про асоціацію між Україною та ЄС.

Згідно даних Держкомстату, з кожним роком Україна імпортує все більшу кількість товарів. Попри те, що в останні роки експорт мав зростаючу тенденцію, торговельне сальдо все ще залишається від'ємним, що негативно впливає на більшість основних економічних показників. Протягом 2017-2018 років вперше за останній період обсяг експорту українських товарів і послуг почав зростати. За цей час експорт товарів збільшився на 20,9 %, порівняно з відповідним періодом 2016 року, що можна спостерігати на рис. 1.

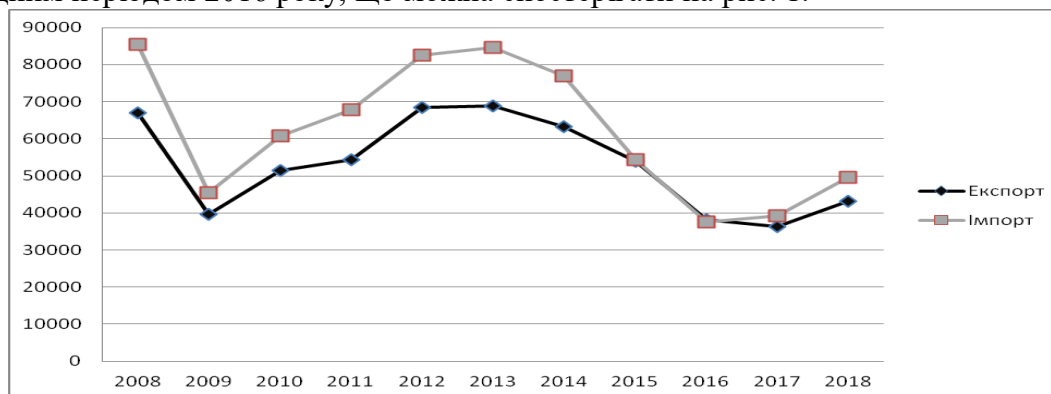


Рис.1. Обсяги експорту та імпорту України за 2008-2018рр.(млн дол.)

Джерело: побудовано автором за [5]