

Список використаних джерел:

1. Шевченко О.М. Економічна сутність бенчмаркінгу та його роль у інноваційному розвитку підприємства. *Бізнес-інформ*. 2014. № 4. С. 64–67. URL : http://www.business-inform.net/pdf/2014/4_0/64_68.pdf.

2. Добрянська Н. А., Попович О. М., Варгатюк М. О. Суть та значення методу бенчмаркінгу відносно оцінки конкурентоспроможності підприємства. URL : http://www.agrosvit.info/pdf/11_2016/2.pdf

3. Командровська В. Є., Градун А. І. Оцінка стратегії діяльності підприємства за допомогою методу бенчмаркінгу [Електронний ресурс]. – URL : <http://ecobio.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/download/306/295>

НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ТА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

С. Ю. ЮР'ЄВА, канд. екон. наук, доцент

Т. ГАРАГАТА, студентка

Харківський національний університет

міського господарства імені О. М. Бекетова

У сучасному світі розвиток та раціональне використання виробничого потенціалу підприємства відіграє одну з головних ролей в умовах економічної трансформації. Від вдосконалення потенціалу підприємства тісно пов'язано з інтенсифікацією виробництва. Тобто підвищення ефективності діяльності підприємства – це головне завдання кожного суб'єкта господарювання. Сучасні ринкові умови вимагають формування принципово нових підходів у діяльності господарств, тому що традиційні і добре знайомі методи вже не забезпечують достатньо ефективного розвитку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Наразі у світі існує велика кількість публікацій, де висвітлюються аспекти поняття і сутності потенціалу, вивчаються проблеми оцінки та методи підвищення виробничого потенціалу підприємства. Так, значний внесок для вивчення та вирішення

проблем потенціалу здійснили відомі зарубіжні та вітчизняні економісти: К.Р. Макконнелл, Б. Голд, З.П. Двудіт, Л.І. Абалкін, Д.Г. Заруба, В.В. Россоха та інші вчені.

З'ясування сутності та розробка напрямів підвищення економічної ефективності використання виробничого потенціалу і є метою даної статті. В етимологічному значенні термін «потенціал» бере початок від латинського «potential», що тлумачиться як «сила», «міцність». Першим вченим, що дав визначення виробничому потенціалу був А.І. Анчишкін, він вважав, що це набір ресурсів, що у процесі виробництва являють собою форму факторів виробництва [1].

Якщо підсумувати, то загалом – це показник, що характеризує здатність суб'єкта господарювання до отримання максимально можливого результату виробництва, досягненню стратегічних цілей підприємства, що визначається як сукупність існуючих ресурсів та можливості їх оптимального перетворення в конкурентоздатний продукт, при цьому взаємодіючи з внутрішньою та зовнішньою середою компанії. Основними складовими виробничого потенціалу є: основні виробничі засоби, оборотні засоби, трудові ресурси, технологічна база та інформаційні ресурси. Цей список, звичайно, можна розширити: фінансові ресурси, енергетичні ресурси, інноваційний потенціал, інтелектуальний капітал, проте, слід зазначити, що ці показники не є основними для розрахунку і носять допоміжний характер.

При оцінці потенціалу підприємства досліджуються виробничі, матеріальні, кадрові, техніко-технологічні, інформаційні складові. На сьогоднішній день існують два основні підходи до визначення виробничого потенціалу – це ресурсний та результативний. Розглядаючи потенціал із ресурсної точки зору, то під цим способом мають на увазі сукупність ресурсів, без урахування їхнього зв'язку з виробничим процесом. У цьому просте використання ресурсів ще означає, що вони можуть бути пов'язані один з одним, чи можуть застосовуватись у комплексі. Ресурси так само розглядаються в контексті їхньої можливості створювати продукти, що

якісно задовольняють потреби споживачів. Результативний підхід розглядає виробничий потенціал, як сукупність можливостей підприємства, що дозволяють виробляти конкурентоспроможну продукцію. По суті, це є синонімом виробничої потужності суб'єкта господарювання. Деякі фахівці розглядають виробничий потенціал на макроекономічному рівні, тобто як здатність галузі чи економіки в цілому створювати продукти, що будуть задовольняти потреби клієнтів при найефективнішому використанні наявних ресурсів. Таким чином, досконалий виробничий потенціал дозволяє підприємству максимально ефективно застосовувати доступні йому ресурси, а також досягати стратегічних цілей [2].

Аналіз потужності підприємства дозволяє визначити його виробничий потенціал. Далі створюється програма підвищення ефективності його використання, але для розробки стратегії необхідно виробити принципи та методи оцінки. Далі порівнюють фактичний результат з планованим, зіставляється із середніми значеннями, визначається вартісна оцінка, аналізується виробнича потужність.

Для кожного зі складових виробничого потенціалу проводиться розрахунок відповідних коефіцієнтів. Наступним кроком стає оцінка виробничого потенціалу із виставлянням для кожної складової балів. На основі отриманих даних робиться висновок про ступінь залучення тих чи інших ресурсів у виробничий процес. Тобто аналіз дозволяє обчислити наскільки повно використовуються доступні засоби підприємства. Одним із основних завдань у рамках підвищення ефективності є стабілізація фінансового стану підприємства. Вона може бути досягнута у вигляді скорочення витрат у незавершеному будівництві, виробництві продукції. Отримані кошти можуть бути інвестованими у модернізацію, у внесення покращень в апарат управління, а також на впровадження нових технологій та навчання персоналу. Таким чином з'являється можливість за рахунок ефективного використання доступних ресурсів обрати шлях інтенсивного розвитку, що забезпечує довгострокову конкурентоспроможність, а

результатом стає покращення виробництва в цілому. Результат досягається за рахунок забезпечення безперервності діяльності, забезпечення неухильного та послідовного зростання потенціалу. Перед керівництвом підприємства постає завдання створення відповідних умов. Залежно від специфіки підприємства та цілей його засновників визначається його економічна та фінансова політика з орієнтацією на підвищення потенціалу. Тобто керівництво має бути зосереджено не тільки на уникненні банкрутства, але й на постійному внутрішньому розвитку у всіх сферах, тільки так можна зміцнювати становище підприємства на ринку, нарощувати та використовувати його потенціал для подальшого «трампліну» вгору.

Звичайно, кожне підприємство неодмінно має на постійній основі оцінювати стан свого виробничого потенціалу, моніторити можливості для його вдосконалення, але, у свою чергу, не забувати про те, що рівень його виробничого потенціалу багато в чому залежить від рівня виробничого потенціалу тих підприємств, із якими воно пов'язано виробничо-господарськими відносинами. І перш ніж починати співпрацювати з тим чи іншим суб'єктом господарювання потрібно звертати особливу увагу на рівень його виробничого потенціалу, звичайно, якщо фінансові ресурси дозволяють робити такий вибір.

Отже, для того, щоб підвищити ефективність виробничого потенціалу необхідно системно діяти. Розглядаючи одну із складових потенціалу підприємства – оборотні активи, або ж матеріальні ресурси, слід відзначити, що їх якість та своєчасність поставок залежать від рівня матеріальних ресурсів постачальника. Яз цього слідує, що чим вищий рівень матеріального забезпечення постачальника, тим вищий рівень виробничого потенціалу підприємства, що розглядається. У свою чергу, якість вироблених матеріальних ресурсів постачальника безпосередньо залежатиме від рівня стану його основних засобів та рівня інтелектуального капіталу. Тобто, перша порада для підвищення виробничого потенціалу – вибір оптимальних постачальників, які будуть задовольняти всі потреби щодо якості продукції,

проте слід не забувати, що від якості залежить і ціна, що позначиться на собівартості і, в свою чергу, на попиті споживачів [3].

Наступною складовою виробничого потенціалу підприємства є стан його основних засобів. В даному випадку спостерігається такий же ланцюжок: якість будівельних, ремонтних, посередницьких робіт та послуг також залежить від іншого підприємства, а, отже, з його потенціалу. Чим вищий рівень інтелектуального капіталу підприємства, що здійснює обслуговування аналізованого господарюючого суб'єкта, викликане достатнім стимулюванням його працівників, тим якісніше будуть зроблені роботи з будівництва, ремонту, модернізації будівель та споруд, заміні техніки, обладнання та інших основних засобів. Крім того, від стану матеріальних ресурсів організації, що надає свої послуги, залежатиме якість та надійність аналізованої складової (основних засобів).

Таким чином, рівень виробничого потенціалу підприємства залежить від ступеня використання промисловим підприємством свого ресурсного потенціалу (при наявному рівні техніки та технології) та використання передових форм організації виробництва; рівня виробничого потенціалу підприємства-постачальника, який надає прямий вплив на потенціал аналізованого підприємства; рівня розвитку галузі чи регіону, де функціонує промислове підприємство (макросистема), оскільки виробнича структура, яка перебуває в умовах стабільності та має свій ринок збуту розвивається і процвітає, а непередбачуваність доквілля, виникнення негативних процесів (інфляція, високі ставки податків та ін.) може призвести до дисбалансу грошових потоків.

Отже, ефективне управління формування та використання виробничого потенціалу підприємств забезпечить збільшення випуску конкурентоздатної продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках, освоєння економічно ефективних високотехнологічних виробництв і модернізацію виробничої бази, що безпосередньо впливатиме на розвиток потенціалу підприємства загалом.

Список використаних джерел:

1. Остапенко Т. В. Виробничий потенціал підприємств АПК: поняття та оцінка. Молодий вчений. 2014. №4. URL:

<http://molodyvcheny.in.ua/ua/archive/7/>

2. Економіка виробничого підприємства. Навч. посіб. / Й. М. Петрович, І. О. Будіщева, І. Г. Устінова . 2001. 405 с. URL:

https://www.studmed.ru/petrovich-ym-ekonomka-pdpriyemstva_6c22f812634.html

3. Терещук Н. С., Погасій О. Г. Управління виробничим потенціалом підприємства. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/01/217.pdf>

МІСЦЕ ТА РОЛЬ ІМІДЖУ ТОВАРУ У БІЗНЕСІ

О. М. ШЕПТУХА, канд. екон. наук

Харківський національний університет будівництва та архітектури

У сучасній літературі зустрічається досить багато думок щодо трактування терміну «імідж», тому для кращого розуміння та визначення його точної сутності, варто розглянути точки зору різних авторів. Зокрема, Л. Орбан-Лембрик вважає, що імідж – це враження, яке організація та її працівники справляють на людей і яке фіксується в їхній свідомості у формі певних емоційно забарвлених стереотипних уявлень [1]. І.О. Пшенишнюк розглядає імідж як стійке уявлення про якийсь об'єкт, підприємство, сукупність асоціацій і вражень про них, що формуються у свідомості покупців і визначають їхнє становище на ринку [2].

Імідж вирізняють за такими ознаками:

- підкреслює оригінальність та специфічність об'єкта, але разом з тим він є спрощеним у порівнянні з ним;

- адаптується та підлаштовується під різні ситуації, тобто він є конкретним, але гнучким;