

значимые, без имеющихся признаков возможного вреда обществу (например, инновации в оружие, в наркотики, курение, алкоголь и т.п.), которые обязательно имеют социальный эффект (кроме экономического). Как вывод, подчеркнем, что культурные инновации следует рассматривать с двух сторон: как инновации в культурной сфере – тогда они имеют в большей степени социальные ценности; как инновации, благодаря которым достигается экономический эффект (прибыль) в любой сфере - тогда они имеют и социальную и экономическую ценность.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Коновальчук І.І. *Соціокультурні детермінанти інноваційних освітніх процесів // XX століття – етніонаціональний вимір та проблеми Голокосту*. Житомир, 2011. С.473-481.

2. Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobieliava T.O., Tkachova. N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // *Problems and Perspectives in Management*. 2021. Vol. 19, Iss.1. P.24-38.

3. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. *Technology transfer*. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.

4. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // *Вісник НТУ "ХПІ"*. Харків : НТУ "ХПІ", 2017. № 24. С. 153-158.

5. Pererva P.G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobieliava T.A. *Compliance program: [tutorial]*. Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019. 689 p.

УДК 338.24:330.341.1:62

Перерва П.Г.<sup>1</sup>, Якушко А.Е.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>д.э.н., профессор, заведующий кафедры экономики бизнеса НТУ «ХПИ», Украина

<sup>2</sup>здобувач вищої освіти, НТУ «ХПИ», Украина

## ИССЛЕДОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОГО И ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Инновационный и производственный потенциал предприятия являются одними из важнейших среди всех видов потенциалов и занимают ведущее место при определении всех возможностей предприятия к развитию. Эти виды потенциалов легче подвергаются количественной и качественной оценке, а также именно на них оказывается значительное влияние при реализации миссии и стратегии предприятия. Без реализации на предприятии инновационного и производственного потенциала другие виды потенциалов (экономический, стратегический) реализовываться не могут. Потенциал предприятия – это сложная социально-экономическая система, располагающая взаимосвязанными и взаимодействующими техническими, трудовыми и материально-энергетическими ресурсами, обладающими определенными потенциальными возможностями по выпуску

конкурентоспособной продукции. Для разработки стратегии развития предприятия оценка инновационного и производственного потенциала играет особую роль, так как позволяет определить важные конкурентные преимущества предприятия. Формирование и наращивание инновационного и производственного потенциала, а также его успешное взаимодействие с изменяющейся внешней средой и составит стратегию развития предприятия. Каждое предприятие разрабатывает свой универсальный и уникальный тип стратегий бизнеса. К базовым стратегиям развития отнесены стратегии концентрированного диверсифицированного роста, роста, интегрированного роста, Эффективная стратегия роста предприятия основывается на правильно выбранных долгосрочных целях, на оценке собственного потенциала и анализе возможностей и угроз, которые предоставляет внешнюю среду, кроме этого, играет роль и каково именно предприятие - малым, средним или крупным [1]. Структура инновационного и производственного потенциала компании включает в себя потенциал земли и природно-климатические условия, потенциал главных и оборотных средств, нематериальных активов, также потенциал воспроизводства (инновационный и инвестиционный), денежный потенциал [1, 2]. При оценке инновационного и производственного потенциала предприятия проводится анализ текущего состояния предприятия. По основным составляющим (производственной, материальной, кадровой) проводится анализ их движения.

Огромную роль для оценки потенциала играют коэффициенты эффективности использования составляющих – фондоотдача, фондоемкость, коэффициент загрузки оборудования, рентабельность основных средств, коэффициент сменности, материалоотдача продукции, материалоемкость продукции, удельный вес материальных затрат в себестоимости продукции, коэффициент использования материалов, изменение среднего заработка рабочих за определенный период, непроизводственные расходы рабочего времени [1, 5]. Оценка производственного потенциала соединяет три подхода: ресурсный, определяет его величину как сумму физических и стоимостных оценок отдельных его составляющих; структурное, определяет его величину исходя из прогрессивных норм и нормативных соотношений, заданных наиболее совершенными технологиями, организацией производства в целом; проблемно-ориентированный, направленный на определение соответствия имеющемуся потенциалу достижению поставленных целей [1, 3]. Для определения структурных характеристик производственного потенциала исследуют масштаб потенциала и его пространственное размещение; характер деятельности, которую обязан делать производственный потенциал компании; степень замкнутости. Проведя оценку производственного потенциала предприятия, можно утверждать о соответствии имеющегося потенциала перспективным целям

розвиття. Якщо існуючий рівень потенціалу достаточний для досягнення поставлених цілей, то стратегія розвитку будується на існуючій базі з урахуванням змін зовнішніх факторів. Якщо ж існуючий рівень потенціалу недостаточний для реалізації цілей, то потрібно розглянути їх і ймовірні шляхи зростання інноваційного і виробничого потенціалу підприємства [1, 4]. Таким чином, з яким би рівнем інноваційного і виробничого потенціалу ми не мали б справу при розробці стратегії розвитку підприємства, необхідно особливу увагу приділити можливим ризикам на шляху досягнення цілей.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Солонина М. Аналіз виробничого потенціалу підприємства як основа формування стратегії розвитку. URL: <chrome-extension://efaidnbnmnmbpcjpcglclefindmkaj/viewer.html>
2. Pererva P.G., Tkachev M.M., Kobielieva T.O. Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // *Науковий вісник Полісся*. 2016. № 4 (8), ч.2. С.240-246.
3. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // Навч. посібник для інж.-техн. вузів.- Харків : «Основа», 1993.- 288с.
4. Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobielieva T.O., Tkachova, N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // *Problems and Perspectives in Management*. 2021. Vol. 19, Iss.1. P.24-38.
5. Перерва П.Г. Комплаєнс-програма промислового підприємства: сутність і задачі // *Вісник НТУ "ХП"*. Харків : НТУ "ХП", 2017. № 24. С. 153-158.

УДК 330.341

Плинокос Д.Д.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> канд. екон. наук, доц., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, Національний університет «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна

## ЛІДЕРСТВО В СТАРТАП ПРОЄКТІ

Важливу роль у формуванні команди стартапу та подальшій співпраці її учасників відіграє лідер. Лідером може бути як і власник ідеї так і людина з команди. Саме на цій людині буде зосереджена головна організаційна роль, мотивація команди, розподіл функцій між членами команди.