



ШЕІН Є.С., аспірант

Науковий керівник – ПЕРЕРВА П.Г., д.е.н., професор,
завідувач кафедри економіки бізнесу та міжнародних економічних відносин
*Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут",
м. Харків*

СТРАТЕГІЯ НАРОЩУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Актуальність. В основі формування стратегії компанії лежить створений потенціал, для зростання якого цілеспрямовано формуються кошти. Стратегічний потенціал зумовлює дії компанії в поточному періоді з метою досягнення поставлених цілей в майбутньому з урахуванням того, що буде змінюватися навколишнє середовище і умови життя. При цьому виробляється здатність реагувати на зміни зовнішнього середовища, що дозволяє досягти бажаних цілей в майбутньому, що є найважливішим завданням стратегічного управління. Метою стратегічного управління є забезпечення виживання організації в майбутньому шляхом встановлення динамічного балансу потенціалу підприємства з навколишнім середовищем, спрямованого на облік зовнішніх факторів, пошук шляхів нових можливостей в конкурентній боротьбі, відстеження та адаптацію до змін навколишнього середовища, а також виявлення внутрішнього потенціалу підприємства.

Результати дослідження. Завдання, які стоять перед вітчизняною економікою і особливо перед реальним її сектором, досить складні з огляду на процеси глобалізації, посилення політики іноземного лобіювання інтересів та наслідків повномасштабного вторгнення росії на українську територію. Водночас завдання, що стоять перед підприємством, цілком конкретні – досягнення промислової спроможності та прискорення темпів розвитку реального сектора. Таким чином, з одного боку – нагальна необхідність масштабного розвитку промислового сектора, відкладати яке вже неможливо, з іншого боку – обмежене фінансування, пов'язане з «дорогим» позиковим капіталом, слабкої інвестиційної активності і значними ризиками. Наявний потенціал промисловості не дає і не в змозі забезпечити прийнятний рівень розвитку економіки, і у зв'язку з цим є актуальною проблема формування та управління потенціалом підприємств, який може бути розглянутий як рушійна сила для досягнення стратегічних цілей, що стоять перед реальним сектором економіки.

Конкурентоспроможність підприємств залежить від багатьох умов, в тому числі від методичного забезпечення формування стратегічного потенціалу підприємств, необхідного для його успішного функціонування в конкурентному середовищі, від стану законодавства, зокрема податкового та антимонопольного та ін., Але в першу чергу конкурентоспроможність підприємства визначається його потенціалом. умови конкретного ринку, що





визначає здатність підприємства функціонувати в безкризовому режимі і положення по відношенню до прямих конкурентів за основними параметрами свого потенціалу - техніко-технологічним, кадровим, маркетинговим, фінансовим, організаційно-управлінським, інноваційним. У зв'язку з цим розроблено системний підхід до аналізу, оцінки та управління його діяльністю, спрямований на формування та використання інтегрального потенціалу підприємства в інтересах конкурентоспроможності та довгострокового і сталого розвитку.

Метою даного дослідження є вивчення сутності поняття «стратегічний потенціал підприємства», оскільки його недостатнє вивчення створює певні труднощі в процесі розробки конкретних методичних рекомендацій для успішного функціонування підприємства. Особливо, коли підприємство зацікавлене в довгостроковому розвитку, з перспективою виходу на міжнародні ринки. Для дослідження були використані наступні методи: економічна інтерпретація, формалізація економічних знань, економічне моделювання, метод економічної індукції.

Незважаючи на наявність наукового інтересу до змісту досліджуваної концепції, в даний час немає єдиної думки щодо елементного складу стратегічного потенціалу підприємства. Виходячи з цього, виникає необхідність більш детального вивчення сутності та методологічного обґрунтування елементів даного поняття, оскільки їх недостатнє вивчення створює певні труднощі в процесі розробки конкретних методичних рекомендацій. В даний час стратегічний потенціал має ряд синонімів в науковій літературі. В цілому стратегічний потенціал - це не що інше, як сукупність ресурсів підприємства, необхідних для розробки і реалізації його стратегії. Сьогодні стратегічний потенціал поділяють на виробничий, економічний, інтелектуальний, експортний, людський, фінансовий, НДДКР. Практично всі елементи в тій чи іншій мірі відповідають ресурсам самої організації у внутрішньому середовищі і можливостям у зовнішньому. Але в той же час наявність ресурсів як основи при формуванні потенціалу організації не є гарантією досягнення цілей організації. Стратегічне управління потенціалом пов'язане з постановкою цілей підприємства і з підтриманням певних взаємозв'язків з навколишнім середовищем, які дозволяють йому досягати поставлених цілей і відповідають його внутрішнім можливостям. Економічна стратегія підприємства повинна відповідати найголовнішій вимозі - мати проактивний характер. Такі складові, як товарна і цінова політика, зниження собівартості продукції, поведінка на ринку цінних паперів повинні органічно вписуватися в нього. Реалізація стратегічного потенціалу підприємства повинна забезпечувати постійне зміцнення економічної могутності підприємства, підвищення конкурентоспроможності вироблених ним товарів і послуг. Концепція стратегії розвитку підприємства як соціально-економічної, так і виробничої системи полягає у формуванні основних передумов успішності діяльності підприємства при різних впливах на нього із зовнішнього середовища і з певними





особливостями його внутрішньої природи і організації.

Висновки. Сучасні дослідження підкреслюють, що стратегічні можливості підтримують всі унікальні особливості організації: володіння інформацією про особливості ринку, технологічні навички, колективний досвід взаємодії зі споживачами продукції. Стратегічні можливості формують відмінні риси організації, які важко наслідувати. Для вибору ресурсів, які будуть основою стратегії, необхідний ретельний аналіз поведінки конкурентів, адже ресурси формуються стратегічний потенціал тільки тоді, коли вони дають можливість підприємству виробляти особливу продукцію або послуги, тобто володіти характеристиками (ціною і якістю), що відрізняють їх від продукції конкурентів. Динамічні зміни ринку і стану економіки, підвищені вимоги споживачів до якості продукції, що випускається, ускладнення технологічних процесів обумовлюють необхідність підвищеної уваги керівництва підприємства як до організаційно-економічного механізму управління, так і до стратегії розвитку підприємства. Особливо важливим є формування стратегічного потенціалу підприємства, як основної основи існування підприємства в складних економічних умовах сучасності.

В результаті розробки стратегічних передумов підвищення виробничого потенціалу промислового підприємства уточнюються потреби в капітальних вкладеннях, розмір виробничих і накладних витрат. Ця інформація надходить «на вхід» фінансової стратегії, яка в розгорнутому вигляді призначена для остаточного збалансування можливостей підприємства, визначаючи найбільш доцільні форми залучення позикових коштів і уточнення показників стратегічної ефективності виробничо-комерційної діяльності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Перерва П.Г. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності / П.Г.Перерва, С.Нагі, Т.О.Кобелева // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки): зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХП», 2018. – № 15 (1291). – С. 89-94.
2. Перерва П.Г., Кобелева Т.О., Ткачова Н.П. Формування інноваційної та інвестиційної політики промислового підприємства на засадах збалансованої системи показників // Вісник НТУ "ХП" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. Харків : НТУ "ХП", 2015. № 59 (1168). С. 96-100. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/20638>
3. Кобелева Т.О., Витвицька О.Д., Перерва П.Г., Ковальчук С.В. Стратегічне управління розвитком підприємства на засадах інтелектуальної власності // Вісник НТУ "ХП" (економічні науки) : зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХП", 2022. № 1. С. 52-57. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/60492>
4. Ілляшенко С.М., Перерва П.Г., Маслак О.І., Кобелева Т.О., Кучинський В.А. Ефективність інформаційних технологій в управлінні інтелектуальною власністю промислового підприємства // Вісник НТУ "ХП": зб. наук. пр. Екон.науки. Харків : НТУ "ХП", 2021. – № 1. – С. 53-58.





5. Маслак О.І., Перерва П.Г., Кобєлева Т.О., Кучинський В.А., Ілляшенко С.М. Аутсорсинг патентних, логістичних та інформаційних послуг як інструмент підвищення ефективності управління інтелектуальною власністю на промисловому підприємстві // *Вісник НТУ "ХПІ": зб. наук. пр. Екон.науки.* Харків : НТУ "ХПІ", 2021. № 2. С. 21-26.

