



Отже, основні принципи маркетингової концепції управління підприємством – це прогнозування ринку, розробка стратегії і планування своїх дій, формування ринкового попиту.

Список використаних джерел

1. Абрамович І.А. Маркетингова діяльність підприємства та контроль за її реалізацією. *Агросвіт*. 2020. №10. С. 52-56.
2. Андреева В. М. Маркетинг: опорний конспект лекцій. Харків: Харк. нац. акад. міськ. госп-ва., 2011. 64 с.
3. Гірченко Т. Маркетинг: Навч. посібник для студентів вищих навчальних закладів. К.: ІНКООС: Центр навчальної літератури, 2007. 254 с.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. - М.; СПб.; К.; Издательский дом «Вильямс», 2002. – 944 с.
5. Лазоренко Л.В. Управління маркетинговою діяльністю підприємства. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2019. № 3 (29). С.13-17.
6. Литвин З.Б., Серединська В.М. Еволюція методів аналітичного обґрунтування стратегії підприємства. *Облік, оподаткування і контроль. Теорія та методологія* : зб. матеріалів VI міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. Тернопіль : ТНЕУ, 2019. С. 192-195.
7. Литвин З.Б., Штефан Б.М. Бізнес - аналітика в маркетинговій діяльності підприємств: практичні підходи. 2016. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/25284>
8. Литвин З.Б. Необхідність економічного аналізу в системі управління суб'єкта господарювання. Електронне науково-практичне фахове видання «Інфраструктура ринку» Випуск № 36. Жовтень 2019 р. С. 508-515.
9. Прядко О.М. Маркетинг: опорний конспект лекцій для студентів. Х.: ХДУХТ, 2018. 50 с.
10. Храбатин О.І., Яворська Л.В. Маркетинг: навчальний посібник/ за ред. О. А. Тимчика. Київ : Видавництво, 2014. 284 с.

ЛИТВИН З.Б.

кандидат економічних наук, доцент

ЯКИМЧУК В.Д.

здобувач другого (магістерського) рівня

ФЕДИК С.П.

студентка

Західноукраїнський національний університет

м. Тернопіль, Україна

ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ ТА КЛАСИФІКАЦІЇ ЙОГО ВИДОВИХ ПРОЯВІВ

У сучасних умови господарювання, які відзначаються високим динамізмом попиту та пропозиції, конкурентного середовища та іншими факторами зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства, важливим завданням управлінського персоналу стає формування та ефективне використання потенціалу. Огляд літературних джерел свідчить, що науковці відзначають важливість вивчення питань, пов'язаних з оцінюванням потенціалу підприємства і вказують на наявні розбіжності у його трактуванні: починаючи від досить вузького розуміння до застосування таких загальних категорій, як соціально-економічна система.

Досить довго вітчизняні науковці під потенціалом підприємства розуміли масштаби його діяльності, і, характеризуючи, використовували такі категорії як розмір та виробнича



потужність Розмір визначався виробничими площами, загальною кількістю робочих місць, загальною чисельністю працівників, доходом від реалізації продукції, загальною вартістю основних засобів. При всій своїй важливості вказані показники дозволяють отримати лише орієнтовну уяву про можливості підприємства. Це пов'язано з тим, що вони не відображають прямий зв'язок з умовами та ефективністю використання та ресурсів за призначенням.

У довідковій літературі [5] подається визначення потенціалу як загальної категорії, що характеризує наявні можливості, запаси, ресурси, засоби, здатність підприємств, які можуть бути використані для досягнення поставленої мети. Схожих позицій дотримуються у своїх працях В.О. Кунцевич [8], О.С. Федонін, І.М. Рєпіна, О.І. Олексюк [12], П.В. Круш, М.О.Зеленська [7], а також колектив науковців – І.З. Должанська, Т.О Загорна, О.О. Удалих та ін. [11]. Зокрема, В. Кунцевич [8] під потенціалом підприємства розуміє сукупність наявних ресурсів та можливостей, а також ресурсів та можливостей, які можуть бути мобілізовані для досягнення певної мети.

Іноді під потенціалом розуміють можливість підприємства виготовляти продукцію або як можливість продуктивних сил забезпечувати певний ефект, при цьому не вказуючи відповідність між отриманим ефектом і встановленими цілями. Таким чином, автори розглядають потенціал з лише з виробничої позиції, ототожнюючи його з виробничим потенціалом [1].

Різними є позиції науковців щодо виду ресурсів та характеру можливостей підприємства для досягнення поставленої мети. Зокрема, на існуючі засоби і можливості, які можна задіяти для досягнення мети вказує економічна енциклопедія [10]; на реальні та приховані – фінансово-економічний словник [5]; а у [11] виокремлено реальні та ймовірні можливості. Така характеристика надає потенціалу вірогідний характер, хоча потенціал є не випадковими можливостями, а можливостями, які об'єктивно існують і можуть бути застосовані для досягнення поставлених цілей.

Подані трактування категорії «потенціал підприємства» пов'язані з ресурсами підприємства і відповідно з досягненням певних цілей і виконанням поставлених завдань при їх використанні. Н.С.Краснокуцька [6] справедливо зазначає, що наявність ресурсів підприємства є обов'язковою основою формування потенціалу, однак це не гарантує досягнення певної мети. З врахуванням цього важливу роль у потенціалі підприємства відіграють здібності (компетенції) управлінського персоналу, які здатні мобілізувати матеріальні, людські і фінансові ресурси для ведення господарської діяльності для задоволення потреб зацікавлених осіб.

Отже, відповідно до визначень поданих вище, потенціал підприємства є інтегральною величиною, що характеризує можливості системи ресурсів і компетенцій підприємства формувати результати діяльності для досягнення поставленої мети з врахуванням потреб зацікавлених осіб.

Існування різних підходів до визначення сутності «потенціал підприємства» свідчить про його багаторівневий і багатоаспектний характер, зміст якого розкривається у видових проявах. Так, основними складовими потенціалу підприємства, що виокремлюються науковцями є виробничий, фінансовий та маркетинговий. У вказаний перелік О. Ареф'єва і О. Коренков вносять кадровий і управлінський [2]; В. Кунцевич – організаційний та соціальний [8]. Н. Рябикіна зазначений перелік поповнює потенціалом відтворення і організаційної структури управління [9].

А. Воронкова класифікуючи потенціал підприємства вказує на важливу роль кадрового потенціалу, виокремлюючи у ньому комунікаційну і мотиваційну складову [15]. Розглядаючи складові потенціалу підприємства, Е. Онищенко виділяє у ньому об'єктні та суб'єктні складові [13]. До складу об'єктних складових науковець відносить виробничий, фінансовий та інфраструктурний потенціал. Ці складові потенціалу визначають можливість залучення і використання матеріальних ресурсів підприємства, його конкурентні переваги, які зумовлені



особливостями розміщення. Суб'єктні – характеризують організаційний аспект, ефективне управління об'єктною складовою потенціалу підприємства, До їх складу Е. Онищенко науково-технічний, маркетинговий і кадровий потенціал.

Враховуючи те, що потенціал характеризує здатність підприємства досягати певної мети, яка визначається сферами його діяльності, у [3] складі потенціалу підприємства виокремлюються такі його складові як: управлінський, виробничий, фінансовий, маркетинговий, інноваційний та інвестиційний. До такого переліку не включений потенціал відтворення підприємства, його науковець відносить до інвестиційного. Кадровий потенціал, який у [2; 13] виділяють як окрему складову потенціалу віднесено до управлінського, виробничого, маркетингового, фінансового, інноваційного та інвестиційного, залежно від функціонального призначення та сфери діяльності, у якій використовуються кадри.

За ступенем реалізації потенціал можна поділити на поточний, тобто наявний у певний момент часу і бажаний, який можна назвати перспективним або стратегічним, спрямованим на досягнення довгострокових цілей. На підставі зіставлення рівнів поточного і стратегічного потенціалів у пропонується оцінювати ступінь його використання.

Відповідно до сфер реалізації потенціал може мати внутрішній та зовнішній (ринковий) характер. Зовнішній потенціал відображає ринкові можливості підприємства і оцінюється можливим потенційним обсягом попиту на його продукцію, роботи і послуги. Через динамічність та непередбачуваність зовнішнього середовища підприємство може впливати на такий потенціал лише частково. Ресурси і компетенції персоналу формують внутрішній потенціал підприємства і дозволяють йому скористатися ринковими можливостями.

За ієрархічною будовою підприємство як система, складається з окремих підсистем – бізнес-одиниць чи бізнес-процесів. Їх синергічний та адитивний ефект формує ефективність потенціалу підприємства в цілому.

- маркетинговий потенціал, який характеризує здатність маркетингової системи підприємства постійно підтримувати конкурентоспроможність підприємства;
- виробничий потенціал, яка характеризує здатність виробничого процесу забезпечити випуск обсяг продукції, який відповідає платоспроможному попиту;
- фінансовий потенціал, характеризує здатність підприємства забезпечити збутову, виробничу та логістичну системи фінансовими ресурсами;
- кадровий потенціал, характеризує сукупність здібностей, компетенцій та можливостей персоналу реалізовувати стратегічні напрямки розвитку;
- організаційний потенціал характеризує здатність управлінської команди підприємства сформувати ефективну систему комунікації між усіма складовими потенціалу.

Список використаних джерел

1. Авдеенко В.Н., Котлов В.А. Производственный потенциал промышленного предприятия. М.: Экономика, 1989. 310 с.
2. Ареф'єва О.В., Коренков О.В. Управление потенциалом развития промышленных предприятий. К. : Грот, 2004. 199 с.
3. Березін О.В., Карпенко Ю.В.. Теорія і практика забезпечення ефективного використання потенціалу підприємств : монографія Полтава : ІнтерГрафіка, 2012. 203 с
4. Воронкова А. Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация : монографія. Луганск : Изд-во Восточноукраинского національного университета, 2000. 315 с.
5. Загородній А.Г., Вознюк Г. Фінансово-економічний словник. К.: Знання, 2008. 1072 с.
6. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства : формування та оцінка : навч. посіб. К. : ЦНЛ, 2005. 352 с.



7. Круш П.В., Зеленська М.О. Методологічні підходи до розкриття сутності категорії «потенціал підприємства». *Теорії мікро-макроекономіки: збірник наукових праць*. 2009. №2. С. 12-18.
8. Кунцевич В.О. Поняття фінансового потенціалу розвитку підприємства та його оцінки. *Актуальні проблеми економіки*. 2004. №7(37). С. 123-130.
9. Рябикіна Н.І. Теоретико-методологічні засади оцінки та оптимізації використання потенціалу промислового підприємства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук; спец. 08.06.01. Одеса, 2003. 23с. URL: <http://referatu.net.ua/referats/7569/151785> (дата звернення 18.05.2020).
10. Словник сучасної економіки Макміллана. 6-те вид, перероб. та доп. К. : Вид-во «Артек», 2007. 713 с.
11. Управління потенціалом підприємства : навч. посібник/ [Должанська І.З., Загорна Т.О., Удалих О.О. та ін.]. К. : Центр навчальної літератури, 2006. 362 с.
12. Федонін О.С., Репіна І.М., Олексюк О.І. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навчальний посібник. К.: КНТЕУ, 2006. 316с.
13. Онищенко Е.К. Управління кадровим потенціалом підприємств: автореф. дис. на здобуття наук. ступенця канд. екон. наук ; спец. 08.00.04 Запоріжжя, 2014. 20 с.

ПАНАСЮК В.М.

доктор економічних наук, професор

ВІНЯРЧИК Г.І.

здобувач другого (магістерського) рівня

Західноукраїнський національний університет

м. Тернопіль, Україна

ПОНЯТТЯ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ ТА ПРОБЛЕМИ ЇХ ТРАКТУВАННЯ В СИСТЕМІ ОБЛІКУ

Виробничі запаси є однією із умов неперервного виробничого процесу, а також складовою оборотних активів підприємства. Вартість використаних виробничих запасів формує одну із найбільш вагомих складових витрат у структурі собівартості реалізованої продукції, робіт, послуг. Однак, варто зазначити, що наявність великої кількості виробничих запасів спричинює негативний вплив на діяльність підприємства. У зв'язку з цим, правильність організації їх обліку, аналізу та аудиту не тільки впливає на збереження запасів, але і на достовірність розрахунку фінансових результатів підприємства.

Огляд літературних джерел свідчить про існування різних понять-синонімів, які використовуються поряд з терміном «виробничі запаси», а саме: «ресурси», «матеріальні ресурси», «виробничі ресурси», «матеріальні оборотні активи», «матеріальні цінності». Розбіжність у тлумаченні цих понять веде до виникнення неоднозначності при формулюванні умов визнання виробничих запасів у системі бухгалтерського обліку підприємства. З метою ідентифікації сутності дефініції «виробничі запаси» розглянемо поданий перелік детальніше.

Треба зазначити, що поняття «запаси» почали застосовувати у вітчизняній науковій літературі у ході реформування бухгалтерського обліку і наближення його до міжнародних стандартів. До прийняття національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку у