

2. Кавтиш О. П. Шляхи формування корпоративних утворень в економічних системах сучасності / О. П. Кавтиш // Актуальні проблеми економіки: Науковий журнал. – 2012. – № 1. – 98 с.

3. Інформаційне агентство УНІАН: Металургійні підприємства України станом на 2013 рік. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://economics.unian.ua/industry/737844-metpidpriemstva-oprilyudnili-zvitnist-za-2013-rik.html>.

4. Державна підтримка українського експорту. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrexport.gov.ua.

5. За даними “Металургпрому” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ugmk.info/art/balansovoe-sovewanie-v-gmk-pravitelstvo-pomozhet.html>.

6. Воробйов С. Л. Пріоритети та інструменти модернізації металургійної галузі України / Воробйов С. Л., Собкевич О. В. // Стратегічні пріоритети: науково-аналітичний щоквартальний збірник Національного інституту стратегічних досліджень. – К., 2012. – № 4 (25) С. 118–124.

ТЕТЯНА МАТВІЙЧУК

ПАРАДИГМА ФОРМУВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Інтеграційні процеси, які відбуваються на світовому та європейському ринках призвели до необхідності українським суб'єктам господарювання відповідати всім вимогам сучасного світового простору. Тобто, здійснювати підприємницьку діяльність потрібно на високому, конкурентоздатному рівні. Високу конкурентоздатність підприємству дає його потенціал. Формування потенціалу підприємства є одним із найважливіших процесів, проте в Україні цьому не виділяють достатньої уваги. У господарських суб'єктів, які працюють на українському ринку, виникає проблема побудови правильної парадигми формування потенціалу, який забезпечить процвітання та успіх в майбутньому.

Потенціал підприємства – це система інтегрованих можливостей підприємства для реалізації в майбутньому, яка складається із різноманітних факторів. Такими факторами є запаси ресурсів, виробничий потенціал, фінансові можливості, кадровий потенціал, можливості інноваційного забезпечення, науково-технічні, маркетингові, інвестиційні, інформаційні, управлінські та організаційні можливості. Всі вони рівнозначні та синтезують між собою.

Для формування потенціалу підприємства необхідно організувати ресурси та можливості так, щоб в результаті їхньої взаємодії відбувався успіх і в стратегічному, і в тактичному, і в оперативному напрямку. Для цього використовують наступні підходи: системний, нормативний, інноваційний, маркетинговий (орієнтація на споживача), інтеграційний, відтворювальний, функціональний, ситуаційний, структурний, динамічний, оптимізаційний, адміністративний, поведінковий та комплексний.

Формування потенціалу підприємства – це процес ідентифікації та створення підприємницьких можливостей, його структуризації та побудови певних організаційних форм для стабільного розвитку та ефективного відтворення [1, 71]. Цей процес є складним і багатограним, орієнтованим на взаємодію із зовнішнім і внутрішнім середовищем підприємства. До зовнішніх чинників належать ті, які опосередковано впливають на процес формування потенціалу, а саме: політичні, юридичні, економічні та соціальні умови. Цей вплив здійснюється з боку держави, інвестиційних компаній, банків та суспільних груп та організацій. До внутрішніх чинників відносять ті, які прямо впливають на формування потенціалу. Наприклад, досвід і навички працівників, пристосованість їх до інновацій, стратегія ведення підприємницької діяльності, моральні цінності та норми керівників, принципи організації та ведення бізнесу.

Формування конкурентоздатного потенціалу відбувається на основі минулих і теперішніх передумов, а результат очікується в майбутньому.

Парадигма формування потенціалу підприємства складається із таких процесів:

1. Правильне проведення планування та оптимізації можливостей підприємства, враховуючи його сильні та слабкі сторони, можливості та загрози.

2. Організація виробництва з наданням переваги більш гнучким системам, що дозволять вчасно та правильно зреагувати на зміни в навколишньому середовищі (наприклад при підвищенні конкуренції).

3. Врахування поставлених, перед підприємством, цілей під час формування потенціалу.

4. Формування виробничих потужностей повинно відбуватися так, щоб не було їх недовикористання.

5. Під час створення ресурсної бази, схилити свій вибір до ресурсів, які відповідають вимогам ринку: якість, необхідний склад та характеристика. Правильно сформована ресурсна база, в подальшому дозволить виробляти продукцію, на яку буде попит.

6. Організація ресурсів повинна відбуватися без понаднормових запасів, утримання яких призводить до збільшення витрат. Важливими є альтернативні комбінації, адже для задоволення однієї потреби може існувати кілька варіантів наборів необхідних ресурсів.

7. Раціоналізація обмежених ресурсів, спрямування їх у найвигідніше русло.

8. Трудовий потенціал повинен бути високої кваліфікації та достатньо мотивованим для ефективної продуктивності праці.

9. Прихильність до інноваційних введень, готовність працівників до нововведень.

10. Правильне використання інформації. Недостатньо мати актуальну та необхідну інформацію, потрібно вміти її використати в правильному напрямку.

11. Необхідно правильно вкладати власні інвестиції і залучати, при необхідності, зовнішні інвестиції у власне підприємство. Тобто, займатися інвестиційною діяльністю.

12. Забезпеченість науково-технічними ресурсами, які необхідні для підвищення конкурентоздатності підприємства.

13. Здійснювати організаційно-управлінський процес враховуючи зміни внутрішнього і зовнішнього середовища. Тобто підприємство повинно бути адаптивним до всіх змін, які відбудуться.

14. Проводити розширення напрямів діяльності підприємства за умов розширення організаційної структури.

15. Максимізувати роль управлінських компетенцій у загальному процесі управління.

16. Після виконання вищенаведених пунктів потрібно здійснити оцінку отриманого результату.

Отже, при використанні запропонованої парадигми формування потенціалу, підприємство в майбутньому буде мати значні конкурентні переваги та спроможність отримувати високі прибутки. Це в свою чергу дозволить відповідати всім вимогам сучасного інтеграційного простору.

ЛІТЕРАТУРА

1. Арефєва О. В. Економічні засади формування потенціалу підприємства / О. В. Ареф'єва, Т. В. Харчук // *Актуальні проблеми економіки*. – 2008. – № 7. – С. 71–77.

2. Амосов О. Ю. Формування потенціалу підприємства: організаційний та управлінський аспект / О. Ю. Амосов // *Бізнес Інформ*. – 2012. – № 12. – С. 337–340.

АЛІНА МИХАЙЛИШИН

Науковий керівник:

к.е.н, доцент Пазізіна К. В.

СВІТОВИЙ ДОСВІД РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИКИ ІМПОРТОЗАМІЩЕННЯ

Політику імпортозаміщення, кінцевою метою якої є диверсифікація місцевої промисловості і підвищення конкурентоспроможності національної промисловості, в різні періоди часу у більш чи менш явній формі застосовувала переважна більшість країн світу.

Країни Західної Європи та США вперше скористалися даною стратегією ще в середині XIX ст. для підтримки власної промисловості, а поширення вона набула в середині XX ст. як одна з концептуальних ідей, на базі яких країни, що розвиваються намагалися наздогнати розвинуті країни.

В 50–60- ті роки XX ст. Латинська Америка для захисту своєї економіки від експансії з боку Північної Америки здійснила ряд заходів для зниження цін на продукцію вітчизняного виробництва, а кошти, що залишилися в регіоні, були направлені на модернізацію промисловості. В даний період такі великі