

Батюк Олександр,
здобувач третього рівня вищої освіти «доктор філософії»,
Комзюк Олександр,
здобувач третього рівня вищої освіти «доктор філософії»,
Західноукраїнський національний університет

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах динамічного розвитку економіки, глобалізації ринків, технологічних змін та зростаючої конкуренції потенціал підприємства та ефективне його використання є ключовим чинником забезпечення стійкості, конкурентоспроможності та довгострокового розвитку, що дозволяє адаптуватися до змін середовища, реалізовувати інноваційні проєкти та досягати стратегічних цілей.

В етимологічному значенні термін «потенціал» походить від латинського слова *potentia*, що означає «сила», «приховані можливості», джерело сили або можливостей, які можуть бути практично реалізовані в господарській практиці. Тож потенціал підприємства – це комплексне відображення наявних та майбутніх можливостей підприємства, що можуть бути максимально використані в господарській діяльності [3, с.684].

На сьогодні є багато публікацій, що містять різні аспекти поняття «потенціал підприємства». Великий тлумачний словник сучасної української мови дає визначення потенціалу, як сукупності усіх наявних засобів, можливостей, продуктивних сил, що можуть бути використані у певній сфері, галузі, ділянці; запас чого-небудь резерв; приховані здатності, сили якої-небудь діяльності, що можуть виявлятися за певних умов. О.М. Ждан визначає потенціал підприємства як сукупну здатність підприємства здійснювати економічну, виробничу і фінансову діяльність, спрямовану на досягнення максимально можливого результату за умови альтернатив розвитку системи підприємства у зовнішньому середовищі функціонування, забезпечення високого ступеня фінансової стійкості й платоспроможності [4]. О.В. Пастощук стверджує: «Потенціал підприємства – це гранична можливість підприємства до генерації доданої вартості на основі максимального використання ресурсів (виробничих, трудових, організаційних) та досягнення ефекту синергії» [6]. Н.С. Краснокутська зазначає, що потенціал підприємства можна визначити як можливості системи ресурсів і компетенцій. О.В. [5]. Березін визначає потенціал

підприємства як здатність підприємства забезпечувати очікуваний результат або вирішувати поставлені завдання в наявній системі внутрішніх і зовнішніх обмежень з урахуванням здатності носія до розвитку [2].

Багато авторів згодні з тим, що визначення загального поняття категорії «потенціал підприємства» та його оцінка набуває все більшого значення для сучасних умов функціонування підприємств. Таким чином, у літературних джерелах виділено ресурсний, результативний, цільовий (стратегічний) підходи до визначення поняття потенціал підприємства. Ресурсний підхід передбачає визначення потенціалу підприємства як сукупності ресурсів, що перебувають у розпорядженні підприємства. Оцінка потенціалу зводиться до визначення вартості активів підприємства, які відображені у балансі підприємства. Результативний підхід визначає потенціал підприємства як сукупність можливостей з випуску продукції, в умовах, що забезпечують найбільш ефективне використання певної кількості наявних економічних ресурсів за часом та продуктивністю [1, с.129].

На основі наведених формулювань можна зробити висновок про те, що потенціал підприємства – багатоаспектне поняття, що об'єднує в собі стратегічні цілі розвитку, рушійні сили, зовнішні і внутрішні умови розвитку, джерела розвитку і досягнуті результати.

Виділяють наступні складові потенціалу підприємства: виробничий, фінансовий, трудовий, маркетинговий та управлінський.

Виробничий потенціал підприємства - це сукупність виробничих ресурсів, що забезпечують створення нової вартості. Його елементи мають адаптуватися до вимог продукції.

Фінансовий потенціал визначає здатність підприємства забезпечувати фінансову стійкість і конкурентоспроможність за рахунок ефективного використання власних і позикових коштів.

Інвестиційний потенціал – це здатність підприємства інвестувати в розвиток, формуючи фінансові потоки для зростання та підтримки інших видів потенціалу (виробничого, фінансового, маркетингового).

Трудовий потенціал охоплює кількісний і якісний склад персоналу, включаючи професійний і освітній рівень працівників.

Маркетинговий потенціал характеризує здатність підприємства впливати на ринок, формуючи стійке коло споживачів і підтримуючи попит на продукцію.

Організаційно-управлінський потенціал - це здатність керівництва ефективно реагувати на зміни зовнішнього середовища, забезпечуючи гнучкість і координацію дій на всіх рівнях управління.

Також потенціал може бути класифікований за такими ознаками: за рівнем використання на актуалізований та резервний; за тривалістю - оперативний, стратегічний; за походженням - внутрішній, зовнішній.

Таким чином, потенціал підприємства це не просто сума ресурсів, а динамічна система, яка формує основу конкурентних переваг. Розуміння його структури та вміння управляти ним є критично важливим для забезпечення ефективної діяльності та сталого розвитку підприємства.

Список використаних джерел

1. Азарян О.М. Концепція управління потенціалом підприємства на основі інтегрального маркетингу. Вісник Приазовського державного технічного університету: зб. наукових праць. ПДТУ. Маріуполь, 2012. Вип. 24. С. 128-132.
2. Березін О.В., Плотник О.Д. Економічний потенціал аграрних підприємств: механізми формування та розвитку. Полтава: Інтер Графіка, 2012. 221 с.
3. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. та гол. ред. В.Т. Бусел. Київ; Ірпінь: Перун, 2005. Т. VIII. 1728 с.
4. Ждан О.М. Економічне обґрунтування терміну «потенціал підприємства». Науковий вісник НЛТУ України. 2010. Вип. 20.3. С. 139–142.
5. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури, 2005. 352 с.
6. Орехова А. І. Економічний потенціал підприємства: сутнісні характеристики та структуризація. Економіка і суспільство. 2018. Вип. 17. С. 308-313.