

## ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА»

Тімченко В.І., гр. Е-21

Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. Гросул В.А.  
Харківський державний університет харчовання та торгівлі

Результативність діяльності підприємства та рівень його конкурентноспроможності залежить, в першу чергу, від наявного потенціалу, його величини та можливостей використання. Для успішного формування та реалізації будь-яких елементів потенціалу, насамперед, потрібно визначення його сутності.

Аналіз сучасної економічної літератури з питань сутності потенціалу показав, що коло визначень дефініції «потенціал підприємства» підприємства широке. Це свідчить про складність та недостатню визначеність даної категорії і, відповідно, ускладнює розробку методів його кількісної оцінки, аналізу ефективності використання та визначення напрямків стратегічного розвитку.

Потенціал є базовим елементом підприємства, який об'єднує в собі цілі, рушійні сили і джерела його розвитку. Незважаючи на велику кількість інтерпретацій цього терміну, можна виділити низку характеристик, притаманних більшості з підходів.

По-перше, окремим блоком у системі потенціалу виділяють ресурси, які має підприємство у своєму розпорядженні. Більшість авторів пропонує вважати ресурси за найважливішу складову потенціалу підприємства. На наш погляд, ресурси, за відсутності можливості ефективно їх використати, не являються гарантом досягнення будь-яких цілей.

По-друге, окрім ресурсної складової у сучасній економічній літературі виділяють можливості, які можуть бути використані для досягнення певної мети.

Проведений аналіз існуючих трактувань терміну «потенціал» дозволяє зробити висновок, що в сучасних умовах господарювання потенціал підприємства має розглядатися з позицій інтегрованого підходу, який поєднує загальноприйняті в економічній літературі підходи.

Відповідно до цього, сутність потенціалу повинна розкриватися як сукупність взаємопов'язаних ресурсів, здібностей, компетенцій та можливостей, мобілізація та збалансована комбінація яких забезпечує розвиток підприємства на ринку, сприяє досягненню стратегічних цілей та формує певні конкурентні переваги.