

*University*], vol. 5 (2), pp.160-162 (in Ukr.).

3. Borysova, O.V., Kaliberda, A.O. (2013). Formation the image of the enterprises of the hotel industry. *Ekonomichna stratehiia i perspektyvy rozvytku sfery torhivli ta posluh [Economic strategy and prospects for the development of trade and services]*, vol. 2 (1), pp.186-193 (in Ukr.).

4. Hryn'ko, T., Timar, I. (2014). Image of service enterprises: the essence of the concept and the features of the formation. *Zbirnyk naukovykh prats' Cherkas'koho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu. Serii: Ekonomichni nauky [Collection of scientific works of Cherkasy State Technological University. Series: Economic Sciences]*, vol. 38 (1), pp. 127-132 (in Ukr.).

5. Zamiatina, N.V. Quality management of tourism services in a competitive environment. *Problemy formuvannia ta rozvytku innovatsijnoi infrastruktury : vyklyky postindustrial'noi ekonomiky, z nahody 200-richchia Universytetu. Materialy IV Mizhnarodnij nauково-praktychnij konferentsii [Problems of formation and development of innovative infrastructure: challenges of the post-industrial economy, on the occasion of the 200th anniversary of the University. Mat. IV Intern. Scien. and Pract. Conf.]*, Lviv, Ukraine, pp. 65-67 (in Ukr.).

6. Lozovs'kyj O.M., Dronchak, I.V. (2016). Formation of the company's image as an element of competitiveness. *Molodyj vchenyj [Young scientist]*, vol.1 (28), pp. 101-104 (in Ukr.).

7. Strotsiuk, Yu.V. (2010). The essence and significance of a positive image for an enterprise. Available at: [http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/vnulp/Ekonomika/2010\\_684/51.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/vnulp/Ekonomika/2010_684/51.pdf) (in Ukr.).

8. Shasha, O.I. (2012). Corporate social responsibility as a factor in creating a positive company image. Available at: <http://www.kpi.kharkov.ua/2012/16/12sasa.pdf> (in Ukr.).

9. Chumikov, A.N., Bocharov, M.P. (2006). *Svyazi s obschestvennostyu [Public relations]*. Delo, Moscow, 552 p. (in Russ.).



**УДК 658:330**

**І. А. Маркіна**, д.е.н., професор,

Полтавська державна аграрна академія, м. Полтава,

**О. О. Більовська**, к.е.н.,

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, м. Харків

**Д. О. Ганженко**,

Полтавська державна аграрна академія, м. Полтава

### **МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО СТРУКТУРИЗАЦІЯ**

*Анотація*

Успішним в умовах динамічного мінливого зовнішнього середовища є те підприємство, яке постійно розвивається. На сучасному етапі актуалізуються питання пошуку ефективних способів забезпечення стабільності та результативної діяльності господарюючих суб'єктів. Діяльність будь-якого підприємства ґрунтується на формуванні та управлінні потенціалом, який є основою його сталого розвитку. У статті досліджується аналіз сутності та змісту «потенціалу підприємства», оскільки воно є досить складним поняттям і включає в себе багато взаємопов'язаних елементів. Розглядаються основні наукові підходи до формування потенціалу підприємства. Визначаються характерні риси потенціалу підприємства. Узагальнюються існуючі методичні підходи щодо виділення елементів потенціалу

підприємства та аналізуються різні варіанти його структуризації. На основі взаємодії підприємства з ринковим середовищем виділяються основні види потенціалу підприємств.

Ключові слова: підприємство, потенціал, внутрішні можливості, внутрішній потенціал, структуризація, формування потенціалу.

**И. А. Маркина**, д.э.н., профессор,

Полтавская государственная аграрная академия, г. Полтава,

**О. А. Белёвская**, к.э.н.,

Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина, г. Харьков,

**Д. А. Ганженко**,

Полтавская государственная аграрная академия, г. Полтава

## **МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ И ЕГО СТРУКТУРИЗАЦИЯ**

### *Аннотация*

Успешным в условиях меняющейся внешней среды является то предприятие, которое постоянно развивается. На современном этапе актуализируются вопросы поиска эффективных способов обеспечения стабильности и результативной деятельности хозяйствующих субъектов. Деятельность любого предприятия основывается на формировании и управлении потенциалом, который является основой устойчивого развития. В статье исследуется анализ сущности и содержания «потенциала предприятия», поскольку оно является достаточно сложным понятием и включает в себя много взаимосвязанных элементов. Рассматриваются основные научные подходы к формированию потенциала предприятия. Определяются характерные черты потенциала предприятия. Обобщаются существующие методические подходы относительно выделения элементов потенциала предприятия и анализируются различные варианты его структуризации. На основе взаимодействия предприятия с рыночной средой выделяются основные виды потенциала предприятий.

Ключевые слова: предприятие, потенциал, внутренние возможности, внутренний потенциал, структурирование, формирование потенциала.

**Постановка проблеми.** Важливим аспектом успішного функціонування підприємства в умовах динамічного мінливого зовнішнього середовища є розвиток підприємства. Очевидно, що розвиток підприємства – це не автокерований процес, іманентний підприємству, а тому створення та підтримка такого розвитку потребують цілеспрямованих зусиль з боку керівництва підприємства, що забезпечуються на підґрунті формування збалансованого та розвинутого потенціалу.

В умовах ринкових трансформацій, глобалізації та інноваційної моделі розвитку національної економіки особливого значення набувають рішення, пов'язані із пошуком нових підходів до підвищення ефективності управління потенціалом підприємств. Останнім часом питанням розвитку

потенціалу підприємства приділяється багато уваги. Це пов'язано з тим, що потенціал виступає тією базою, на основі якої підприємство здатне зберігати і збільшувати свою конкурентоспроможність у довгостроковій перспективі. Необхідність дослідження потенціалу підприємства стає все більш актуальним науковим завданням, оскільки розуміння його сутності, формування та структуризації для конкретного підприємства визначає майбутні напрями його розвитку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Різноманітним аспектам методологічних засад потенціалу підприємств присвячені праці багатьох вчених, зокрема М. О. Зеленської [9], О. С. Федоніна, І. М. Репіної, О. І. Олексик [13], Н. С. Краснокутської [10], В. Н. Гавви, Є. А. Божко [6], І. Р. Бузька, І. Є. Дмитренко, О. А. Суценка [4], О. В. Арєф'євої, Т. В. Харчук [2], А. Е. Воронкової, Ю. С. Погорелова [5] та ін., в яких науковці розробляють широке коло питань щодо сутності потенціалу, його структури, підходів до оцінки, формування та управління ним.

**Формулювання цілей статті й аргументування актуальності поставленого завдання.** Разом з тим, наукових доробок щодо формування та структуризації потенціалу підприємства недостатньо, що і зумовило актуальність обраної теми, яка вимагає подальшого дослідження і вдосконалення. Тому метою та завданнями статті є: визначення сутності та змісту «потенціалу підприємства»; дослідження основних наукових підходів до формування потенціалу підприємства; аналіз структури потенціалу і, відповідно, за результатами дослідження формулювання більш повного розуміння даної категорії.

**Виклад основного матеріалу.** У вітчизняній науковій літературі немає однозначного бачення як сутності процесу формування потенціалу, так і алгоритму його формування і контролю. Водночас існує розуміння взаємозалежності між величиною потенціалу та його ринковим становищем. Так, високий потенціал вважається позитивною характеристикою виживання підприємства в динамічних умовах ринку. При будь-яких змінах саме рівень та якість потенціалу показують стійкість і гнучкість підприємства, а отже, показник потенціалу має свою оціночну вартість. Кожна зміна, що відбувається на підприємстві, вимагає завчасного розвитку певних складових внутрішнього потенціалу та інвестування коштів у цей розвиток [9].

З метою досягнення стратегічних цілей підприємство має включати в себе оволодіння внутрішніми можливостями і бути спроможним підтримувати взаємозв'язки із зовнішнім середовищем, тобто мати економічний потенціал.

Потенціал підприємства є досить складним поняттям і складається із багатьох взаємопов'язаних елементів. Поняття «потенціал» (від латин. «*potentia*») визначається як «приховані можливості». Економісти пояснюють «потенціал» як сукупність нереалізованих засобів, запасів та джерел, що є в наявності і можуть бути використані з метою досягнення певних цілей підприємства та прийняття управлінських рішень.

На думку І. А. Шарко, основний зміст поняття «потенціал підприємства» полягає в оцінці поточних і майбутніх можливостей підприємства трансформувати вхідні ресурси за допомогою притаманних їй персоналу підприємницьких здібностей в економічні блага, максимально задовольняючи таким чином власні й суспільні інтереси [15, с. 360].

Науковці В. І. Хом'яков, І. В. Бакум вважають, що потенціал – це «джерела, можливості, засоби, запаси, які можуть бути приведені в дію, використані для вирішення певного завдання, досягнення певної цілі, можливості окремої особи, суспільства, держави, підприємства в певній галузі» [14, с. 11].

На думку В. Н. Гавви та Є. А. Божко, потенціал підприємства – це елементи й можливості системи, «сукупність і взаємодія яких створюють об'єктивні передумови для цілеутворення і вибору найбільш раціональної стратегії досягнення цілей» [6, с. 6].

Дослідниця В. В. Пастухова визначає потенціал як можливості підприємства щодо виробництва, реалізації товарів або послуг, а також здатності щодо формування і задоволення потреб ринку, які визначаються наявними ресурсами й здібностями персоналу до їх ефективного використання [12, с. 31].

Таким чином, здійснивши аналіз визначень і трактувань перерахованих авторів, можна зробити висновок про те, що поняття «потенціал підприємства» вимагає подальшого дослідження і вдосконалення. Усі визначення між собою мають деякі протиріччя в своїй суті і в підходах до застосування. Тому, на нашу думку, потенціал підприємства виражається у сукупності наявних ресурсів, за допомогою яких підвищується ефективність діяльності підприємства в цілому і, відповідно, досягаються бажані результати у вигляді прибутку.

Поняття формування потенціалу можна трактувати як процес визначення та розуміння наявних і прихованих потенційних можливостей та ресурсного забезпечення, оцінки необхідності та достатності наявного потенціалу поставленим цілям та завданням і комплекс організаційно-інформативних заходів щодо створення управлінських та операційних зв'язків між структурними ланками, що необхідні для реалізації цілей і

---

## ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

відповідають внутрішнім перетворенням (необхідне навчання, встановлення контактів і т.д.) [9].

На нашу ж думку, формування потенціалу підприємства – це процес створення і підготовки системи наявних ресурсів та їх залучення у виробництво з метою досягнення цілей, підвищення ефективності діяльності підприємства і, відповідно, отримання бажаних результатів у вигляді прибутку.

Варто акцентувати увагу на основних наукових підходах, які застосовуються при формуванні потенціалу підприємства. Серед них [3]:

1. Системний підхід, який є одним із основних у процесі формування потенціалу підприємства. При його застосуванні на основі маркетингових досліджень спочатку формуються параметри виходу товару або послуги. Потім визначаються параметри входу. Потреба в ресурсах та інформації прогнозується після вивчення вимог до організаційно-технічного потенціалу підприємства (рівня техніки, технології, організації виробництва, праці та управління) і параметрів зовнішнього середовища (політичних, економічних, технологічних, культурного середовища країни та інфраструктури даного регіону).

2. Маркетинговий підхід передбачає орієнтацію формування можливостей підприємства на споживача. Це означає, що формування певного елемента потенціалу повинно базуватися на аналізі та прогнозуванні ринкових потреб, конкурентоспроможності та конкурентних переваг. При застосуванні маркетингового підходу пріоритетами вибору критеріїв формування потенціалу підприємства є: підвищення якості кінцевого результату реалізації потенціалу відповідно до потреб споживачів; економія ресурсів у споживачів за рахунок підвищення якості всіх елементів потенціалу і, як наслідок, підвищення якості кінцевої продукції або послуги.

3. Функціональний підхід передбачає пошук зовсім нових, оригінальних технічних рішень для задоволення існуючих або потенційних потреб.

4. Інноваційний підхід орієнтований на активізацію інноваційної діяльності, засобами якої повинні бути фактори виробництва та інвестиції [3].

Науковці О. В. Арєф'єва, Т. В. Харчук виділяють такі основні підходи до формування потенціалу: системний, маркетинговий, функціональний, відтворювальний, інноваційний, нормативний, комплексний, інтеграційний, динамічний, оптимізаційний, адміністративний, поведінковий, ситуаційний, структурний. З огляду на ці підходи до формування потенціалу підприємства можна визначити його характерні риси, серед яких:

*перша риса:* потенціал підприємства визначається його реальними можливостями в тій чи іншій сфері соціально-економічної діяльності, причому не тільки реалізованими, а й нереалізованими з будь-яких причин;

*друга риса:* можливості будь-якого підприємства багато в чому залежать від наявності ресурсів і резервів, які не залучені у виробництві, тому потенціал підприємства характеризується певним обсягом ресурсів, як залучених у виробництво, так і незалучених, але підготовлених до використання;

*третьою рисою* полягає в тому, що потенціал підприємства визначається не тільки і не стільки наявними можливостями, але й навичками різних категорій персоналу до його використання з метою виробництва товарів, надання послуг, отримання максимального доходу (прибутку) і забезпечення ефективного функціонування та сталого розвитку виробничо-комерційної системи;

*четвертою рисою* є рівень і результати реалізації потенціалу підприємства визначаються також формою підприємництва та адекватною їй організаційною структурою [2].

Проте основна проблема формування потенціалу полягає в складності його розуміння та виділення певних складових через його синергетичну сутність. Тому формування тісно пов'язане зі структуризацією – без якісної структуризації неможливо оцінити взаємозв'язки між різними видами потенціалу, вагомість кожного з видів, рівень розвитку і прийняти рішення щодо подальшого розвитку та управління підприємством [9].

Тому важливою властивістю потенціалу підприємства є системність та складність структури. Дослідження структури – невід'ємна частина теорії потенціалу підприємства, яка необхідна для визначення основних напрямків управлінського впливу для покращення використання існуючих можливостей суб'єкта господарювання.

При визначенні структури потенціалу підприємства вчені намагались не лише визначити набір складових, але й наголошували на необхідності знаходження оптимального співвідношення. Дослідники питання побудови потенціалу підприємства, як правило, описують структуру потенціалу як сукупність ресурсів. Щодо результативного підходу, коли потенціал виступає певним результатом функціонування господарської системи, дослідження його структури стосується функціональних та організаційних аспектів діяльності підприємства. Саме на існуванні цих двох підходів базуються основні дослідження як суті категорії «потенціал підприємства», так і його структури, на що вказують дослідники цих напрямків [7].

На думку вчених О. С. Федоніна, І. М. Репіної, О. І. Олексика, структура

## ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

потенціалу підприємства – відносно стійкий спосіб організації елементів потенціалу, що розкриває його будову, елементний склад, принцип формування та розвитку. З огляду на це саме поняття «структура потенціалу» має характеризуватися такими основними рисами: стійкість, стабільність, гнучкість, пропорційність, збалансованість тощо [13].

Дослідження структурування потенціалу підприємства не обмежується тільки врахуванням його ресурсів, оскільки структура системи не визначається лише її складовими, а багато в чому залежить від організації їхньої взаємодії, функціональним характером цієї взаємодії тощо [4, с. 19].

Так, дослідниця Н. С. Краснокутська у своїй науковій роботі виділяє два розповсюджених варіанти структуризації: блочно-модульну, що заснована на взаємодії трьох складових, які охоплюють всі стратегічні компоненти підприємства і дають змогу досягти поставлених цілей та найбільш повно характеризують внутрішній стан підприємства – ресурси, систему управління, діяльність персоналу; та функціональну, в якій є такі функціональні сфери: маркетинг, виробництво, кадри, менеджмент, фінанси, інформацію. У рамках кожної такої функціональної сфери формується свій внутрішній потенціал, який умовно можна структурувати на об'єктивний і суб'єктивний залежно від ознак, що лежать в його основі (існування поза людиною, зовнішнє стосовно неї або існування, обумовлене діяльністю людей) [10].

Водночас А. Е. Воронкова до структури потенціалу пропонує відносити виробничо-фінансові (виробничий потенціал, фінансовий потенціал, комунікаційний потенціал), інтелектуальні (інноваційний потенціал, маркетинговий потенціал, управлінський потенціал) та трудові можливості (трудовий потенціал і мотиваційний потенціал) [5].

У науковій літературі з потенціалу підприємств найбільшу увагу приділяють таким його видам, що виокремлені за функціональною ознакою. Так, О. С. Федонін, І. М. Репіна, О. І. Олексик [13] та Н. С. Краснокутська [10] виділяють виробничий, маркетинговий, фінансовий, науково-технічний, організаційний, управлінський та інші види потенціалу.

При формуванні та використанні потенціалу підприємства здійснюється його структуризація, під час якої встановлюються функції та взаємозв'язок компонентів, що дозволяє чітко виділити і сформулювати проблеми в управлінні потенціалом, які підлягають негайному вирішенню. Відсутність єдиної думки про структуру потенціалу підприємства зумовлено тим, що дослідження з даної проблеми здійснюються в рамках окремих складових потенціалу.

Отже, здійснений вище теоретичний аналіз сутності потенціалу

підприємства та його структуризації дозволяє дійти важливих в контексті дослідження висновків щодо його формування. На основі цих висновків доцільно виділити такі види потенціалу підприємства:

1. *Управлінський потенціал* – це вміння, навички та компетентність керівництва, які спрямовуються на результативне функціонування соціально-економічної системи підприємства.

2. *Трудовий потенціал* розглядають як сукупність особистісних, професійних, моральних характеристик працівників, що формують їх компетенції і дозволяють їм продукувати і / або матеріалізувати нові науково-технічні знання з метою реалізації стратегії і місії підприємства.

3. *Фінансовий потенціал* – обсяг власних, позикових і залучених фінансових ресурсів, якими підприємство може розпоряджатися для здійснення поточних і перспективних витрат. Головною складовою фінансового потенціалу є інвестиційний потенціал, тобто наявні та приховані можливості підприємства для здійснення простого й розширеного відтворення [3].

4. *Інноваційний потенціал* – це ті можливості, які за допомогою нових знань та технологій забезпечать перетворення ресурсів з метою досягнення позитивних змін у підприємстві.

5. *Комунікаційний потенціал* характеризує наявність комунікаційних зв'язків, що відображають рівень визначеності та ефективності взаємодії підприємства з елементами зовнішнього середовища, які сприяють реалізації мети інноваційної діяльності, тобто наявність надійних зв'язків з партнерами, постачальниками ресурсів, каналами поширення і збуту, споживачами інноваційної продукції.

6. *Науково-технічний потенціал* – узагальнююча характеристика рівня наукового забезпечення виробництва (науки, техніки, технології, інженерної справи, виробничого досвіду), можливостей і ресурсів, в тому числі науково-технічних кадрів, які є в розпорядженні підприємства для вирішення науково-технічних проблем.

7. *Виробничий потенціал* – це наявні й приховані можливості підприємства щодо залучення та використання факторів виробництва для випуску максимально можливого обсягу продукції (послуг). Його потрібно також сприймати як сукупність функціонуючих ресурсів, які можуть виготовляти певний обсяг продукції. Тому виробничий потенціал є поліструктурною системою. До його складу входять: потенціал землі та природно-кліматичні умови; потенціал основних та оборотних фондів; потенціал нематеріальних активів; потенціал технологічного персоналу [9].

8. *Потенціал відтворення* – сукупність матеріально-технічних, нематеріальних, фінансових та інших ресурсів, які знаходяться в розпорядженні підприємства або можуть бути додатково залучені й використані для простого або розширеного відтворення факторів



## ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

виробництва та інших складових потенціалу підприємства.

9. *Ринковий потенціал* – це найбільш перспективні для підприємства ринки та концентрування на них своєї діяльності [8, с. 96].

10. *Інфраструктурний потенціал* – це збалансовані з вимогами виробництва можливості цехів, господарств і служб забезпечити необхідні умови для діяльності основних підрозділів підприємства та задоволення соціальних потреб його персоналу.

11. *Маркетинговий потенціал* – це здатність підприємства систематизовано й планомірно спрямувати всі свої функції (визначення потреб і попиту, організація виробництва, продаж і післяпродажне обслуговування) на задоволення потреб споживачів і використання потенційних ринків збуту. У структурі маркетингового потенціалу окремо виділяють логістичний потенціал.

12. *Стратегічний потенціал* – розкриває не тільки граничні обсяги виробництва продукції при найбільш повному використанні матеріальних і трудових ресурсів, а й здатність підприємства аналізувати зовнішнє середовище, кон'юнктуру ринку і фактори виробництва, здатність адаптації до змін [6, с. 9].

13. *Інформаційний потенціал* – можливості створеної інформаційної бази гарантувати своєчасне та повне насичення підприємства достовірною інформацією для прийняття рішень у процесі господарської діяльності та досягнення цілей розвитку підприємства.

14. *Інтелектуальний потенціал* – сукупність людських, матеріальних і фінансових ресурсів, які задіяні в двох тісно пов'язаних між собою ключових сферах інтелектуального життя суспільства – науці й освіті і, величина яких показує створену та накопичену в суспільстві здатність до творчого створення нових знань, технологій продуктів [11]. Система оцінки інтелектуального потенціалу підприємства є однією із функціональних підсистем. Оцінка вартості інтелектуального потенціалу підприємства є впорядкованим, цілеспрямованим процесом визначення вартості об'єкта у вартісному вираженні з урахуванням потенційного і реального доходу, який має місце в певний проміжок часу в умовах конкретного ринку [1, с. 84].

15. *Соціальний потенціал* – можливість забезпечувати соціальні потреби працівників, наявність об'єктів соціальної інфраструктури.

За результатами проведеного дослідження доцільно зробити наступні

### **ВИСНОВКИ:**

1. Найважливішою синтетичною характеристикою підприємства, що визначає можливості його потенційного розвитку, є потенціал, який виступає одним із інструментів сучасного управління підприємством та

його удосконалення.

2. Потенціал підприємства – це сукупність наявних ресурсів, за допомогою яких підвищується ефективність діяльності підприємства в цілому і, відповідно, досягаються бажані результати у вигляді прибутку.

3. Формування потенціалу підприємства – це процес створення і підготовки системи наявних ресурсів та їх залучення у виробництво з метою досягнення цілей, підвищення ефективності діяльності підприємства і, відповідно, отримання бажаних результатів у вигляді прибутку.

4. Визначено види потенціалу підприємства: управлінський, трудовий, фінансовий, інноваційний, комунікаційний, науково-технічний, виробничий, ринковий, інфраструктурний, маркетинговий, стратегічний, інформаційний, інтелектуальний, соціальний, потенціал відтворення.

#### **Список використаних джерел:**

1. Аньшин В. М. Инновационный менеджмент: концепции, многоуровневые стратегии и механизмы инновационного развития: учебное пособие / В. М. Аньшин, А. А. Дагаев. – Москва: Дело, 2006. – 584 с.
2. Арєф'єва О. В. Економічні засади формування потенціалу підприємства / О. В. Арєф'єва, Т. В. Харчук // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 7 (85). – С. 71-76.
3. Бердникова Т. Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: [уч. пособ.] / Т. Б. Бердникова. – М.: ИНФРА-Москва, 2014. – 215 с.
4. Бузько І. Р. Стратегічний потенціал і формування пріоритетів у розвитку підприємств: [монографія] / І. Р. Бузько, І. Є. Дмитренко, О. А. Сущенко. – Алчевськ: Вид-во ДГМІ, 2002. – 216 с.
5. Воронкова А. Е. Потенціал підприємства як основа його довгострокового розвитку / А. Е. Воронкова, Ю. С. Погорелов // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 4 (94). – С. 77-82.
6. Гавва В. Н. Потенціал підприємства: формування та оцінювання / В. Н. Гавва, Е. А. Божкою. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 224 с.
7. Гончар О. І. Дослідження поля можливостей підприємства в процесі управління його потенціалом / О. І. Гончар // Прометей. – 2014. – № 3. – С. 92-97.
8. Городня Т. А. Економічна та фінансова діагностика / Т. А. Городня, І. П. Мойсеєнко. – Л.: Магнолія 2006, 2008. – 282 с.
9. Зеленська М. О. Підходи до формування та структуризації потенціалу підприємства / М. О. Зеленська // Економічний вісник НТУУ «КПІ»: зб. наук. праць. – К.: НТУУ «КПІ», 2011. – № 8. – С. 219-224.
10. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: [навч. посіб.] / Н. С. Краснокутська. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 352 с.
11. Левашов В. К. Интеллектуальный потенциал общества: социологическое измерение и прогнозирование / В. К. Левашов // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2008. – № 3(87). – С. 17-30.
12. Пастухова В. В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність: [монографія] / В. В. Пастухова. – Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2002. – 302 с.
13. Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: [навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц.] / О. С. Федонін, І. М. Рєпіна, О. І. Олексик. – Київ: КНЕУ, 2005. – 261 с.
14. Хом'яков В. І. Управління потенціалом підприємства / В. І. Хом'яков, І. В. Бакум. –

Київ: Кондор, 2009. – 400 с.

15. Шарко І. А. Стратегічне планування розвитку кадрового потенціалу підприємства / А. Г. Семенов, А. І. Шарко // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. – 2010. – Вип. 18(1). – С. 358-365. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npkntu\\_e\\_2010\\_18%281%29\\_\\_58](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npkntu_e_2010_18%281%29__58)

**Iryna Markina**, Doctor of Economics, Professor,  
Poltava State Agrarian Academy, Poltava,  
**Olha Bilovska**, Candidate of Economic Sciences,  
V. N. Karazin Kharkiv National University, Kharkiv,  
**Daryna Gangenko**,  
Poltava State Agrarian Academy, Poltava

**METHODOLOGICAL FOUNDATIONS OF THE ENTERPRISE'S POTENTIAL  
AND ITS STRUCTURING RELATIONS**

*Summary*

The main condition for the successful operation of an enterprise in a dynamic changing environment is largely concerned with its further development. At the present stage, the search for effective ways to ensure the stability and effective performance of the business entities acquire particular urgency. The activity of any enterprise is based on the formation and management of its potential, which is the basis of enterprise's sustainable development. The given paper explores the analysis of the economic essence of the enterprise's potential, since this term is rather complicated and consists of a large number of interrelated elements. The paper not only examines the main scientific approaches to the formation of the enterprise's potential, but also determines its core characteristic features. The existing methodological approaches to the determination of various elements of the enterprise's potential are summarized, as well as different ways of its structuring are analyzed in the paper. On the basis of interaction of the enterprise with the market environment, the main types of enterprise potential are identified.

**Keywords:** enterprise, potential, internal capabilities of the enterprise, enterprise's potential, structuring, formation of the enterprise's potential.

**References:**

1. An'shin, V.M., Dagaev, A.A. (2006). *Innovacionnyj menedzhment: Konceptcii, mnogourovnevnye strategii i mehanizmy innovacionnogo razvitija* [Innovative management: Concepts, multilevel strategies and innovative development mechanisms]. Delo, Moscow, 584 p. (in Russ.).
2. Arief'ieva, O.V., Kharchuk, T.V. (2008). Economic principles of enterprise potential formation. *Aktual'ni problemy ekonomiky [Actual problems of the economy]*, vol. 7 (85), pp. 71-76 (in Ukr.).
3. Berdnikova, T.B. (2014). *Analiz i diagnostika finansovo-hozhajstvennoj dejatel'nosti predpriyatija* [Analysis and diagnostics of financial and economic activity of the enterprise]. INFRA-M, Moscow, 215 p. (in Russ.).
4. Buz'ko, I.R., Mytrenko, I.Ye., Suschenko, O.A. (2002). *Stratehichnyj potentsial i formuvannia prioritetiv u rozvytku pidpriemstv* [Strategic potential and development of priorities in enterprise development]. Vyd-vo DHMI, Alchevs'k, 216 p. (in Ukr.).
5. Voronkova, A.E., Pohorelov, Yu.S. (2009). The potential of the company as a basis for its

long-term development. *Aktual'ni problemy ekonomiky [Actual problems of the economy]*, vol. 4 (94), pp. 77-82 (in Ukr.).

6. Havva, V.N., Bozhkoiu, E.A. (2004). *Potentsial pidpriemstva: formuvannia ta otsiniuvannia* [Potential of the enterprise: formation and evaluation]. Tsentr navchal'noi literatury, Kyiv, 224 p. (in Ukr.).

7. Honchar, O.I. (2014). Investigation of the field of enterprise capabilities in the process of managing its potential. *Prometej [Prometheus]*, vol. 3, pp. 92-97 (in Ukr.).

8. Horodnia, T.A., Mojseienko, I.P. (2008). *Ekonomichna ta finansova diahnozyka* [Economic and financial diagnostics]. Lviv, 282 p. (in Ukr.).

9. Zelens'ka, M.O. (2011). Approaches to the formation and structuring of enterprise potential. *Ekonomichnyj visnyk NTUU «KPI» [Economic Bulletin of the NTUU "KPI"]*, vol. 8, pp. 219-224 (in Ukr.).

10. Krasnokuts'ka, N.S. (2005). *Potentsial pidpriemstva: formuvannia ta otsinka* [Enterprise potential: formation and evaluation]. Tsentr navchal'noi literatury, Kyiv, 352 p. (in Ukr.).

11. Levashov, V.K. (2008). Intellectual potential of the society: sociological dimension and forecasting. *Monitoring obshhestvennogo mnenija: jekonomicheskie i social'nye peremeny [Monitoring of public opinion: economic and social changes]*, vol. 3 (87), pp. 17-30 (in Russ.).

12. Pastukhova, V.V. (2002). *Stratehichne upravlinnia pidpriemstvom: filosofii, polityka, efektyvnist'* [Strategic enterprise management: philosophy, politics, efficiency]. Kyiv, 302 p. (in Ukr.).

13. Fedonin, O.S., Riepina, I.M., Oleksyk, O.I. (2005). *Potentsial pidpriemstva: formuvannia ta otsinka* [Enterprise potential: formation and evaluation]. KNEU, Kyiv, 261 p. (in Ukr.).

14. Khom'iakov, V.I., Bakum, I.V. (2009). *Upravlinnia potentsialom pidpriemstva* [Enterprise potential management]. Kyiv, 400 p. (in Ukr.).

15. Sharko, I.A., Semenov, A.G. (2010). Strategic Planning for the Development of Personnel Capacity of an Enterprise. *Scientific Papers of Kirovograd National Technical University. Economic sciences*, vol. 18(1), pp. 358-365. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npkntu\\_e\\_2010\\_18%281%29\\_\\_58](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npkntu_e_2010_18%281%29__58) (in Ukr.).



**УДК 658.3:303.823.2**

**І. А. Маркіна**, д.е.н., професор,

**І. О. Кононенко**,

Полтавська державна аграрна академія,

м. Полтава

## **ОСОБЛИВОСТІ ТА СКЛАДОВІ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

*Анотація*

У статті визначено суть організаційної культури, досліджено її особливості в аграрному підприємстві. Проаналізовано складові організаційної культури та основні показники, які її визначають. Досліджено сукупність заходів, що формують організаційну культуру підприємства та дають можливість згуртовувати працівників. Визначено, що організаційна культура формує імідж підприємства, що вирізняє його діяльність в аграрній сфері. Вказано,