

## **ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЯК ОСНОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

*Мешикова-Кравченко Н.В, Мешиков О.Ю.*

*Розглянуто особливості формування та реалізації потенціалу як необхідної умови забезпечення сталого розвитку підприємства в сучасних умовах. Вказано на доцільність інноваційного підходу при формуванні всіх складових потенціалу підприємства. Окреслено напрямки ефективного використання ресурсного потенціалу на підприємствах харчової промисловості*

**Постановка проблеми.** Забезпечити стійке конкурентне положення на ринку та сталий розвиток підприємство зможе тільки на основі формування та реалізації конкурентоспроможного потенціалу. В умовах зростаючої конкуренції необхідно адекватно оцінювати поточні та стратегічні можливості кожного суб'єкта ринку. Потенціал підприємства повинен адекватно видозмінюватися при будь-яких змінах як в зовнішньому, так і внутрішньому середовищі підприємства.

**Аналіз досягнень і публікацій.** Потенціал підприємства є об'єктом дослідження багатьох вчених, зокрема: Бачевської Б.Є., Довбенко В.І., Заблудської І.В., Краснокутської Н.С., Калінеску Т.В., Мельника В.М., Олексюка О.І., Решетняка О.О., Репіної І.М., Стеця І.І., Федоніна О.С., Чухрай Н.І., Яремка І.Й. та ін. У більшості робіт, присвячених цьому питанню, відзначається важливість формування і використання потенціалу і вказується на існування значних розходжень у визначенні самого поняття «потенціал», його складу й співвідношення з іншими економічними категоріями. Вирішенню ж проблем створення конкурентоспроможного потенціалу та розвитку ще не приділяють належної уваги на вітчизняних підприємствах.

**Мета статті** – розглянути особливості формування і ефективної реалізації потенціалу підприємства для забезпечення його сталого розвитку в умовах конкуренції.

**Виклад основного матеріалу.** Дослідження потенціалу підприємства є необхідною умовою формування напрямів розвитку підприємства. Потенціал підприємства, з одного боку, – це абстрактна

економічна категорія, що є наслідком взаємодії всіх елементів економічних відносин не лише наявних, а й прихованих, проте здатних відбутися, а з іншого – це економічна основа, реальна сила розвитку підприємства [1]. Потенціал як сукупність можливостей є характеристикою поточного стану підприємства й передумовою формування його майбутніх результатів. Ефективна реалізація потенціалу підприємства означає раціональне використання ресурсів для задоволення потреб споживачів і, відповідно, досягнення високих результатів діяльності підприємства.

Слід зазначити, що в умовах обмеженості ресурсів необхідно особливу увагу приділяти ресурсному потенціалу підприємства. Однак, сама наявність ресурсів ще не гарантує забезпечення життєдіяльності підприємства. Як стверджує Стец І.І. [2], мати достатні ресурси для підприємства означає мати у своєму розпорядженні необхідні можливості і певні умови для свого розвитку й нормального функціонування відповідно до поставлених цілей.

Відмінність між термінами «ресурси» і «потенціал» полягає в тому, що ресурси існують незалежно від суб'єктів економічної діяльності, а потенціал окремого підприємства є невіддільним від суб'єкта діяльності, тобто від конкретного підприємства. Це означає, що потенціал, окрім наявності матеріальних і нематеріальних ресурсів, передбачає здібності працівників підприємства до ефективного їх використання та залучення необхідних додаткових ресурсів з метою забезпечення успішного функціонування в короткостроковому та довгостроковому періоді. Тобто, ресурси є основою розвитку підприємства за умови ефективного управління.

Аналіз діяльності підприємств харчової промисловості, і зокрема, структури витрат виготовлення продукції, показує, що дане виробництво є матеріаломістким.

Враховуючи проблеми на ринку сировини молочної галузі: невисокий рівень забезпеченості сировиною та її низьку якість – підприємство ПАТ «Херсонський маслозавод» приділяє значну увагу ефективному використанню молока. Незважаючи на це, матеріаломісткість товарної продукції постійно зростає і складає майже 80 коп. на 1 грн. товарної продукції, при чому основою є сировино місткість.

Неефективне використання молочної сировини пов'язане також з іншими проблемами, що стосуються багатьох підприємств молочної галузі: низьким рівнем технологічного оснащення молокозаводів;

застарілим обладнанням; нерозвиненістю ринкової інфраструктури; невисоким рівнем завантаженості потужностей; невисокою якістю кінцевої продукції підприємств молочної промисловості; обмеженістю можливості широкої диференціації асортименту через низьку якість сировини; зниженням попиту на продукти переробки в зв'язку із низькою купівельною спроможністю населення; високим рівнем конкуренції з підприємствами, оснащеними сучасним обладнанням і технологіями.

Це означає, що досягти бажаних результатів неможливо без нових підходів до формування потенціалу підприємств, досить часто вчені в якості одного із об'єктивних елементів якого виділяють інноваційний потенціал. На наш погляд, інноваційними повинні бути всі складові потенціалу підприємства, тобто здатними генерувати, використовувати і комерціалізувати новинки з метою забезпечення конкурентоспроможної позиції на ринку і сталого розвитку підприємства.

На підприємстві розглядаються різні шляхи підвищення ефективності використання сировини на основі інноваційних підходів. Пропонується виробництво твердих сирів з використанням сухого обезжиреного молока та збільшення виходу сиру з суміші, а також більш раціональне використання молочної підсирної сироватки, отриманої при виробництві твердого сиру, тобто збір, додаткове сепарування підсирної сироватки, виробіток підсирного масла, впровадження виробництва сушки залишкової молочної сироватки, впровадження безвідходного процесу виробництва молочної продукції, що дає можливість більш раціонально використовувати молочну сировину, а головне – знизити надходження об'єму сироватки до очисних споруд.

З метою збільшення обсягів виробництва масла вершкового, що користується попитом, та враховуючи низьку купівельну спроможність цільового сегменту, пропонується виробництво сирного продукту «Київський». Відносна економія, при виробництві із 1 тонни молока продукту сирного «Київський» замість сиру «Російського», становить 612 грн., враховуючи економію вартості сировини та збільшення обсягів виробництва масла вершкового, спреду та творогу.

Запропоновані заходи забезпечать підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства. Впровадження нового продукту, можливість збільшення обсягу виробництва інших видів продукції забезпечить ріст ступеня задоволення попиту населення в молочній продукції.

Виробництво виноматеріалів також є матеріаломістким. Частка матеріальних витрат агрофірми радгосп «Білозерський» складає до 98%.

Агрофірма радгосп «Білозерський» є потужним підприємством, з повним циклом виробництва: від вирощування саджанців винограду до виготовлення вина. Одним із головних напрямків господарської діяльності агрофірми радгоспу «Білозерський» є переробка винограду на виноматеріали, оскільки даний вид діяльності приносить найбільший прибуток, а виноматеріали є напівфабрикатом для виготовлення вин власного виробництва та розливу, використовується для перекурки на коньячні спирти. Це базове господарство, в якому втілюються у виробництво останні досягнення наукових працівників українських наукових центрів, що підтримують тісний зв'язок з інноваційними центрами виноградарства і садівництва Голландії, Польщі, Бельгії та ін.

Сировиною для виробництва виноматеріалів є власний виноград. Агрофірма радгосп «Білозерський» загалом має стабільну позитивну динаміку обсягів переробки винограду на виноматеріали за виключенням 2010 року, що є наслідком несприятливих погодних умов.

Проаналізувавши структуру витрат агрофірми радгоспу «Білозерський» за останні роки і визначивши, що воно є матеріаломістким, можна зробити висновок, що необхідно звернути увагу на підвищення ефективності використання сировинного потенціалу підприємства. Врахувавши, що якість продукції залежить від якості сировини, а також від якості технологічних процесів її переробки, необхідно оцінити доцільність реалізації інноваційних заходів при виробництві виноматеріалів. Так, впровадження пневматичних пресів «Drainpress SF 70-100» дозволяє скоротити час на переробку, що забезпечує збільшення об'ємів переробки на 20 тис. дал, скорочення норми витрат сировини на виробництво сухих виноматеріалів на 6%, а кріплених на 1,6%, покращення якості виноматеріалів.

У результаті впровадження в виробництво пневматичного пресу можливе зниження витрат на 1 грн. товарної продукції на 15%. Факторами зниження собівартості виробництва виноматеріалів є економія витрат за рахунок зниження норм витрат матеріалів на 1001 тис. грн., економія витрат за рахунок зменшення умовно-постійних витрат на 4259 грн. Загальна сума економії витрат з урахуванням техніко-економічних факторів склала 1005 тис. грн. Введення в дію нового устаткування принесе додатковий прибуток в розмірі 214 тис. грн. на рік. Впровадження нового устаткування дозволить на основі покращення якості виноматеріалів та зменшення витрат підвищити конкурентоспроможність продукції та підвищити ступінь задоволення попиту споживачів в даній продукції.

За Бачевським Б.Є. [3], потенціал розглядають як внутрішню характеристику певного об'єкта – бути здатним забезпечити досягнення певної мети. Однак, формування потенціалу підприємства – складний процес, який можливий лише за взаємодії з зовнішнім середовищем. Практично фактором успіху в досягненні стратегічних і тактичних цілей діяльності підприємства є задоволення потреб споживачів. Це означає, що формування будь-якого елемента потенціалу підприємства повинно ґрунтуватися на визначенні та прогнозуванні потреб споживача, що відіграє ключову роль у забезпеченні стійкого конкурентного положення підприємства на ринку. За допомогою маркетингових комунікацій функціонує зворотний зв'язок між постачальниками, споживачами, іншими суб'єктами зовнішнього середовища для адаптації потенціалу підприємства до ситуації на ринку, що постійно змінюється

Жорстка конкуренція на ринку змушує підприємства реалізовувати інноваційні підходи до задоволення потреб споживачів, що передбачає, насамперед, отримання нових даних у певній галузі і вже на їх основі здійснювати певні технологічні і технічні розробки. Інформація, як необмежений ресурс, що постійно продукується, дає можливість виходу на новий рівень використання інших обмежених ресурсів. Без наявності на підприємстві системи, здатної вчасно забезпечувати відповідною і якісною інформацією для прийняття рішення на будь-якому етапі реалізації функцій підприємства, не можливо забезпечити успішне поточне функціонування і розвиток на перспективу. Однак, ця система в складі маркетингового потенціалу підприємства, повинна теж постійно удосконалюватися на основі інноваційних підходів.

Забезпечити реалізацію всіх складових потенціалу підприємства, отримавши при цьому відповідні поточні результати та мати підґрунтя для подальшого розвитку підприємства, можливо тільки на основі інноваційних рішень щодо трудового потенціалу підприємства. Формування потенціалу підприємства - це процес ідентифікації та створення спектра підприємницьких можливостей, побудови певних організаційних форм для стабільного розвитку та ефективного відтворення [4]. Рушійна сила інноваційного розвитку, персонал, повинна мати мотив, інтерес, стимули до інноваційної діяльності та творчого пошуку нових знань, набуття досвіду та їх реалізації з метою забезпечення ефективного функціонування та розвитку підприємства

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** З вищевикладеного випливає, що:

- розвиток підприємства в сучасних умовах залежить від ефективної

реалізації його потенціалу, що означає ріст ступеня задоволення потреб споживачів, і відповідно, досягнення високих результатів діяльності підприємства як передумови його подальшого розвитку;

- формування потенціалу підприємства, як складної системи, повинно мати інноваційне спрямування, тобто всі складові його повинні бути інноваційними;

- в умовах обмеженості ресурсів необхідно особливу увагу приділяти ресурсному потенціалу підприємства, зокрема на підприємствах харчової промисловості - ефективному використанню сировини на основі впровадження інноваційних технологій;

- забезпечити сталий розвиток підприємства в сучасних умовах не можливо без інноваційних підходів до формування маркетингового і трудового потенціалу підприємства.

#### *Література:*

1. Калінеску Т. В. Стратегічний потенціал підприємства: формування та розвиток / Калінеску Т.В., Романовська Ю.А., Кирилов О.Д. – Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2007. – 272 с.
2. Стец І.І. Потенціал і розвиток підприємства: Навчальний посібник / Стец І.І. – Тернопіль: Економічна думка, 2010. – 674 с.
3. Бачевський Б.Є. Потенціал і розвиток підприємства: Навчальний посібник. / Бачевський Б.Є., Заблодська І.В., Решетняк О.О. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 400с.
4. Довбенко В.І. Потенціал і розвиток підприємства / В.І. Довбенко, Мельник В.М. – Львів: Вид-во Нац. ун-ту “Львівська політехніка”, 2010. – 232с.

#### *Abstract*

**Meshkova-Kravchenko N. V., Meshkov O. Y.**

#### **Formation and implementation of innovative potential as the foundation for sustainable development of enterprises**

The features of formation and realization of potential as a necessary condition of sustainable development of enterprises in modern conditions are considered. The feasibility of an innovative approach in the formation of all components of potential of enterprise is specified. The directions of efficient

use of resource potential in the food industry enterprises are outlined.