

4. Адресність впливу засобів маркетингових комунікацій. Комунікаційні звернення потрібно спрямовувати лише на суб'єктів, що приймають рішення про купівлю товару чи послуги, або можуть ініціювати процес розгляду нової продукції тощо.

Економічна ефективність засобів маркетингових комунікацій може визначатись співвідношенням економічного результату від комунікації або маркетингової кампанії та величиною затрат на їх досягнення. Деякі науковці-маркетологи (У. Уелс, Дж. Бернет, С. Моріарті [4, с. 240-241]) визначають комунікаційну ефективність як ступінь психологічного впливу на людину за допомогою маркетингових досліджень, спостережень, експериментів та опитувань. Для вибору ефективних каналів маркетингових комунікацій необхідно створювати комбінації різних засобів шляхом порівняння реакцій покупців, вибираючи найбільш оптимальне об'єднання. Таким чином, саме концепція інтегрованих маркетингових комунікацій набуває особливої актуальності сьогодні в Україні.

Висновки. За умови розвинених ринкових відносин, товар чи послуга стають високоприбутковими переважно завдяки дії маркетингових комунікацій, які створюють їм репутацію. За таких умов вітчизняним підприємствам варто формувати ефективні стратегії просування продукції з урахуванням вимог сучасних споживачів. Таким чином, маркетинг сьогодні підвищує потребу створення індивідуальних маркетингових програм та змушує тримати в таємниці власну методологію ринкової діяльності кожного підприємства зокрема.

Важливим питанням сьогодні на шляху до підвищення ефективності впливу маркетингових комунікацій на поведінку споживачів є розроблення єдиного систематизованого підходу до оцінки ефективності. Головна ж проблема під час оцінювання ефективності – недостатній рівень зворотної реакції цільової аудиторії.

Література

1. Гут О.Є. Підприємство як суб'єкт ринку маркетингових комунікаційних послуг : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук. / О.Є. Гут. – Дніпропетровськ, 2006. – 21 с.
2. Джон Филип Джонс. Мифы, небылицы и факты о рекламе. Анализ 28 самых живучих мифов / Джон Филип Джонс. – М. : Изд-во "Омега-Л", 2005. – 336 с.
3. Івашова Н.І. Оцінка ефективності системи комунікацій промислового підприємства / Н.І. Івашова // Механізм регулювання економіки. – 2007. – № 1. – С. 152-162.
4. Касян С.Я. Ефективність впливу маркетингових комунікацій підприємств на поведінку споживачів / С.Я. Касян, Т.Є. Крицька // Економічний простір : зб. наук. праць. – 2012. – № 63. – С. 237-243.
5. Майовець С. Маркетингові комунікації : текст лекцій / С. Майовець, О. Кузик. – 2013. – 228 с.
6. Примак Т.О. Маркетингові комунікації в системі управління підприємством : монографія / Т.О. Примак. – К. : Вид-во "Віра-р.", 2001. – 383 с.
7. Объемы рекламной-коммуникационного рынка Украины в 2012 году и прогноз развития рынка в 2013 году // Экспертная оценка Всеукраинской рекламной коалиции. – 05-12-2012. [Электронный ресурс]. – Доступный с <http://adcoalition.org.ua/ru/news/view/279>.

Кузык О.В. Эффективность влияния маркетинговых коммуникаций на поведение потребителей

Все большее значение в процессе увеличения объемов продаж товаров и услуг приобретают маркетинговые коммуникации. Именно поэтому исследование влияния коммуникационной политики предприятия на поведение отечественных потребителей

приобретает все большую актуальность. Для повышения эффективности маркетинговых коммуникаций целесообразно опираться на теорию интегрированных маркетинговых коммуникаций, которая приобретает особое значение в развитых странах мира.

Ключевые слова: маркетинговые коммуникации, рынок коммуникационных услуг, институциональные факторы развития экономики, эффективность коммуникационного процесса.

Kuzyk O.V. Effective influence communication of marketing on consumer behavior in Ukraine

Marketing communications are gaining value in the increase in sales of goods and services. For this reason the study of the influence of company communication policy on the behavior of domestic consumers becomes more and more essential. To enhance the effectiveness of marketing communications it is advisable to adhere to the theory of integrated marketing communications, which is of particular importance in the developed world.

Keywords: marketing communication, communication services market, institutional factors of economic development, effectiveness of communication process.

УДК 338:658

Асист. Л.І. Лесик – НУ "Львівська політехніка"

ТИПОЛОГІЯ ВИДІВ І ЧИННИКІВ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Запропоновано нові способи групування видів економічного потенціалу підприємства. Визначено основні принципи дослідження впливу чинників на рівень цього потенціалу. Розроблено спосіб подвійного групування чинників, що справляють вплив на поточний рівень економічного потенціалу підприємств. Побудовано трирівневу модель формування економічного потенціалу підприємств.

Ключові слова: підприємство, економічний потенціал, типологія, види потенціалу, чинники потенціалу, формування потенціалу.

Постановка проблеми дослідження. Забезпечення зростання фінансових результатів діяльності підприємств потребує постійного пошуку та реалізації резервів покращення використання його трудових, технічних та інших видів ресурсів. Сукупність цих ресурсів та здатність найбільш ефективно їх використовувати отримують своє відображення у категорії економічного потенціалу суб'єкта господарювання. За таких умов знаходження та реалізація невикористаних можливостей збільшення фінансових результатів діяльності підприємств, у підсумку, зводиться до підвищення рівня використання їх економічного потенціалу.

Разом з тим, як доводить практика господарювання, поняття економічного потенціалу підприємств є складним та багатограним, що відображається, зокрема, у наявності багатьох його видів. При цьому для багатьох підприємств можливо є ситуація, за якої між різними видами їх економічного потенціалу існує певна диспропорція. У зв'язку з цим виникає потреба у побудові класифікаційних схем, за допомогою яких можна було б виокремити види економічного потенціалу підприємства та, оцінивши їх рівень, знайти можливості щодо досягнення оптимального співвідношення між окремими складовими цього потенціалу.

Треба зазначити, що величина економічного потенціалу підприємств та його окремих складових не є сталою, а змінюється у часі під впливом різноманітних чинників внутрішнього та зовнішнього середовища суб'єктів господарювання. Зокрема, існує можливість цілеспрямованої дії менеджерів на деякі чинники

формування економічного потенціалу підприємства з метою підвищення його рівня. З цією метою необхідним є детальне уявлення про механізм впливу чинників на рівень економічного потенціалу підприємств, що потребує, серед іншого, здійснення групування цих чинників та виявлення взаємозв'язку між ними.

Таким чином, реалізація комплексу заходів, спрямованих на управління економічним потенціалом підприємств, повинна базуватися на відповідних теоретичних засадах, зокрема на з'ясуванні сутності та виокремленні видів та чинників його формування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання з'ясування закономірностей формування економічного потенціалу підприємств на теперішній час перебуває у центрі уваги багатьох науковців [1, с. 72-75; 2, с. 82-83; 3, с. 49-52 та ін.]. При цьому значна кількість існуючих у сучасній літературі підходів до трактування поняття "економічний потенціал підприємства", поданих, зокрема, у працях [4, 5 та ін.], базується на ресурсному підході, тобто потенціал підприємства отожднюється із наявними обсягами його ресурсів. Деталізоване визначення сутності економічного потенціалу підприємств подано у роботі [6, с. 7-8], автор якої пропонує визначати потенціал підприємства як можливості системи його ресурсів і компетенцій створювати результат для зацікавлених осіб за допомогою реалізації бізнес-процесів.

Більш лаконічне трактування поняття "економічний потенціал підприємства" подано у [7, с. 13], де під ним розуміють реальну або ймовірну здатність виконати цілеспрямовану роботу. Автори цієї праці здійснюють детальний розгляд окремих складових загального економічного потенціалу підприємства, зокрема організаційного, виробничого, маркетингового та інших видів потенціалу, окремо виділяючи також інноваційний та інвестиційний потенціал підприємства.

У роботі [8, с. 5-6] її автор подає механізм утворення економічного потенціалу суб'єкта господарювання, за яким внаслідок взаємодії складових потенціалу нижчого рівня утворюються складові вищого рівня. При цьому до складових потенціалу підприємства третього рівня, що мають найбільший ступінь узагальненості, автор відносить поточний виробничий та інвестиційно-інноваційний потенціал суб'єкта господарювання. У роботі [8] подано також і групування чинників інвестиційно-інноваційного потенціалу підприємств шляхом поділу їх на дві великі групи, а саме на: чинники, які формують цей вид потенціалу підприємств, та чинники, які дають змогу його реалізувати.

Проте, незважаючи на значні здобутки науковців у вирішенні питань з'ясування сутності та визначенні видів та чинників економічного потенціалу підприємств, дані питання потребують подальшого дослідження з метою глибшого вивчення закономірностей утворення різних видів цього потенціалу.

Постановка завдання. Метою роботи є вдосконалення існуючої типології видів та чинників формування економічного потенціалу підприємства. Для досягнення цієї мети у роботі вирішено такі завдання: запропоновано нові способи групування видів економічного потенціалу підприємства; визначено основні принципи дослідження впливу чинників на рівень економічного потенціалу підприємств; розроблено спосіб подвійного групування чинників, що впли-

вають на поточний рівень економічного потенціалу підприємств; побудовано трирівневу модель формування економічного потенціалу підприємств.

Виклад основного матеріалу. Проведене дослідження закономірностей формування економічного потенціалу підприємств показало, що існуючі підходи до групування його видів доцільно доповнити їх поділом: за сферою утворення економічного потенціалу, за потребою в інвестиційних ресурсах для реалізації економічного потенціалу підприємства, за проміжком часу оцінювання рівня поточного економічного потенціалу підприємства.

Зокрема, за сферою утворення економічного потенціалу можливо виокремити внутрішній економічний потенціал підприємства, який формується внаслідок впливу чинників внутрішнього середовища суб'єкта господарювання, та зовнішній економічний потенціал підприємства, який формується внаслідок впливу чинників його зовнішнього середовища. При цьому, якщо внутрішній потенціал підприємства визначається, насамперед, обсягами, якістю та вмінням використовувати ресурси підприємства, то зовнішній економічний потенціал суб'єкта господарювання визначається, передусім, кон'юнктурою, що склалася на ринках збуту його продукції.

За потребою в інвестиційних ресурсах для реалізації економічного потенціалу підприємства доцільно виділити поточний економічний потенціал суб'єкта господарювання, для реалізації якого не потрібно здійснювати вкладення додаткових інвестицій (окрім, можливо, інвестицій у поповнення оборотних коштів), та перспективний економічний потенціал підприємства, для реалізації якого потрібно здійснити капітальні вкладення в оновлення та модернізацію основних засобів суб'єкта господарювання.

За проміжком часу оцінювання рівня поточного економічного потенціалу підприємства можливо виокремити його річний потенціал, що характеризує здатність підприємства досягати максимально можливих фінансових результатів протягом планового року, та повний економічний потенціал, який описує цю здатність протягом усього прогностичного періоду експлуатації діючих на теперішній час основних виробничих фондів підприємства.

Треба зазначити, що економічний потенціал підприємств як узагальнююча характеристика міри їх можливостей щодо отримання фінансових результатів від здійснення господарської діяльності визначається одночасним впливом низки різноманітних чинників, які відображають усі сторони та аспекти такої діяльності. Враховуючи це, виокремлення та групування основних чинників, які визначають рівень економічного потенціалу суб'єктів господарювання, та подальше їх аналізування є необхідними умовами формування науково обґрунтованої системи часткових та узагальнюючих показників, що характеризують цей рівень, зокрема його поточний стан.

При цьому процедура дослідження чинників, які впливають на поточний рівень економічного потенціалу підприємств, повинна базуватися на таких принципах, як:

- принцип ієрархічності, згідно з яким існує певна ієрархія чинників, що впливають на поточний рівень економічного потенціалу підприємств, яку потрібно вибудувати на підставі загальних уявлень про механізм такого впливу. При цьому

важливого значення набуває правильна побудова такої ієрархії, у якій чинники впливу нижчого рівня зумовлюють рівень чинників вищого рівня, а перелік чинників, що перебувають на кожному шаблі їх ієрархії, є достатньо повним;

- принцип кількісного оцінювання чинників, що передбачає створення для кожного з факторів, які впливають на поточний рівень економічного потенціалу підприємств, певного показника (або низки показників), що їх кількісно характеризують. При цьому під час здійснення деталізованого виокремлення таких чинників їх назви та найменування показників, що являють собою результат їх кількісного вимірювання, практично збігаються. Наприклад, важливим фактором, який визначає поточний виробничий потенціал суб'єкта господарювання, є рівень використання активної частини його основних виробничих фондів, що одночасно є назвою певного показника або групи показників, які характеризують ефективність функціонування обладнання підприємства (зокрема інтенсивний, екстенсивний та інтегральний рівні його використання);
- принцип виокремлення узагальнюючого показника (показників), який визначає поточний рівень економічного потенціалу суб'єкта господарювання. Цей принцип, який безпосередньо впливає з двох попередніх, полягає у тому, що побудова ієрархії показників-чинників, які впливають на економічний потенціал підприємства, потребує попереднього визначення того узагальнюючого показника (або групи показників), що у підсумку і надає кількісну міру рівню економічного потенціалу суб'єкта підприємництва. Зокрема, таким показником може бути величина прибутку підприємства від його операційної діяльності (або від усіх видів господарської діяльності), а також ринкова вартість суб'єкта господарювання;
- принцип урахування зовнішнього середовища підприємства, згідно з яким під час аналізування чинників впливу на економічний потенціал суб'єкта господарювання слід виокремлювати не лише фактори його внутрішнього середовища, але й враховувати ті тенденції та явища, що відбуваються у зовнішньому середовищі підприємства. До таких тенденцій та явищ, насамперед, належать кон'юнктура на ринках продукції, яку виготовляє підприємство, та на ринках ресурсів, що використовуються ним у своїй господарській діяльності, параметри попиту на продукцію та ресурси (зокрема його еластичність за ціною), інфляційні процеси, державна регуляторна політика, рівень конкуренції та можливості входження на певні ринки тощо;
- принцип багатоваріантності способів групування чинників, які впливають на поточний рівень економічного потенціалу підприємств. Цей принцип постулює можливість та потребу здійснення групування таких чинників за різними класифікаційними ознаками, зокрема за середовищем підприємства (чинники внутрішнього та чинники зовнішнього середовища), за способом представлення показників, які надають кількісну характеристику чинникам (абсолютні показники-чинники та відносні показники-чинники), за впливом на кінцеві показники діяльності підприємства (чинники, які впливають на величину доходів підприємства; чинники, які впливають на величину витрат підприємства; чинники, які впливають як на доходи, так і на витрати підприємства), за впливом на окремі складові економічного потенціалу суб'єкта господарювання; за місцем в ієрархії чинників тощо;
- принцип доповнюваності груп чинників за різними факторними моделями аналізування їх впливу на чинники вищого рівня у їх ієрархічній побудові. Цей принцип наголошує на можливості застосування різних за конструкцією факторних моделей для опису впливу чинників економічного потенціалу під-

приємства на його узагальнюючі показники; при цьому ці моделі є відносно автономними і не зводяться одна до одної та не можуть бути поєднані.

Як впливає з викладеного вище, основним способом групування чинників, що справляють вплив на поточний рівень економічного потенціалу підприємств, у процесі їх аналізування є поділ цих факторів за рівнем їхньої ієрархії. Проте цей поділ потребує достатньо повного уявлення про загальний перелік основних чинників економічного потенціалу суб'єкта господарювання. Отримати таке уявлення простіше, якщо здійснити поділ цих чинників за видовою ознакою. З метою такого поділу ми пропонуємо спосіб подвійного групування чинників, що справляють вплив на поточний рівень економічного потенціалу підприємств, шляхом здійснення їх одночасного поділу за двома класифікаційними ознаками, а саме:

1) за основними елементами господарської діяльності підприємства:

- чинники, що характеризують рівень ресурсного забезпечення діяльності суб'єкта господарювання;
- чинники, що характеризують рівень застосовуваних підприємством технологій;
- чинники, що характеризують рівень організації виробництва та системи менеджменту на підприємстві;
- чинники, що характеризують продукцію, яку виготовляє підприємство;
- чинники, що характеризують збутову діяльність підприємства;

2) за характеристиками елементів господарської діяльності підприємства:

- чинники, що характеризують кількісні параметри певного елемента;
- чинники, що характеризують якісні параметри певного елемента;
- чинники, що характеризують структурні параметри певного елемента.

Для того, щоб більш чітко описати взаємозв'язки між окремими чинниками у процесі формування поточного рівня економічного потенціалу підприємства ми пропонуємо трирівневу модель такого формування, згідно з якою усі чинники, що визначають цей рівень, поділяють на такі групи:

1. Первинні чинники, кількісне оцінювання яких базується на первинній інформації, що характеризує внутрішнє та зовнішнє середовища суб'єкта господарювання. При цьому чинники внутрішнього середовища підприємства поділяють на такі групи:

- чинники, що характеризують провідний виробничий ресурс підприємства, відносно якого обчислюється рівень його можливостей щодо виготовлення продукції. Цим ресурсом варто визнати наявний на підприємстві парк машин та устаткування, оскільки саме технічні ресурси є базовим фактором формування виробничої потужності суб'єктів господарювання у більшості галузей та підгалузей економіки. У зв'язку з цим, до чинників, що характеризують провідний виробничий ресурс підприємства, доцільно віднести: наявну кількість обладнання різного типу, яке знаходиться на підприємстві, його технічний стан, рівень продуктивності, режимний фонд робочого часу кожної одиниці устаткування, витрати машинного часу на виробництво кожного виду продукції, яку виробляє або може виробляти підприємство, витрати на утримання та експлуатацію активної частини основних засобів тощо;
- чинники, що характеризують інші види виробничих ресурсів, які беруть безпосередню участь у виготовленні продукції на підприємстві (основні та допоміжні робітники, основні матеріали, паливо для технологічних цілей тощо). Зокрема, до цих чинників відносять наявні на теперішній час обсяги цих ресурсів, рі-

вень їх якості, норми витрат кожного виду ресурсів на виробництво кожного виду продукції, які виготовляє або може виготовляти підприємство;

- чинники, що характеризують виробничі ресурси, які беруть опосередковану участь у виготовленні продукції на підприємстві, зокрема створюють умови для перебігу виробничого процесу та забезпечують організування та управління господарською діяльністю суб'єкта підприємництва (пасивна частина основних виробничих фондів, працівники апарату управління підприємством та його підрозділів тощо). Зокрема, до цих чинників відносять наявні на теперішній час на підприємстві обсяги таких ресурсів, рівень їх якості, витрати на утримання та експлуатацію цих ресурсів.

Стосовно чинників зовнішнього середовища підприємства, які впливають на поточний рівень його економічного потенціалу, то вони поділяються на такі групи:

- чинники, що характеризують виробничі ресурси підприємства, зокрема: ціни, витрати на транспортування та зберігання матеріальних ресурсів, тарифні ставки та інші складові систем оплати праці різних категорій працівників підприємства тощо;
- чинники, що характеризують продукцію, яку виготовляє або може виготовляти підприємство, зокрема: поточна ціна та натуральні обсяги виробництва кожного виду продукції, їх зміна у часі в попередні періоди;
- чинники, що характеризують операційну діяльність підприємств-конкурентів, зокрема: частки ринків збуту, які вони займають, ціни та витрати на виготовлення їх продукції тощо;
- чинники, що характеризують особливості державної регуляторної політики, зокрема особливості оподаткування доходів і прибутків від виготовлення різних видів продукції підприємства, ставки внесків на загальнообов'язкове соціальне страхування тощо.

2. Вторинні чинники, кількісне оцінювання яких базується на інформації про первинні чинники, що визначають поточний рівень економічного потенціалу підприємства, а саме:

- чинники, що характеризують обмеження на обсяги виготовлення продукції підприємства (зокрема, таким чинником може бути максимально можливий сукупний річний фонд робочого часу устаткування);
- чинники, що характеризують питомі витрати основних виробничих ресурсів на виготовлення кожного виду продукції (зокрема, питомі витрати основних матеріалів, палива та енергії на технологічні цілі, питомі витрати на оплату праці основних та допоміжних виробничих робітників тощо);
- чинники, що характеризують непрямі витрати підприємства (зокрема, обсяги витрат на утримання та експлуатацію пасивної частини основних засобів, адміністративні витрати);
- чинники, що характеризують параметри попиту на різні види продукції, яку виготовляє підприємство (зокрема, пряма та перехресна еластичності попиту на них).

3. Узагальнюючі чинники, кількісне оцінювання яких базується на використанні інформації про первинні та вторинні чинники, які справляють вплив на поточний рівень економічного потенціалу підприємства, та застосуванні відповідних методів оброблення такої інформації (зокрема, методів оптимізації). До таких чинників слід, насамперед, віднести:

- оптимальні обсяги та структура асортименту продукції підприємства;
- оптимальні параметри матеріального постачання (обсяги та терміни поставок матеріалів);
- оптимальні обсяги виробничих ресурсів, які приймають безпосередню участь у виготовленні продукції на підприємстві;
- оптимальні обсяги виробничих ресурсів, які приймають опосередковану участь у виготовленні продукції на підприємстві;
- оптимальні параметри збутової діяльності підприємства (обсяги реклами продукції, інших способів стимулювання її збуту, найкращі канали збуту).

Стосовно узагальнюючої характеристики поточного рівня економічного потенціалу підприємства, то в якості неї доцільно розглядати максимально можливий за даних умов внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства його прибуток від операційної діяльності за певний проміжок часу (наприклад, за рік). При цьому такий прибуток можна представити як суму поточного прибутку підприємства від виробництва та реалізації його продукції та його максимально можливих приростів внаслідок: оптимізації обсягів та структури асортименту продукції (що забезпечує, зокрема, додатковий прибуток внаслідок збільшення випуску найбільш прибуткових видів продукції), визначення найкращих параметрів матеріального постачання (що дає змогу отримати приріст прибутку, передусім, за рахунок зменшення сукупних витрат, пов'язаних із зберіганням матеріальних запасів та організацією поставок матеріалів), встановлення оптимальних обсягів виробничих ресурсів підприємства (що дає змогу отримати додатковий прибуток, зокрема, за рахунок зниження умовно-постійних витрат), оптимізації параметрів збутової діяльності підприємства (що забезпечує отримання додаткового прибутку за рахунок збільшення обсягів реалізації та раціоналізації збутових витрат).

Висновки. Існуючі підходи до групування видів економічного потенціалу підприємства доцільно доповнити їх поділом: за сферою утворення економічного потенціалу, за потребою в інвестиційних ресурсах для реалізації економічного потенціалу підприємства, за проміжком часу оцінювання рівня поточного економічного потенціалу підприємства.

Вдосконалення процесу дослідження чинників, які впливають на поточний рівень економічного потенціалу підприємств, можливо здійснити за допомогою запропонованого способу подвійного групування цих чинників шляхом здійснення їх одночасного поділу за двома класифікаційними ознаками, а саме: за основними елементами господарської діяльності підприємства та за характеристиками цих елементів.

З метою більш повного опису взаємозв'язків між окремими чинниками у процесі формування поточного рівня економічного потенціалу підприємства доцільно використати тривірневу модель такого формування, згідно з якою усі чинники, що визначають цей рівень, поділяють на такі групи: первинні чинники; вторинні чинники, кількісне оцінювання яких базується на інформації про первинні чинники; узагальнюючі чинники, кількісне оцінювання яких базується на використанні інформації про первинні та вторинні чинники, які справляють вплив на поточний рівень економічного потенціалу підприємства, та застосуванні відповідних методів оброблення такої інформації (зокрема методів оптимізації).

Подальші дослідження проблеми формування економічного потенціалу підприємства потребують глибшого вивчення співвідношення між окремими видами цього потенціалу.

Література

1. Ареф'єва О.В. Економічні засади формування потенціалу підприємства / О.В. Ареф'єва, Т.В. Харчук // Актуальні проблеми економіки : наук. економ. журнал. – 2008. – № 7. – С. 71-76.
2. Толпежников Р. Управління потенціалом промислового підприємства: формування організаційно-економічного механізму / Р. Толпежников // Схід. – 2012. – № 6 (120). – С. 81-85.
3. Іщук С. Концептуальні засади формування та розвитку виробничого потенціалу промислових підприємств / С. Іщук // Регіональна економіка : наук.-практ. журнал. – 2005. – № 3. – С. 48-56.
4. Борисов А.Б. Большой экономический словарь / А.Б. Борисов. – М. : Изд-во "Книжный мир", 2003. – 892 с.
5. Марушков Р.В. Оценка использования экономического потенциала предприятия (на примере предприятий печатной отрасли) : автореф. дисс. на соискание учен. степени канд. экон. наук / Р.В. Марушков. – М. : Изд-во "Прокси", 2000. – 23 с.
6. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка / Н.С. Краснокутська. – К. : Центр навч. літ-ри, 2005. – 352 с.
7. Должанський І.З. Управління потенціалом підприємства / І.З. Должанський, Т.О. Загорна, О.О. Удалих та ін. – К. : Центр навч. літ-ри, 2006. – 362 с.
8. Гришко В.А. Оцінювання та управління інвестиційно-інноваційним потенціалом машинобудівних підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. экон. наук / В.А. Гришко. – Львів, 2011. – 25 с.

Лєсык Л.И. Типология видов и факторов формирования экономического потенциала предприятия

Предложены новые способы группирования видов экономического потенциала предприятия. Определены основные принципы исследования влияния факторов на уровень такого потенциала. Разработан способ двойного группирования факторов, которые оказывают влияние на текущий уровень экономического потенциала предприятий. Построена трехуровневая модель формирования экономического потенциала предприятий.

Ключевые слова: предприятие, экономический потенциал, типология, виды потенциала, факторы потенциала, формирование потенциала.

Lesyk L.I. Typology of kinds and factors of the economic potential forming of the enterprise

New grouping methods of kinds of the economic potential forming of the enterprise were proposed. The basic principles of study of the factors influence on the level of the mentioned potential were worked out. A method of dual grouping of factors that have an impact on the current level of economic potential of enterprises was developed. A three-level model of the enterprises economic potential forming was built.

Keywords: enterprise, economic potential, typology, kinds of potential, potential factors, potential forming.

УДК 338.439.5.012.23:633.491(477.8) Асист. А.О. Максимук, канд. экон. наук – Львівський НУ ім. Івана Франка

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ КАРТОПЛІ У ЗАХІДНІЙ УКРАЇНІ

Проаналізовано роль України на світовому ринку картоплі, досліджено показники виробництва, урожайності, споживання, ціноутворення та зовнішньої торгівлі картоплею в окремих областях Західної України. Проведено SWOT-аналіз цього сегмента ринку і оцінено перспективи подальшого розвитку.

Ключові слова: ринок картоплі, SWOT-аналіз, урожайність, Західна Україна.

Постановка проблеми. Україна займає провідні позиції на світовому ринку вирощування картоплі, проте велика частина продукції вирощується у підсобних господарствах населення, і лише невелика частка – на сільськогосподарських підприємствах. Така ситуація зумовлює невисоку виробничу ефективність і недосконалу логістику сегмента ринку вирощування картоплі, а також ускладнює експортну діяльність гравців ринку. Тому необхідним є детальне вивчення цього сегмента ринку з метою виявлення чинників підвищення виробничої ефективності та експортного потенціалу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Різні показники ринку картоплі досліджено у роботах А. Бондарчука, Л. Ігнатенка, П. Киценка, В. Кононученка, Л. Мех, Р. Лаврова, А. Погорілого, О. Положенця, Ю. Цимбалюка та ін. Однак, попри значний науковий доробок, багато аспектів розвитку цього ринку на рівні регіону є не вирішеними і потребують подальшого аналізу.

Мета і завдання роботи – проаналізувати показники виробництва, урожайності, споживання, ціноутворення та зовнішньої торгівлі картоплею у Західній Україні, провести SWOT-аналіз цього сегмента ринку й оцінити перспективи подальшого розвитку.

Виклад основного матеріалу. Відомо, що найбільшими виробниками картоплі у світі є Китай, Індія, Росія, Україна і США (табл. 1). За останнє десятиріччя виробництво картоплі істотно зросло в Китаї та Індії, збільшивши їх частки у світовому виробництві до 23 і 11 % відповідно. Натомість виробництво картоплі в США, Росії та Польщі останнім часом значно знизилася, що можна пояснити переходом на вирощування та споживання дорожчих овочів та фруктів. Загальносвітове виробництво картоплі у світі за останнє десятиріччя майже не змінилося.

Табл. 1. Найбільші виробники картоплі у світі, млн т [1]

Країна	1990 р.	2000 р.	2010 р.
Бангладеш	1,1	2,9	7,9
Білорусь		8,7	7,8
Китай	32,0	66,3	74,8
Франція	4,8	6,4	6,6
Німеччина	14,5	13,7	10,2
Індія	14,8	25,0	36,6
Нідерланди	7,0	8,2	6,8
Польща	36,3	24,2	8,8
Росія		34,0	21,1
Іспанія	5,3	3,1	2,3
Туреччина	4,3	5,4	4,5
Україна		19,8	18,7
Великобританія	6,5	6,6	6,0
США	18,2	23,3	18,0
Загалом у світі	266,6	327,3	324,2

Виробництво картоплі в Україні також майже не змінилося, але внаслідок зниження виробництва картоплі в інших країнах за останнє десятиріччя Україна випередила Польщу й США і посідає 4 сходинку серед країн-виробників картоплі у світі із часткою 6 % світового ринку.