

виробників і постачальників, збільшення залежності країни від іноземного капіталу, підвищення рівня конкуренції на ринку, жорстка експлуатація місцевих сировинних ресурсів тощо.

#### **Література:**

1. [http://www.freedar.ru/finance/referaty\\_i\\_po\\_investiciyam/6211-investicionnaya\\_deyatelnostj\\_v\\_ukraine.html](http://www.freedar.ru/finance/referaty_i_po_investiciyam/6211-investicionnaya_deyatelnostj_v_ukraine.html)
2. <http://finmaidan.com/ru/news/obem-pryamyh-inostrannyh-investiciy-v-ukrainu-sokratilsya-na-20.html>
3. [http://ukrstat.org/uk/operativ/oper\\_new.html](http://ukrstat.org/uk/operativ/oper_new.html)
4. <https://inventure.com.ua/analytics/formula/venchurnye-fondy-v-ukraine-vnutrikorporativnaya-optimizaciya-ili-vysokotehnologicheskij-proryv>

### **ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ АВТОТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

О.О.Барабаш, к. е. н., с.н.с.  
М.В. Богаченко

*Одеський національний політехнічний університет*

Підприємства автомобільного транспорту здійснюють діяльність, яка спрямована на задоволення потреб, виражених у формі попиту на перевезення вантажів або пасажирів, а також інші операції, пов'язані з підготовкою і здійсненням перевізного процесу. Проблема полягає в найефективнішому використанні наявних та можливих ресурсів підприємства.

У вітчизняній економічній літературі термін «потенціал підприємства» трактується як можливість, сили, запаси та засоби, які можуть бути використані, або як рівень потужності у будь-якому відношенні, сукупність засобів, необхідних для будь-чого[1, с.8].

Під потенціалом автотранспортного підприємства доцільно розуміти граничний об'єм наданих послуг при максимальному використанні існуючих ресурсів підприємства[2]. Елементи потенціалу АТП формуються для вирішення конкретної мети, їх структура може істотно змінюватися в результаті прийняття відповідного управлінського рішення щодо збереженості збалансованості використання ресурсів цих підприємств.

Потенціал розмежовують за об'єктними та суб'єктними складовими [3]. Об'єктні складові пов'язані з матеріально-речовинною та особовою формою потенціалу підприємства. Вони споживаються й відтворюються в тій чи іншій формі в процесі функціонування. До них належить: інноваційний потенціал, виробничий потенціал, фінансовий потенціал та потенціал відтворення.

Інноваційний потенціал АТП реалізується через впровадження нових технологій. Наприклад, перехід на екологічні види палива, використання сучасних транспортних засобів з більшою місткістю, які при використанні потребують меншого обсягу паливно-мастильних матеріалів. Це дозволяє максимально використовувати рухомий склад, збільшувати обсяги перевезень, скорочує експлуатаційні затрати, а також забезпечує високу якість транспортних перевезень, безпечно та комфортно перевезення пасажирів.

Виробничий потенціал повинен забезпечувати розвиток та здійснення виробничої діяльності, що забезпечує ефективне використання виробничої потужності АТП. Тобто, це забезпечується оптимальним співвідношенням між матеріально-технічними, трудовими, енергетичними, інформаційними та фінансовими ресурсами з метою досягнення максимальних виробничих результатів [4]. Виробничий потенціал АТП включає основні та оборотні фонди, матеріальні ресурси, промислово-виробничий персонал, техніко-технологічну базу підприємства тощо.

Фінансовий потенціал реалізується шляхом залучення та використання інвестиційних ресурсів для підвищення конкурентних переваг і забезпечення прогресивних перетворень на АТП.

Під потенціалом відтворення слід розуміти сукупність ресурсів капіталу, які направлені на постійне вдосконалення рухомого складу за рахунок нагромаджень амортизаційного фонду, а також внутрішніх джерел формування фінансових коштів.

Суб'єктні складові потенціалу не споживаються, а виступають як загальноекономічний соціальний чинник раціонального використання об'єктних складових.

На автотранспортних підприємствах суб'єктна складова потенціалу проявляється у здібностях апарату управління оптимально використовувати наявні потенціали ресурсів. Управлінський потенціал повинен здійснювати раціональну організацію виробництва, надання послуг, використовуючи прогресивні методи управління персоналу з максимально ефективним використанням матеріально-технічної бази та технології, які є наявними на даному АТП.

Отже, для автотранспортного підприємства потенціалом є максимальний обсяг перевезень (вантажів або пасажирів), вантажообіг, пасажирообіг та надання інших послуг при найефективнішому використанні рухомого складу та інших наявних ресурсів АТП.

#### Література:

1. Касьянова Н. В. Потенціал підприємства: формування та використання. 2-ге вид. перероб. та доп. [текст] : підручник / Н. В. Касьянова, Д. В. Солоха, В. В. Морєва, О. В. Белякова, О. Б. Балакай - К. : «Центр учбової літератури», 2013. - 248 с.
2. Пузирьова П. В. Особливості формування потенціалу автотранспортних підприємств, що здійснюють вантажні перевезення / П. В. Пузирьова // Ефективна економіка. – 2013. – №2.
3. Щербакова Н. А. Потенциал автотранспортного предприятия как имманентный признак его ресурсов / Н. А. Щербакова // Весник ХНАДУ. – 2010. - № 49.
4. Толстова А. В., Борох Ю. О. Теоретичні основи оцінювання виробничого потенціалу транспортних підприємств / А. В. Толстова, Ю. О. Борох // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2014. - №45.

## ОСОБЛИВІСТЬ ІННОВАЦІЙНОГО МАРКЕТИНГУ

О.О. Барабаш, к.е.н., с.н.с.  
К.В. Лисицька

*Одеський національний політехнічний університет*

На сьогодні маркетинг є однією з основних філософій ведення бізнесу, що дозволяє підприємствам вижити, активно розвиватися й конкурувати на ринку. Маркетинг створює умови, які сприяють пристосуванню підприємства до ринкової ситуації, тобто вивільняє ініціативу знизу, стимулює свідоме застосування ризику. Від розвитку маркетингу виграє і споживач, завдяки зменшенню ризику від придбання товарів, гнучкому ціноутворенню, розширенню асортименту товарів і послуг, поліпшенню якості обслуговування [2, с.70].

Практика свідчить, що майже всі підприємства, які успішно розвиваються на ринку, своїм успіхом зобов'язані саме інноваціям. Регулярне впровадження у виробництво і просування на ринку нових товарів, які забезпечують більший ступінь задоволення споживачів, ніж традиційні, здатні забезпечити й підтримувати постійну, незгасаючу зацікавленість до товаровиробника – інноватора. Тому одним з найбільш ефективних напрямків забезпечення підвищення ефективності промислового виробництва є пошук таких умов його функціонування, які б сприяли розвитку інноваційної діяльності, спрямованої на розробку і використання результатів наукових досліджень, котрі надають можливість забезпечити потреби ринку, здійснити відновлення основних виробничих фондів, удосконалити технології, організацію й управління виробництвом.

Одну з провідних ролей у забезпеченні успіху ринкової діяльності підприємства, яке займається інноваційною діяльністю відіграє маркетинг. Ця роль полягає в орієнтації