

Якщо роздивлятися розвиток ринку складської нерухомості України з середини 2000 років можна стверджувати, що ринок складської логістики після двох криз з різницею в 4-5 років так й не прийшов до норми. А саме, протягом останніх 10 років щорічний обсяг нових пропозицій зменшувався (окрім 2013 та 2014 років), орендні ставки в доларах падали, а якість значно погіршувалася. На даний момент, загальна площа складських та логістичних приміщень, які можна класифікувати як майже сучасні, складає 2,35 млн м². та знаходиться в найбільших містах України: Київ, Одеса, Дніпро, Львів. Для порівняння, в сусідній Польщі аналогічний показник складає 11,6 млн кв.м. В кожній компанії залежно від сфери діяльності є свої вимоги до складських приміщень. Протягом останніх 3 років зростає попит на складські приміщення з боку операторів роздрібною торгівлі, які займаються e-commerce. Тому, зростає потреба в приміщеннях великої площі, які будуть виконувати роль центрів дистрибуції. Ринок складської логістики сьогодні знаходиться на самих ранніх етапах адаптації до змін споживчого попиту та розвитку сектора e-commerce. Також, треба зазначити, що більшість складів дуже віддалено будується та проектується згідно світових стандартів в області складської логістики. Як правило це площі колишніх заводів або великих аграрних приміщень.

Перелік посилань:

1. Шваб К. Четвёртая Промышленная Революция / Клаус Шваб. – Москва: ЭКСМО, 2016. – 138 с.
2. Фразелли Э. Мировые Стандарты Складской Логистики / Эдвард Фразелли. – Москва: Альпина Паблишер, 2017. – 330 с.
3. Хамитова Э. Amazon обогнал Apple и Google и стал самым дорогим брендом в мире [Электронный ресурс] / Эльвира Хамитова // Cossa. – 2018. – Режим доступа до ресурсу: <http://www.cossa.ru/news/192867/>
4. Retail e-commerce sales worldwide from 2014 to 2021 [Электронный ресурс] // Statista. – 2018. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/>

МОДЕЛЬ СИНЕРГІЇ МЕХАНІЗМУ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ КОРПОРАТИВНОГО ТИПУ

*Н.О. Шура, канд. екон. наук, доцент
ДВНЗ «Криворізький національний університет»*

Варто відзначити, що поряд із визначенням економічного потенціалу підприємства важливого значення у межах даного дослідження набуває процес його формування. Підтримуємо думку окремих науковців (Т. Батова, В. Крылова [1, с. 32], Л. Головова [2], В. Демиденко та Л. Веретільник [3, с. 68], О. Добикіна, В. Рижиков, С. Касьянюк, М. Кокотько, Т. Костенко та А. Герасимов [4, с. 30], О. Жигунова [5, с. 13], О. Жидяк та У. Петриняк [6, с. 428], Л. Квятковська [7, с. 10], О. Маслак та О. Безручко [8, с. 124], Х. Новікова [9, с. 175], А. Сабадирьова [10, с. 35], Р. Севастьянов [11, с. 124], З. Тягунова [12, с. 321], Ю. Федорова [13, с. 154] та ін.), що процес (механізм) формування економічного потенціалу підприємства ґрунтується на ефекті синергії певних чинників (умов, складових тощо), що може бути представлений єдністю, взаємодоповнюваністю, взаємозв'язком, взаємодією, взаємообумовленістю останніх. Тобто синергія формування економічного потенціалу підприємств корпоративного типу (ЕПКТ) полягає у виникненні додаткового позитивного ефекту від взаємодії окремих чинників, що формують потенціал, у порівнянні з їх звичайною сумою. У цьому контексті авторське бачення моделі синергії механізму формування економічного потенціалу підприємств корпоративного типу може бути представлена на рис. 1.

Варто відзначити, що синергія не виникає сама по собі, а є результатом цілеспрямованого управління. Крім того, вона може мати зворотню дію та спричинити не тільки позитивні, але і негативні зміни об'єкта синергії. Тому одним з важливих завдань формування економічного потенціалу виступає якісне управління як формуванням окремих його складових, так і забезпеченням ефективних механізмів організації, планування та контролю за процесом його формування.

Механізм формування економічного потенціалу підприємства є одним з напрямів його економічної стратегії, передбачаючи «створення та організацію системи ресурсів і компетенцій таким чином, щоб результат їхньої взаємодії був чинником успіху в досягненні стратегічних, тактичних і оперативних цілей підприємства» [14, с.47]. Фактично це процес створення умов для реалізації можливостей підприємства, їх структуризації, побудови на цій основі організаційних форм для забезпечення його стабільного розвитку та ефективного відтворення.



Рисунок 1. Модель синергії механізму формування ЕППКТ (авторська розробка)

Перелік посилань:

1. Батова Т. Н. *Маркетинговий потенціал підприємства: монографія* / Т. Н. Батова, В. А. Крылова. – М. : Издательський дом Академіи. Естествознания, 2016. – 234 с.
2. Головова Л. С. *Стратегія управління розвитком сукупного економічного потенціалу корпоративних структур* / Л. С. Головова // *Ефективна економіка*. – 2009. – № 4. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.m.nauka.com.ua/?op=1&j=efektyvna-ekonomika&s=ua&z=87>
3. Демиденко В. *Особливості формування та використання ресурсного елемента потенціалу підприємства* / В. Демиденко, Л. Веретільник // *Збірник наукових праць ЧДТУ. Серія : Економічні науки*. – Вип. 36., Ч. 1, Т. 1. – С. 65-71.
4. *Потенціал підприємства: формування та оцінка : навчальний посібник* / О. К. Добикіна, В. С. Рижиков, С. В. Касьянюк, М. Є. Кочотько, Т. Д. Костенко, А. А. Герасимов – К. : Центр учбової літератури. – 2007. – 208 с.
5. Жигунова О. А. *Методологія аналізу і прогнозування економічного потенціалу підприємства : автореф. дис... докт. екон. наук*. – Екатеринбург.: 2010. – 39 с.
6. Жидяк О. *Економічний потенціал підприємств аграрної сфери: особливості його структуризації* / О. Жидяк, У. Петриняк // *Ефективність державного управління*. Зб. наук. праць. – 2014. – Вип. 38. – С. 424-430.
7. Маслак О. І. *Основні етапи оцінювання стратегічного потенціалу підприємства* / О. І. Маслак, Л. А. Квятковська // *Регіональна економіка*. – 2012. – № 1. – С. 91-97.
8. Маслак О. І. *Особливості оцінювання економічного потенціалу підприємства в умовах циклічних коливань* / О. І. Маслак, О. О. Безручко // *Вісник соціально-економічних досліджень*. – 2013. – Вип. 1(48). – С. 121-127.
9. Новікова Х. К. *Удосконалення організаційного потенціалу підприємств машинобудівної галузі* / Х. К. Новікова // *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. – 2014. – № 6 (68). – С. 173-178.
10. Сабадирьова А. Л. *Теоретичні основи організації потенціалу підприємства* / А. Л. Сабадирьова // *Економіст*. – 2010. – № 1. – С. 34-35.
11. Севастьянов Р. В. *Особливості класифікації синергетичних ефектів* / Р. В. Севастьянов // *Вісник Дніпропетровського університету. Серія : «Економіка»*. – 2014. – Вип. 8(3). – С. 123-127.
12. Тягунова З. О. *Формування механізму управління маркетинговим потенціалом підприємств системи споживчої кооперації* / З. О. Тягунова // *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. – 2011. – Вип. 3. – С. 320-323.
13. Федорова Ю. В. *Інноваційно-інвестиційний потенціал машинобудівного підприємства у складі промислово-фінансової групи* / Ю. В. Федорова // *Вісник Хмельницького національного університету. Серія : «Економічні науки»*. 2014. – № 6, Т. 1. – С. 153-156.
14. Григораши О. *Визначення сутності категорії «економічний потенціал підприємства» на основі інтегрованого підходу* / О. Григораши // *Збірник наукових праць «Торгівля і ринок України»*. – 2013. – Вип. 6. – С. 43-50.