

УДК 338.439.66

Л.Ю.ГОРДІЄНКО, канд. екон. наук
Харківський національний економічний університет

Є.В.ШВЕЦЬ

Харківський державний технічний університет будівництва та архітектури

СЕМАНТИЧНИЙ АНАЛІЗ СУТНОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ ЩОДО УМОВ ТРАНСФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

Виконується семантичний аналіз сутності категорії „стратегічний потенціал підприємства”. Узагальнено визначення понять „стратегія”, „потенціал”, „стратегічний потенціал”, на основі якого обґрунтовано основні складові стратегічного потенціалу підприємства в умовах трансформаційної економіки.

Сучасний етап реформування економіки України потребує нового підходу до управління підприємством, розробки такої господарської політики і стратегії, які дозволять йому підтримувати конкурентні переваги в довгостроковому періоді. Прийняття управлінських рішень керівниками підприємства не може обмежуватися вузькими рамками поточних виробничих проблем. Їх діяльність повинна стати науково обґрунтованою і не тільки враховувати, але і передбачати зміни, які трапляються у зовнішньому середовищі, щоб впливати на них для досягнення поставлених цілей.

У той же час ситуація в Україні і у всьому світі різко змінилась. Це пов'язано з прискоренням змін в оточуючому середовищі, появи нових запитів і зміні позиції споживача, зростанні конкуренції за ресурси, інтернаціоналізації і глобалізації бізнесу, появою нових несподіваних можливостей для бізнесу, які відкриваються за рахунок досягнень науки і техніки, розвитку інформаційних мереж і роблять можливим миттєве поширення і отримання інформації, широкою доступності сучасних технологій, зміні ролі людських ресурсів, а також ряду інших факторів, які свідчать про наявність трансформаційних процесів в економічній системі сучасного суспільства, що призвели до різкого зростання значення, як теорії стратегічного управління в цілому, так і окремих його компонентів, у тому числі – стратегічного потенціалу підприємства.

Проблеми стратегічного управління, розроблені західними вченими І.Ансоффом [1], Б.Карлофом [8], Г.Мінцбергом [12], А.А.Томпсоном, А.Дж.Стриклендом [15] та ін., були розвинуті вітчизняними і російськими вченими стосовно умов постсоціалістичних країн. Так, напрямку дослідження стратегічного потенціалу підприємств присвячені роботи таких вчених, як О.С.Виханський [4], В.Н.Гавва

[5], В.Г.Герасимчук [7], Є.В.Лапін [10], Л.М.Малярец, І.П.Отенко [13], В.С.Пономаренко, О.І.Пушкар, О.М.Тридід [14], Р.А.Фатхутдинов [16] та ін.

Незважаючи на досягнення закордонних і вітчизняних учених, багато теоретичних та практичних питань у цій області знань ще не вирішені. Це проблеми, пов'язані з уточненням та поглибленням сутності стратегічного потенціалу; з розробкою класифікації видів потенціалу підприємства та визначення їх ролі в управлінні процесами функціонування і розвитку підприємства; з інформаційним забезпеченням системи управління стратегічним потенціалом; з необхідністю створення концепції управління стратегічним потенціалом і на її основі – розробки і реалізації механізмів ефективного управління стратегічним потенціалом підприємства; взаємозв'язку стратегії розвитку підприємства з оптимізаційним механізмом управління стратегічним потенціалом підприємства, що досить актуально для українських підприємств, які прагнуть успішно працювати і розвиватися в умовах трансформаційної економіки.

Метою даної роботи є уточнення та поглиблення сутності категорії „стратегічний потенціал підприємства”, а також визначення її ролі в управлінні підприємством в умовах трансформаційної економіки.

Теоретичною основою проведених досліджень стали роботи провідних вітчизняних і закордонних учених з проблем теорії і практики стратегічного управління на підприємствах [7, 14, 16, 18], а також формування, оцінки та управління потенціалом підприємства [5, 10, 13, 17]. Використаний в статті семантичний аналіз таких категорій, як „стратегія”, „потенціал”, „стратегічний потенціал підприємства”, який заснований на логічних процедурах спеціалізації та узагальнення дає можливість узагальнити визначені поняття. Сутність методу полягає в аналізі наявних визначень даних термінів та в знаходженні структурних елементів, що їх з'єднують, на основі чого обґрунтувати основні складові стратегічного потенціалу підприємства в умовах трансформаційної економіки.

Постановка і вирішення проблеми стратегічного управління підприємством в умовах трансформаційної економіки має базуватися на аналізі сутності тих категорій, що є складовими тієї економічної категорії, що розглядається, а саме стратегічного потенціалу підприємства.

Сьогодні в сучасній науковій літературі є достатньо визначень таких понять, як „стратегія” (табл.1), „потенціал” (табл.2). Семантичний аналіз визначень категорії „стратегія”, наведених у табл.1, дозволяє зробити висновок, що існує багато думок та підходів щодо визначення сутності цієї категорії. І, якщо погодитися з думкою, наведеною в [12,

с.20], що одного простого визначення стратегії не існує, тим більше необхідно мати спільну думку по шерензі фундаментальних питань.

Таблиця 1 – Полісемія визначення економічної категорії „стратегія”

Автор/джерело	Визначення
Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. [11, с.257]	Стратегія представляє собою детальний всебічний комплексний план, призначений для того, щоб забезпечити здійснення місії організації і досягнення її цілей
Виханський О.С. [4, с.88]	Стратегія – це довгостроковий якісно визначений напрямок розвитку організації, який стосується сфери, засобів і форми її діяльності, системи взаємовідносин усередині організації, а також позиції організації в навколишньому середовищі, що приводить організацію до її цілей
Артур А.Томпсон-мл., А.Дж. Стрикленд [2, с.32]	Стратегія компанії – комбінація методів конкуренції та організації бізнесу, яка направлена на задоволення клієнтів та досягнення організаційних цілей
Фатхутдинов Р.А. [16, с.7]	Стратегія – програма, план, генеральний курс суб'єкта управління по досягненню ним стратегічних цілей в будь-якій області діяльності
Хміль Т.М., Василик С.К., Шишмарева Л.О. [18, с.36]	Стратегія – узагальнений план або курс дій, необхідний для досягнення довгострокових цілей організації шляхом розподілу ресурсів
Великий економічний словник [3, с.664]	Стратегія – мистецтво керівництва; загальний план ведення цієї роботи, виходячи з сформованої дійсності на даному етапі розвитку

Отже, узагальнюючи наведені поняття, можна погодитись з авторами [4, с.88; 18, с.36] в тому, що стратегія це насамперед довгостроковий якісно визначений напрямок розвитку організації, де цілі – це результати, а стратегія визначає шляхи та дії, необхідні для їх досягнення. Але разом з тим, як підкреслюють ті ж автори, стратегію краще всього розглядати як комбінацію із запланованих дій та швидких адекватних рішень на зміни. Так, з метою визначення сутності обраної економічної категорії „стратегічний потенціал підприємства” слід провести також семантичний аналіз такої її складової, як „потенціал” (табл.2).

На підставі семантичного аналізу визначень категорії „потенціал підприємства”, які наведені в табл.2, можна зробити висновок, що сьогодні в наукових дослідженнях немає єдиного визначення цієї економічної категорії. При цьому слід погодитися з російськими авторами, які в [9, с.94] зауважують, що для більшості дослідників потенціал підприємства представляється дещо абстрактною категорією. Його границі розпливчасті, фактори цілком не визначені, вплив на поточні процеси опосередкований. Але разом з тим, як підкреслюють ті ж ав-

тори, ця ж категорія досить конкретна, оскільки практично кожне рішення може оказати на нього (і через його посередництво на всю наступну історію підприємства) або деякий позитивний, або серйозний негативний вплив.

Таблиця 2 – Полісемія визначення економічної категорії „потенціал”

Автор/джерело	Визначення
Отенко І.П., Малярець Л.М. [13, с.5]	Потенціал підприємства є характеристикою динамічного стану підприємства, обумовлений цілями його функціонування та розвитку
Федонін О.С., Репіна І.М., Олевська О.І. [17, с.7]	Потенціал підприємства – максимально можлива сукупність активних і пасивних, явних і прихованих альтернатив (можливостей) якісного розвитку соціально-економічної системи підприємства у певному середовищі господарювання (ситуаційно-ринкова складова) з урахуванням ресурсних, структурно-функціональних, часових, соціокультурних та інших обмежень
Великий економічний словник [3, с.523]	Потенціал – сукупність наявних засобів, можливостей в якій-небудь області
Гавва В.Н. [5, с. 6]	Визначення „потенціал” тісно пов’язано з характером цілей, оскільки для одних цілей „сукупність можливостей” може виявитися досить високою, а для інших – низькою
Лапін Є.В. [10, с.16]	Потенціал підприємства переважно трактується як сукупність ресурсів, які надані у його розпорядження для виробничої діяльності

У науковій літературі категорія „стратегічний потенціал” звикло пов’язується з проблемами управління розвитком підприємств [5, 10, 13]. В табл.3 наведено деякі визначення категорії „стратегічний потенціал підприємства”. Якщо провести семантичний аналіз визначень цієї економічної категорії, то можна зробити висновок, що до теперішнього часу не сформований загальний теоретичний підхід до вивчення та дослідження стратегічного потенціалу підприємства в умовах трансформаційної економіки.

Таблиця 3 – Полісемія визначення економічної категорії „стратегічний потенціал підприємства”

Автор/джерело	Визначення
Отенко І.П., Малярець Л.М. [13, с.18]	Стратегічний потенціал підприємства – потенціал, сформований під цілі розвитку підприємства
Гавва В.Н. [5, с.7]	Граничні можливості досягнення глобальної та локальної стратегічних цілей у відповідних зовнішніх умовах називають стратегічним потенціалом
Лапін Є.В. [10, с.6]	Стратегічний потенціал підприємства – потенціальні можливості підприємства при найбільш ефективному використанні ресурсів

З метою визначення стратегічного потенціалу підприємства в умовах трансформаційної економіки семантичний аналіз, наведених в табл.1-3 визначень таких економічних категорій, як „стратегія”, „потенціал”, „стратегічний потенціал”, має бути доповнений аналізом тенденцій, які притаманні трансформаційній економіці.

Відповідно до [6, с.33] світовий досвід політико-економічного розвитку кінця ХХ - початку ХХІ ст., включаючи досвід постсоціалістичних країн, дозволяє виявити низку стійких і суперечливих тенденцій, які з'явилися в економіці різних держав, та які, з притаманними Україні особливостями, характеризують новітній досвід її економічного розвитку.

Серед основних тенденцій, які притаманні трансформаційній економіці України, в [6, с.33-34] виділяють наступні.

По-перше, формування ринкової системи як основи економіки України, розвиток ринкових інститутів (слід відмітити, що статус ринкової економіки трансформаційна економіка України отримала у Європейської спільноти з політичної точки зору в грудні 2005 р.).

По-друге, об'єктивна потреба у свідомому регулюванні всього національного господарства стала фактором економічного життя всіх розвинених країн з ринковим господарством (ця тенденція має специфічний прояв в Україні, яка нещодавно отримала статус країни з ринковою економікою і в якій час від часу здійснюється на відміну від країн з розвиненим ринковим господарством простий вплив з боку держави на хід відтворення, як це було раніше. А нова тенденція свідчить про нове явище, коли свідомо і постійно здійснюється регулюючий вплив на все суспільне господарство).

По-третє, явно визначилась тенденція до формування соціально орієнтованих суспільств, у яких створюються умови оптимізації ринкової ефективності та соціальної захищеності всіх громадян (останнім часом в Україні під впливом політичних факторів та простого впливу з боку держави на хід відтворення намітилась тенденція створення диспропорцій між забезпеченням оптимізації ринкової ефективності та соціальної захищеності всіх громадян).

По-четверте, сучасна економіка – відкрита економіка. Перед перехідною економікою України виникає проблема одночасного формування відкритої економіки та пошуку власної національної моделі економічного відтворення, яка б надійно забезпечувала національні економічні та політичні інтереси.

У перехідній економіці, що притаманна Україні, повинні здійснюватися також інші процеси сучасного розвитку – перехід до постіндустріального виробництва і технологій, формування змішаних і ком-

бінованих форм власності тощо, що необхідно враховувати при формуванні стратегії підприємства і його стратегічного потенціалу.

Таким чином, узагальнюючи наведені в табл.1-3 поняття, а також ураховуючи основні тенденції економіки, що трансформується, стратегічний потенціал підприємства в умовах трансформаційної економіки можна визначити як сукупність поточних та майбутніх ресурсів і можливостей, які можуть бути мобілізовані для досягнення стратегічних цілей підприємства в трансформаційних умовах.

Стратегічний потенціал представляє собою повну характеристику і основну ознаку процесів функціонування та розвитку підприємства, в тому числі в умовах трансформаційної економіки. На основі стратегічного потенціалу можуть бути вирішені наступні задачі: аналіз та оцінка впливу на підприємство факторів макросередовища; виявлення можливостей керівників та всього персоналу; ефективного використання менеджменту оптимально застосовувати наявні ресурси підприємства (професійною підготовкою, талантом, умінням створювати й оновлювати організаційні структури підприємства та ін); ефективного використання фінансових можливостей залучення коштів; використання інформаційних можливостей підприємства, тобто можливостей підприємства генерувати та трансформувати інформаційні ресурси для використання їх у виробничій, комерційній та управлінській діяльності; проведення ефективного аналізу кон'юнктури та потреб ринку для сучасного задоволення потенційних покупців; впровадження інновацій в області створення нових товарів, нових технологій; реалізації нових конкурентоздатних ідей, стратегій і стратегічних планів тощо. Тому проведення теоретичних досліджень визначень категорій, які є складовими економічної категорії „стратегічний потенціал підприємства”, є важливою науковою проблемою.

Таким чином, формування та управління стратегічним потенціалом підприємства є однією з найбільш важливих задач у трансформаційній економіці. Результати семантичного аналізу визначень економічних категорій, що є складовими для визначення стратегічного потенціалу, дозволили з теоретичної точки зору не тільки визначити сутність даної економічної категорії, але і з урахуванням тенденцій сучасних економічних систем обґрунтувати основні складові стратегічного потенціалу підприємства в умовах трансформаційної економіки. Дані теоретичні положення можуть бути використані управлінцями на практиці для вдосконалення методів стратегічного управління, інтеграції прийомів стратегічного менеджменту з метою забезпечення стабільного економічного зростання та досягнення високих економічних результатів діяльності підприємств, що особливо важливо для підпри-

емств України та країн, що розвиваються. Надалі нами планується по-
дальше дослідження механізму управління стратегічним потенціалом
підприємства в умовах трансформаційної економіки.

1. Ансофф И. Стратегическое управление: Сокр. пер. с англ. / Науч. ред. и авт. пред-
исл. Л.И.Евченко. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.

2. Артур А. Томпсон-мл., А. Дж. Стрикленд Стратегический менеджмент: концеп-
ции и ситуации для анализа: Пер. с англ. – 12-е изд. – М.: Изд. дом „Вильямс”, 2002. –
928 с.

3. Большой экономический словарь / Под ред. А.Н.Азрилияна. – 2-е изд. доп. и пе-
реаб. – М.: Институт новой экономики, 1997. – 864 с.

4. Виханский О.С. Стратегическое управление. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.:
Гардарика, 2000. – 296 с.

5. Гавва В.Н. Оценка потенциала предприятия и отрасли. – Харьков: Нац. аэро-
косм. ун-т «Харьк. авиац. ин-т», 2004. – 287 с.

6. Гальчинський А.С. Інноваційна стратегія українських реформ / А.С.Гальчинський,
В.М.Гесць, А.К.Кінах, В.П.Семиноженко. – К.: Знання України, 2002. – 336 с.

7. Герасимчук В.Г. Стратегічне управління підприємством: Графічне моделювання.
– К.: КНЕУ, 2000. – 360 с.

8. Карлоф Б. Деловая стратегия: Пер. с англ. / Науч. ред. и авт. предисл. В.А.При-
писнова. – М.: Экономика, 1991. – 239 с.

9. Клейнер Г.Б. Предприятие в нестабильной экономической среде: риски, страте-
гии, безопасность / Г.Б.Клейнер, В.Л.Тамбовцев, Р.М.Качалов. – М.: Экономика, 1997. –
288 с.

10. Лапин Е.В. Экономический потенциал предприятия. – Сумы: Унив. кн., 2002. –
278 с.

11. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. – М.:
Дело, 1997. – 704 с.

12. Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Дж. Школы стратегий: Пер. с англ. / Под
ред. Ю.Н.Каптуревского. – СПб.: Питер, 2000. – 336 с.

13. Отенко И.П., Малярец Л.М. Механизм управления потенциалом предприятия. –
Харьков: ХГЭУ, 2003. – 220 с.

14. Пономаренко В.С., Пушкар О.І., Тридід О.М. Стратегічне управління розвит-
ком підприємства. – Харків: ХДЕУ, 2002. – 640 с.

15. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Искусство раз-
работки и реализации стратегии: Пер. с англ. / Под ред. Л.Г.Зайцева, М.И.Соколовой. –
М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576 с.

16. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.:
Дело, 2001. – 448 с.

17. Федонін О.С., Рєпіна І.М., Олексюк О.І. Потенціал підприємства: формування
та оцінка. – К.: КНЕУ, 2004. – 316 с.

18. Хміль Т.М., Василик С.К., Шишмарева Л.О. Стратегический менеджмент. –
Харьков: ИД „ИНЖЭК”, 2004. – 136 с.

Отримано 01.02.2006