

3. Економічна енциклопедія: У 3-х томах. Т.1. / Редколегія: С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. — К.: Видавничий центр «Академія», 2000. — 864 с.

4. *Бабосов Е.М.* Экономическая социология: Учеб. пособие / Е.М. Бабосов. — Мн.: ЦП «Технопринт», 2004. — 336 с.

5. *Ситник Й.С.* Методологічний підхід до оцінювання ефективності систем управління підприємствами в умовах конкурентного середовища // Актуальні проблеми економіки. — 2010. — №6 (108). — С. 53—60.

6. *Бугров Д.* Метрика ефективності. [Електронний ресурс] — Вестник McKinsey. — 2003. — №1 (3). — Режим доступу до журн.: [http://www.cfin.ru/management/controllers/mgt\\_productivity.shtml](http://www.cfin.ru/management/controllers/mgt_productivity.shtml)

**Нікіфоренко А.Т.,**

доцент, Одеський державний  
економічний університет, Україна

**Nikiforenko A. T.,**

Assistant to the professor, Odessa  
State Economic University, Ukraine

**ЩОДО ПИТАННЯ  
СТРАТЕГІЧНОГО  
ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

**IN RELATION TO QUESTION  
OF STRATEGIC POTENTIAL  
OF ENTERPRISE**

Розглянуто питання управління стратегічним потенціалом та підходи до оцінки потенціалу на підприємстві.

The question of management strategic potential and going is considered near the estimation of potential on an enterprise

Управління стратегічним потенціалом промислового підприємства є довгостроковим процесом реалізації можливостей ефективного використання ресурсів виробництва з метою одержання доходів від усіх видів діяльності підприємства, що забезпечують прибуток за рахунок стійких конкурентних переваг. У ринкових умовах господарювання досягнення кінцевого результату є основною метою будь-якого підприємства. Звичайно, успіх суб'єктів господарювання в значній мірі визначається тим, наскільки ефективно вони відтворюють свої можливості, тобто свій потенціал. Узагальнюючи результати думок відносно тлумачення змісту потенціалу підприємства, необхідно констатувати про необхідність виваженого підходу до визначення та класифікації цієї економічної категорії. Тому спробуємо визначити свою позицію відносно об'єкта даного дослідження. Взагалі, на нашу думку, потенціал підприємства — це сукупність якостей системи взаємопов'язаних ресурсів, можливостей та їх мобілізації щодо досягнення цілей

підприємства, конкурентних переваг з урахуванням впливу зовнішнього середовища.

Сучасні напрямки по вивченню сутності потенціалу підприємства і його оцінка постійно розвиваються, розширюються теоретичні підходи. Економісти схильні використовувати єдиний систематичний, інтегральний показник, що є внутрішнім комплексним фінансово-економічним мультиплікатором [1, с. 256]. Важливим етапом стратегічного аналізу є цільова оцінка виробничого потенціалу підприємства, відповідності потенціалу підприємства тим цілям, які спрямовані на досягнення певних результатів. Оцінка потенціалу повинна охоплювати його основні складові і стан зв'язків між ними, що формують його цілісність, а також зв'язки потенціалу підприємства із зовнішнім середовищем. Узагальнюючим показником є результативність — комплексна характеристика, що відображає відповідність системи її завданням, успішність її функціонування [2, с. 148].

Результати аналізу величини стратегічного потенціалу та його окремих частин використовується при визначенні рівня конкурентоспроможності організації. Це досягається різними методами: теорії конкурентних переваг, теорії конкурентоспроможності товару, концепції ЖЦП тощо. Комплексну оцінку потенціалу щодо розвитку підприємства дає показник конкурентного потенціалу підприємства (КПП), який характеризує від якого виду потенціалу найбільш залежить розвиток стратегічного потенціалу, який вид ресурсів підприємства є слабкою ланкою і потребує найбільшої уваги, на якій стадії життєвого циклу знаходиться підприємство та якими конкурентними перевагами володіє [3, с. 107].

Дотримуючись цільового підходу стає можливим: по перше, порівняти наявний потенціал з необхідним, який може досягти поставленої підприємством мети; по-друге, сприяє розподілу ресурсів між окремими стратегічними зонами господарювання (СЗГ) і напрямками діяльності, змінами у структурних складових потенціалу. За цільовим підходом підприємство на підставі поставлених цілей і своєчасної їх коректування, має можливість адаптувати свій потенціал за новими стратегічними задачами і тим самим забезпечити необхідні позиції на ринку. В цілому сучасні підходи до оцінки потенціалу підприємства не суперечать один одному, а доповнюють і розширяють теоретичну і методичну базу. Їх гармонічне використання дозволяє найбільш реально оцінити потенціал підприємства, його конкурентні переваги у ринковому середовищі.

## Література

1. Економіка підприємства: теорія та практика: 3б. мат. II Міжнар. наук.-практ. конф. 13—14 березня 2008 р. — К.: КНЕУ, 2008. — 504 с.
2. *Клівец П.Г.* Стратегія підприємства: Навч. посіб. — К.: Академвидав, 2007. — 320 с.
3. *Мартиненко М.М. Ігнатієва І.А.* Стратегічний менеджмент: Підручник. — К.: Каравела, 2006. — 320 с.

**Нориціна Н.І.,**

канд. екон. наук, доцент,  
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима  
Гетьмана»

**Noritsina Natalie**

PhD in Economics, Associate  
Professor  
Vadym Hetman Kyiv National  
University of Economics

**СОЦІАЛЬНА  
ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ  
БІЗНЕСУ ЯК ФАКТОР  
СТАБІЛЬНОГО РОЗВИТКУ  
ПІДПРИЄМСТВА**

**SOCIAL RESPONSIBILITY  
OF BUSINESS AS FACTOR  
OF ENTERPRISE SUSTAINABLE  
DEVELOPMENT**

Корпоративна соціальна відповідальність є ознакою високого рівня економіки. Наслідком реалізації корпоративних соціальних програм є позитивні ділова репутація підприємства та стабільний його розвиток у майбутньому.

Corporate social responsibility is an indication of high development level of economy. The consequence of implementation of corporate social schemes is a positive business reputation of enterprise and its sustainable development in future.

У сьогоднішні керівники українських компаній не надто переймаються проблемами корпоративної соціальної відповідальності на відміну від зарубіжних колег. Така ситуація є наслідком домінування в економіці та суспільстві в цілому переконання, що основною метою будь-якого бізнесу є прибуткова діяльність. Стійка орієнтація підприємств на прибуток та максимальний прибуток суспільством сприймається як зрозуміла і цілком виправдана. Крім того, процеси становлення та розвитку ринкової економіки в Україні, що супроводжуються постійними змінами «правил гри» на бізнесовому полі, априорі не залишають бізнесу іншого вибору ніж спрямовувати всі зусилля на прибуток. У таких умовах важко заробити навіть достатній рівень прибутку, і рішення керівництва підпадають під міркування найближчої пер-