

Побудова такої системи метрик для диверсифікаційного підприємства з вибором конкретних індикаторів закладає методологічну основу економічних вимірників диверсифікації діяльності компаній і становить базу для майбутніх досліджень.

Список використаних джерел

1. *Грабовенко О. В.* Диверсифікація у розвитку підприємства постіндустріальної епохи / О. В. Грабовенко // Економіка та підприємництво. – 2016. – №36–37. – С. 14–24.
2. Hofstede Insights [Official site]. – <https://www.hofstede-insights.com/>
3. *Клейнер Г.Б.* Системная парадигма и системный менеджмент / Г.Б. Клейнер // Российский журнал менеджмента. — Том 6. — № 3. — 2008. — С. 27–50.
4. *Клейнер Г.Б.* Системная экономика — новое направление в экономической теории. – [Электронный ресурс] / Г.Б. Клейнер // ГБУ «Центр перспективных экономических исследований Академии наук Республики Татарстан» [Официальный сайт]. — Режим доступа: <http://cpei.tatarstan.ru/file/КазаньКФУ.pdf>.
5. *Freeman R. Edward* (1984). *Strategic Management: a stakeholder approach*. Boston: Pitman. ISBN 0-273-01913-9.
6. *Талеб Н.Н.* Антихрупкость. Как извлечь выгоду из хаоса. – М.: ООО «Издательская Группа «Азбука-Аттикус», 2015. – 762 с.
7. *Каплан Р.С., Нортон Д.П.* Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2003. – 214 с.

Швиданенко Генефа Олександрівна

к.е.н., професор, зав. каф. економіки підприємства, shvidanenko_go@gmail.com

Теплюк Марія Анатоліївна

к.е.н., асистент кафедри економіки підприємства, mteplyuk@gmail.com

СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РЕСУРСОЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Швиданенко Генефа, Теплюк Марія
СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПРИОРИТЕТЫ
РЕСУРСОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЙ

Shvidanenco Genefa, Tepluk Mariia
STRATEGIC PRIORITIES OF THE
RESOURCES SUPPLYING FOR
ENTERPRISE ACTIVITIES

На сучасному етапі посилення глобалізації світової економіки, постає гостре питання щодо встановлення стратегічних пріоритетів забезпечення ресурсами господарської діяльності суб'єктів ринкових відносин. Зміни в інтересах стейкхолдерів у інноваційно-ресурсному забезпеченні бізнесу, зумовлюють необхідність удосконалення управління активами підприємства та безпосереднього їх оцінювання. Досліджуючи світовий досвід розвитку суб'єктів господарювання, доцільно відзначити, що найбільших комерційних успіхів досягають компанії, які функціонують на засадах інтенсифікації ресурсозабезпечення діяльності підприємств. Відповідна тенденція є об'єктивною, оскільки ключовим фактором ефективного функціонування бізнесу є ресурси, які здатні у процесі трансформації генерувати грошові потоки та формувати граничну цінність для всіх стейкхолдерів.

У межах нашого дослідження, доцільно підкреслити необхідність наукового обґрунтування системного підходу до управління ресурсними трансформаціями з урахуванням сучасних ринкових тенденцій, які дозволяють ідентифікувати стратегічні пріоритети. Зазначимо, що ефективне використання ресурсів підприємства формує ключові компетентності, а вміння створювати нову вартість є джерелом досягнення конкурентної переваги.

Проблематика визначення стратегічних пріоритетів ресурсозабезпечення діяльності підприємств досліджувались у наукових працях: А. Блека, Д.Бейлі, Дж. Барні, О. Бутнік-Сіверського, Р. Гранта, С. Джерела, С. Монтгомері, Р. Моріна, М. Міллера, Ф. Модільяні, В.

Марченко Т. Коллера, Т. Коупленда, Д. Коллінза, К. Кула, М.Петераф, Р. Рамелта, М. Скотта, Б. Стюарта, Д.Тіса, О. Шаманської, Г. Швиданенко, Н. Шевчук та інших [1–3].

Разом з тим, сучасні тенденції розвитку вітчизняних підприємств спрямовані на структурну перебудову промислового комплексу, формування стратегічних пріоритетів і вдосконалення діяльності за соціальними, фінансовими, функціональними, виробничими, інноваційно-інвестиційними, екологічними та інфраструктурними напрямками. Провідні економісти наголошують на необхідності перебудови системи менеджменту за сучасними критеріями та адаптації її до запитів динамічного ринкового середовища. Розглядаючи процес ресурсозабезпечення діяльності як систематичний та об'єктно-орієнтований, першочерговим завданням є ідентифікація елементів ресурсного портфеля відповідно до запитів бізнесу.

Разом з тим, для промислових підприємств, відкритими залишаються проблемні аспекти формування та використання пріоритетної складової ресурсного потенціалу, реструктуризації та забезпечення ринкової трансформації для підвищення ефективності господарської діяльності. Зміцнення позиції вітчизняних підприємств на внутрішньому та зовнішньому ринках залежить від дієвості стратегічного управління, обґрунтованого регулювання та запровадження ефективного організаційно-економічного механізму здійснення прогресивних змін, формування дієвої правової основи для проведення результативної інноваційно-інвестиційної політики [4].

Враховуючи ключові догми концепції *ресурсної асиметрії*, наявність ґрунтовної матеріально-технічної бази не є запорукою успіху, лише ефективне використання всіх ресурсів, і насамперед інтелектуальних, є стратегічним пріоритетом сучасного бізнесу. Доцільно зазначити, що необхідною умовою ефективного використання стратегічних ресурсів є безперервний пошук динамічних можливостей отримання позитивного ресурсного ефекту, як результату оптимального використання елементів ресурсного портфеля та генерування граничної цінності [5, 6].

Тобто, можна зазначити, що для ідентифікації стратегічних пріоритетів ресурсозабезпечення діяльності підприємств необхідним є оцінювання значущості кожного елементу ресурсного портфеля. Разом з тим, не залучений ресурсний потенціал – це втрачені альтернативні можливості бізнесу щодо генерування додаткових доходів і прирощення конкурентних переваг.

Отже, можна зробити висновок про широкий спектр потенційних можливостей для сучасного бізнесу, які необхідно трансформувати у стійкі конкурентні переваги. Безперечно для стратегічного розвитку підприємства, варто переглянути підходи до ідентифікації стратегічних пріоритетів ресурсозабезпечення діяльності підприємств, у контексті сучасних запитів динамічного ринкового середовища.

Список використаних джерел

1. Марченко В.М. Ефективність використання ресурсів в процесі злиття та поглинання корпорації / В. М. Марченко, В. П. Башилова // Формування ринкових відносин в Україні. – 2017. – № 1. – С. 83–89.
2. Швиданенко Г.О., Теплюк М.А. Забезпечення конкурентних переваг у контексті формування ресурсного портфеля підприємства / М. А. Теплюк, Г. О. Швиданенко, І. І. Декрет // Науковий журнал «Молодий вчений». – 2016. – С. 1001–1006.
3. Швиданенко Г.О., Теплюк М.А. Формування ресурсного портфеля та його роль в ефективному розвитку підприємства / Г. О. Швиданенко, М. А. Теплюк // Проблеми сталого розвитку економіки України в умовах інтеграційних процесів: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. – Ужгород: УНУ, 2014. – С. 134–137.
4. Шаманська О.І. Сучасні підходи до оцінювання ефективності управління ресурсним потенціалом підприємства. – [Електронний ресурс] / О.І. Шаманська // Ефективна економіка. – 2013. – № 9.– Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1860>
5. Шевчук Н. В. Інформація як економічний ресурс: сутність і роль у забезпеченні конкурентоспроможності сучасного підприємства / Ефективна економіка // Електронне наукове фахове видання. [Електронний ресурс]. – №6. – 2012.

6. Шаманська О.І. Оптимізація структури ресурсного потенціалу з урахуванням витрат та раціонального використання виробничої потужності підприємства за критерієм максимізації прибутку [Електронний ресурс] / О.І. Шаманська // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2012. – № 8. – Режим доступу до журналу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2012_8_21

Дерев'янюк Олена Георгіївна
д.е.н., професор кафедри економіки, обліку та фінансів НУХТ,
y.derevyanko@pr-service.com.ua

РЕПУТАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Дерев'янюк Елена
РЕПУТАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ
В СИСТЕМЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО
УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Derevianko Olena
REPUTATION MANAGEMENT IN THE
SYSTEM OF STRATEGIC MANAGEMENT
OF AN ENTERPRISE

Незважаючи на двадцятип'ятирічну історію незалежності нашої держави, на жаль, нині у вітчизняних власників і топ-менеджерів, на відміну від їхніх колег з економічно розвинених країн, тільки зароджується розуміння, що системно і на стратегічній основі управляти необхідно не лише фінансами, маркетингом, постачанням і збутом, а й зв'язками підприємства із громадськістю, його сприйняттям різними категоріями внутрішніх і зовнішніх стейкхолдерів. Однак тут варто підкреслити, що процес формування репутації підприємств, незалежно від того, є він усвідомленим менеджерами чи ні, об'єктивно відбувається, у тому числі без управлінських зусиль і волі осіб, що ухвалюють рішення, – тобто є невід'ємною реальністю нашого буття. І якщо не докладати зусиль для цілеспрямованого формування репутації підприємства, то вона сформується спонтанно, неконтрольовано, обмежуючи стратегічні перспективи розвитку підприємства.

Згідно з аргументацією автора, викладеною у попередніх дослідженнях [1, 2], формування системи репутаційного менеджменту (СРМ) підприємства (компанії) – це процес стратегічного рівня управління. Репутація «працює на підприємство» у довгостроковій перспективі, спираючись на довіру стейкхолдерів, що стає важливим фактором підтримки і розвитку бізнесу в періоди економічної кризи: завдяки активному РМ формується запас антикризисності репутації та антикризової стійкості, що дозволяє швидше та з меншими витратами ресурсів відновити довіру стейкхолдерів, якщо вона похитнулася через кризові явища.

Таким чином, стратегічна логіка управлінського процесу в СРМ відповідає логіці забезпечення визначеного рівня економічної безпеки як необхідної довіри стейкхолдерів до підприємства. Згідно із сучасною теорією і практикою менеджменту економічних систем різних рівнів, процес управління розпочинається саме із формування стратегії, постановки довгострокової мети та завдань. Відповідно, у межах даного параграфу дослідження спрямоване на досягнення таких цілей:

- охарактеризувати основні особливості вибору (обґрунтування) стратегії репутаційного менеджменту за сучасних умов;
- визначити способи сполучення на стратегічному рівні інструментів репутаційного менеджменту, з позиції формування репутації як підприємства загалом, так і репутації його окремих продуктів;
- сформувати системний погляд на стратегію репутаційного менеджменту як механізм підтримки економічної безпеки бізнесу через управління репутаційними ризиками;
- розробити комплекс стратегічних заходів для антикризового репутаційного менеджменту підприємств, спрямований на захист і швидке відновлення довіри стейкхолдерів до підприємства.