

DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/meu.2024.51.0.5117>

УДК 658 : 005.21– 047.44] (477)
JEL C61

КРИТИЧНИЙ АНАЛІЗ ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «СТРАТЕГІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА»

Оксана Жилінська¹, Вікторія Макарченко²

^{1,2}Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
01033, м. Київ, вул. Володимирська, 60

¹e-mail: zhylynska@knu.ua

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-8366-0474>

²e-mail: makarchenkovictoria@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-8135-0461>

Анотація. У статті здійснено критичний аналіз визначення поняття «стратегічний потенціал підприємства» (СПП), формулювання власного визначення досліджуваного поняття. У роботі зазначено, що відсутність уніфікованого визначення поняття «СПП» негативно впливає на різні напрямки дослідження даного поняття, що зумовлює актуальність статті. Автори представили дослідження поняття «СПП» з використанням алгоритму конструювання категорій та понять, що розроблений А.О. Старостіною, згідно з яким в основі аналізу дефініції покладено її трикомпонентну структуру. Такий підхід передбачає визначення поняття у контексті трьох структурних компонент: суть явища; зміст явища; результат явища. Наведена коротка характеристика кожного з семи етапів алгоритму. Результатом проведеного дослідження є конструювання власного визначення поняття «СПП». Обґрунтовано, що сформоване визначення має значний потенціал для його практичного використання, оскільки більш чітко визначає всі структурні елементи: суть, зміст, результат, а також враховує відмінності стратегічного потенціалу підприємства від потенціалу підприємства.

Ключові слова: потенціал підприємства, стратегічний потенціал підприємства («СПП»), критичний аналіз поняття, трирівнева структура: суть явища, зміст явища, результат явища.

Постановка проблеми. Діяльність українських підприємств під час повномасштабного вторгнення держави-агресора розгортається в умовах посилення невизначеності. За таких умов топменеджмент підприємств повинен генерувати принципово іншу управлінську інформацію з фокусуванням на зниженні невизначеності щонайменше у середньостроковій перспективі і щодо зовнішнього, і щодо внутрішнього середовища підприємств. Все це актуалізує розгляд наукового поняття «стратегічний потенціал підприємства».

Стратегічний потенціал підприємства (СПП) є узагальненою абстрактною характеристикою будь-якого підприємства. Наразі у науковій літературі структура СПП чітко не визначена, відсутнє уніфіковане визначення СПП, що призводить до різних тлумачень даного поняття, а отже, негативно впливає на різні аспекти дослідження СПП. Зокрема, розробка механізмів оцінювання, формування та управління СПП має базуватися чіткому розумінні сутності поняття «СПП». Досить часто науковці ототожнюють поняття «СПП» із поняттям «потенціал підприємства» або ж розглядають СПП як векторну складову потенціалу підприємства тощо.

У науковій літературі існують різні підходи до визначення і структурування поняття «СПП», на основі яких дослідники розробляють власні підходи до оцінювання цієї важливої управлінської категорії, вони суттєво відрізняються, це не дає можливості практикам обрати єдиний підхід до визначення й оцінювання.

Отже, питання формулювання визначення поняття «СПП» залишається дискусійним. Відсутність єдиного визначення поняття «СПП» зумовлює необхідність дослідження проблематики, пов'язаної з критичним аналізом існуючих визначень поняття «СПП», і розробку власного визначення досліджуваного поняття з урахуванням результатів проведеного аналізу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Необхідність дослідження СПП обґрунтовували у своїх працях низка українських вчених, зокрема: Гордієнко Л.Ю., Швець Є.В. [7], Отенко І.П., Даневич О.С. [16], Сущенко О.А. [23], Кібук Т.М. [12], Гавва В.Н., Божко Е.А. [5], Федонін О.С., Рєпіна І.М. та Олексюк О.І. [24], Ладонько Л.С., Ганжа М.В. [14], Азарова А.О., Антонюк О.В. [1], Колесніков О.О. [13], Ігнат'єва І.А. [10], Павлова В.А., Потупало Н.В. [17], Березін О.В. [2], Пробоїв О. [21], Калінеску Т.В., Романовська Ю.А. та Кирилов О.Д. [11], Бица В.Й. [3], Фещур Р.В., Бортновська О.Б. [25], Миколайчук О.В. [15], Залуцька Х.Я. та Гнат І.А. [9], Воронько-Невідича Т.В. [4] та інші.

Проаналізувавши праці зазначених науковців, можна виділити декілька основних напрямків дослідження СПП. Так, низка науковців зосередили свою увагу на дослідженні та уточненні поняття «СПП»: у роботі [7] автори здійснили семантичний аналіз сутності СПП як економічної категорії в умовах трансформаційної економіки; у науковій праці [16] виявлено ключові елементи СПП; дисертаційну роботу [23] присвячено проблематиці формування СПП, включаючи аналіз самого поняття; автором науковій праці [12] розкрито сутність СПП на матеріалах підприємств металургійної галузі. Дослідженню формування та оцінювання СПП присвячені роботи [5], [24], [14]. Автори розробили етапи формування СПП, описали великий масив методів, які можуть бути використані для оцінювання СПП, зокрема, з урахуванням його багатовекторності. Для цього науковці досліджують структуру СПП на основі його локальних потенціалів.

Ще одним важливим напрямком дослідження СПП є управління СПП. Так, автори [1] розробили математичні моделі та методи управління СПП. У роботах [13], [10] розглянуто методичні аспекти управління СПП. У роботі [17] автори змінили акцент дослідження управління СПП на дослідження управління стратегічним потенціалом успіху підприємства. Тоді як проблематику оптимізації і розвитку СПП висвітлено у працях [2], [11], [21]. Так, автор [2] розробив механізм оптимізації структури СПП, автор [21] – алгоритм оптимізації стратегічного потенціалу акціонерних товариств. Автори монографії [11] досліджували формування та розвиток СПП. Галузеві особливості СПП враховували у своїх працях автори [3], [25], [15]. Автор [3] аналізував стратегічний потенціал як основу формування маркетингової стратегії розвитку

машинобудівних підприємств, автори [25] також досліджували оцінювання та управління стратегічним потенціалом машинобудівних підприємств. Робота [15] присвячена формуванню стратегічного потенціалу великих текстильних підприємств.

Автори робіт [3], [9], [4] вивчали зв'язок СПП з іншими аспектами діяльності підприємства. Зокрема, як було зазначено, у роботі [3] проаналізовано СПП у взаємозв'язку з маркетинговою стратегією підприємства. Автори [9] досліджували особливості СПП як основи системи стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства. Автори [4] вивчали вплив результативності управлінських рішень на процеси ефективної реалізації СПП. Таким чином, аналіз останніх досліджень і публікацій засвідчує, що українські дослідники приділяють значну увагу дослідженню різних аспектів СПП: від визначення самого поняття до формування, оцінювання та управління СПП.

Не зважаючи на досить велику кількість досліджень СПП, вважаємо, що дослідження поняття «СПП» залишається дискусійним і потребує додаткового уточнення, оскільки формулювання поняття «СПП» є основою всіх інших напрямків дослідження СПП: формування, оцінювання, оптимізації, розвитку та управління.

Постановка завдання. Метою дослідження є критичний аналіз визначення поняття «стратегічний потенціал підприємства» та формулювання власного визначення досліджуваного поняття.

Виклад основного матеріалу дослідження. Використовуючи алгоритм конструювання категорій понять, розроблений проф. А.О. Старостіною [22], виконаємо критичний аналіз поняття «СПП».

На першому етапі формуємо вибірку (20 одиниць) визначення поняття «СПП» різними науковцями із зазначенням наукових джерел та року видання. Результати вибіркового аналізу представлені у табл. 1.

Таблиця 1

Приклади визначень поняття «стратегічний потенціал підприємства»

Автор, рік, вид наукової праці	Стратегічний потенціал підприємства (СПП) – це...
І. Ігнат'єва, (2005), стаття [10]	упорядкована сукупність ресурсів, що забезпечують можливості підприємства щодо досягнення стратегічних цілей
О.А. Сущенко, (2002), автореферат [23]	певним чином упорядкована відповідно до стратегічних напрямів розвитку сукупність ресурсів і резервів, яка дозволяє при їх комплексному використанні забезпечити реалізацію потенційних можливостей
В.В. Пастухова, (2002), монографія [19]	можливості досягнення стратегічних цілей за рахунок ефективного використання ресурсів
О. Березін, (2007), стаття [2]	сукупність наявних ресурсів, що забезпечують виживання підприємства у конкурентному середовищі у перспективі
В.Б. Горбань [6]	сукупність обмежених наявних ресурсів та компетенцій підприємства по досягненню глобальних і стратегічних цілей у майбутньому з урахуванням відповідних умов зовнішнього середовища
Л.Ю. Гордієнко, (2006), стаття [7]	сукупність поточних та майбутніх ресурсів і можливостей, які можуть бути мобілізовані для досягнення стратегічних цілей в трансформаційних умовах
А.О. Азарова, О.В. Антонюк (2012), монографія [1]	складна, динамічна, поліструктурна система, яка має свої закономірності розвитку, від уміння використання яких у вирішальному ступені залежить ефективність діяльності підприємства

Р.В. Фещур, О.Б. Боргновська (2007), стаття [25]	потенціал, сформований відповідно до цілей підприємства, що відображає можливості підприємства передбачати зміни в зовнішньому середовищі та готовність гнучко реагувати на ці зміни
О.О. Колесніков, (2005), автореферат [13]	узагальнена характеристика, яка відбиває реальну фактичну здатність з перетворення ресурсів для досягнення поставленої мети на основі розробленої стратегії та виражає можливості й інтегральну спроможність підприємства із задоволення потреб ринку
В. Гросул, Ю. Василенко, (2008), зб. наук. праць [8]	найбільш сильні конкурентні переваги, які дозволяють підприємству досягти визначеної мети більш ефективно, порівняно з конкурентами; сукупність динамічних здатностей підприємства, на використанні яких ґрунтується його майбутній успішний розвиток
О.А. Пробоїв, (2005), стаття [21]	сукупність стратегічних ресурсів, ключових компетенцій, що забезпечують ефективне досягнення цілей підприємства
В. Гавва, 2004, стаття [5]	граничні можливості досягнення глобальної та локальної стратегічних цілей у відповідних зовнішніх умовах
І.М. Парасій- Вергуненко (2007), монографія [18]	можливості щодо досягнення стратегічних цілей за рахунок ефективного розподілу і використання власних та залучених ресурсів, а також це можливість формувати певні конкурентні переваги через ресурсне забезпечення відповідного рівня конкурентного статусу підприємства
В.А.Павлова, Н.В. Потупало (2015), стаття [17]	система взаємопов'язаних ресурсів і компетенцій та комплексу можливостей щодо їхнього ефективного використання з метою максимального задоволення потреб цільових споживачів, формування конкурентних переваг і як результат – забезпечення успішного розвитку підприємства
Т.М. Кібук, (2010), автореферат, [12]	сукупність його передумов (ресурсів, можливостей, компетенцій тощо), наявних і таких, що мають бути створені задля виконання загальної стратегії протягом періоду, на який вона розроблена
О.В. Миколайчук, (1998), стаття [15]	сукупність здібностей кадрового складу та здатності технічної та організаційної системи до постійного вдосконалення у відповідності з цілями підприємства
В.Й. Бица, (2011), стаття [2]	сукупність стратегічних ресурсів (тобто такої їх сукупності), що використовуються з метою забезпечення стратегії розвитку
Л. С. Ладонько, (2015), стаття [14]	сукупність ресурсів та резервів підприємства, які визначають складові його потенціальних можливостей та забезпечує реалізацію стратегічних напрямків розвитку як у короткострокових, так і в довгострокових періодах
О.С. Федонін, І.М. Репіна, О.І. Олексюк (2006), навч. посібник [24]	взаємопов'язана сукупність ресурсів, які є в його розпорядженні та мають вирішальне значення для досягнення стратегічних цілей, оцінювання можливих меж функціонування у майбутньому, виходячи з прогнозованих умов зовнішнього середовища
Т.В. Калінеску та ін. (2007), монографія [11]	сукупність засобів та можливостей підприємства, що можуть бути використані для досягнення цілей його розвитку

На другому етапі автори [11] пропонують кожне визначення розкласти на три структурні елементи: суть явища, зміст явища, результат явища, тобто в основу аналізу будь-якого поняття покласти трикомпонентну структуру. Реалізуємо цей підхід до вибірки визначення поняття «СПП» (табл. 2).

Таблиця 2

Структурування поняття «стратегічний потенціал підприємства» у наукових підходах різних авторів*

№	Автор, рік, вид наукової праці	Суть явища	Зміст явища	Результат явища
1.	І. Ігнат'єва, (2005), стаття [10] СПП –	це упорядкована сукупність ресурсів,	що забезпечують можливості підприємства	щодо досягнення стратегічних цілей
2.	О.А. Сущенко, (2002), автореферат [23] СПП –	це певним чином упорядкована відповідно до стратегічних напрямів розвитку сукупність ресурсів і резервів,	яка дозволяє при їх комплексному використанні	забезпечити реалізацію потенційних можливостей
3.	В.В. Пастухова, (2002), монографія [19] СПП –	це можливості	за рахунок ефективного використання ресурсів	досягнення стратегічних цілей
4.	О. Березін, (2007), стаття [2] СПП –	це сукупність наявних ресурсів	що забезпечують виживання підприємства у конкурентному середовищі у перспективі	
5.	В.Б. Горбань [6] СПП –	це сукупність обмежених наявних ресурсів та компетенцій підприємства		по досягненню глобальних і стратегічних цілей у майбутньому з урахуванням відповідних умов зовнішнього середовища
6.	Л.Ю. Гордієнко, Є.В. Швець, (2006), стаття [7] СПП –	це сукупність поточних та майбутніх ресурсів і можливостей,	які можуть бути мобілізовані	для досягнення стратегічних цілей в трансформаційних умовах
7.	А.О. Азарова, О.В. Антонюк (2012), монографія [1] СПП –	це складна, динамічна, поліструктурна система,	яка має свої закономірності розвитку, від уміння використання яких у вирішальному ступені	залежить ефективність діяльності підприємства
8.	Р.В. Фещур, О.Б. Бортновська (2007), стаття [25] СПП –	це потенціал, сформований відповідно до цілей підприємства,	що відображає можливості підприємства передбачати зміни в зовнішньому середовищі та готовність гнучко реагувати на ці зміни	

9.	О.О. Колесніков, (2005), автореферат [13] СПП –	це узагальнена характеристика,	яка відбиває реальну фактичну здатність з перетворення ресурсів та виражає можливості й інтегральну спроможність підприємства із	для досягнення поставленої мети на основі розробленої стратегії задоволення потреб ринку
10.	В. Гросул, Ю. Василенко, (2008), зб. наук. праць [8] СПП –	це найбільш сильні конкурентні переваги,	які дозволяють підприємству більш ефективно, порівняно з конкурентами	досягти визначеної мети
11.	О.А. Пробоїв, (2005), стаття [21] СПП –	це сукупність стратегічних ресурсів, ключових компетенцій		що забезпечують ефективне досягнення цілей підприємства
12.	В. Гавва, (2004), стаття [5] СПП –	це граничні можливості		досягнення глобальної та локальної стратегічних цілей у відповідних зовнішніх умовах
13.	І.М. Парасій-Вергуненко, (2007), монографія [18] СПП –	можливості	за рахунок ефективного розподілу і використання власних та залучених ресурсів через ресурсне забезпечення відповідного рівня конкурентного статусу підприємства	щодо досягнення стратегічних цілей; формувати певні конкурентні переваги
14.	В.А.Павлова, Н.В. Потупало (2015), стаття [17] СПП –	це система взаємопов'язаних ресурсів і компетенцій та комплексу можливостей	щодо їхнього ефективного використання з метою максимального задоволення потреб цільових споживачів, формування конкурентних переваг	і як результат – забезпечення успішного розвитку підприємства
15.	Т.М. Кібук, (2010), автореферат, [12] СПП –	це сукупність його передумов (ресурсів, можливостей, компетенцій тощо)	наявних і таких, що мають бути створені	здля виконання загальної стратегії протягом періоду, на який вона розроблена

16.	О.В. Миколайчук, (1998), стаття [15] СПП –	це сукупність здібностей кадрового складу та здатності технічної та організаційної системи	до постійного вдосконалення у відповідності з цілями підприємства	
17.	В.Й. Бица, (2011), стаття [2] СПП –	це сукупність стратегічних ресурсів (тобто такої їх сукупності)		що використовуються з метою забезпечення стратегії розвитку
18.	Л. С. Ладонько, (2015), стаття, [14] СПП –	сукупність наявних ресурсів та резервів підприємства,	які визначають складові його потенціальних можливостей у майбутньому та	забезпечує реалізацію стратегічних напрямків розвитку як у короткострокових, так і в довгострокових періодах
19.	О.С. Федонін, І.М. Репіна, О.І. Олексюк (2006), навч. посібник [24] СПП –	взаємопов'язана сукупність ресурсів,	які є в його розпорядженні та мають вирішальне значення	для досягнення стратегічних цілей, оцінювання можливих меж функціонування у майбутньому, виходячи з прогнозованих умов зовнішнього середовища
20.	Т.В. Калінеску, Ю.А. Романовська, О.Д. Кирилов (2007), монографія [11] СПП –	сукупність засобів та можливостей підприємства		що можуть бути використані для досягнення цілей його розвитку

* Джерело: сформована авторами на основі таблиці 1.

Третій етап алгоритму містить аналіз підходів до досліджуваного поняття. На основі вищевикладених визначень констатуємо, що не існує єдиного визначення поняття «стратегічний потенціал підприємства». До визначення сутності поняття «СПП» науковці використовують різні підходи. Зокрема:

1) *ресурсний* (І. Ігнат'єва, О. Березін), за якого потенціал розглядають як сукупність наявних ресурсів чи таких, що мають бути створені за потреби;

2) *цільовий* (В.В. Пастухова, В. Гавва) – потенціал розглядається не лише як ресурси, а й можливості щодо їхнього ефективного використання у процесі досягнення стратегічних цілей підприємства;

3) *структурно-функціональний* (А.О. Азарова), за якого потенціал розглядається як система елементів, кожен із яких виконує відповідні функції;

4) *конкурентний* (В. Гросул, Ю. Василенко) – потенціал розглядається як джерело конкурентних переваг, які визначатимуть конкурентний розвиток підприємства в майбутньому;

5) *системний підхід* (поєднання різних підходів) (І.М. Парасій-Вергуненко, В.А. Павлова).

Зауважимо, що найпоширенішим в економічній літературі до трактування стратегічного потенціалу є ресурсний підхід. Всі підходи мають свої недоліки та переваги. На нашу думку, оптимальним є поєднання всіх наведених підходів, тобто

системний підхід. Цей аспект ми будемо враховувати при конструюванні власного визначення досліджуваного поняття.

На четвертому етапі на основі табл. 2 сформовано табл. 3. У табл. 3 графа «суть явища» розділена на 4 складники: «сукупність», «можливість», «конкурентні переваги», «система».

У табл. 3 «суть явища» розділена на 4 складники, при цьому не враховано такі складники, як: «узагальнена характеристика», «потенціал», оскільки вважаємо, що таке формулювання не зовсім коректне. Ми не погоджуємося з деякими авторами, щодо їх подання визначення поняття «СПП», до прикладу, «СПП – це потенціал ...» [25].

Таблиця 3

Трикомпонентна структура поняття «стратегічний потенціал підприємства»*

Автор, рік	Суть явища				Наявність змісту	Наявність результату
	сукупність	можливість	конкурентні переваги	система		
І. Ігнатська, 2005	+				+	+
О.А. Сущенко, 2002	+				+	+
В.В. Пастухова, 2002		+			+	+
О. Березін, 2007	+				+	-
В.Б. Горбань	+				-	+
Л.Ю. Гордієнко, Є.В. Швець, 2006	+				+	+
А.О. Азарова, О.В. Антонюк 2012				+	+	+
Р.В. Фещур, О.Б. Бортновська 2007	-	-	-	-	+	-
О.О. Колесніков, 2005	-	-	-	-	+	+
В. Гросул, Ю. Василенко, 2008			+		+	+
О.А. Пробоїв, 2005	+					+
В. Гавва, 2004		+			-	+
І.М. Парасій-Вергуненко, 2007		+			+	+
В.А.Павлова, Н.В. Потупало, 2015				+	+	+
Т.М. Кібук, 2010	+				+	+
О.В. Миколайчук, 1998	+				+	-
В.Й. Бица, 2011	+				-	+
Л. С. Ладонько, 2015	+				+	+
О.С. Федонін, І.М. Репіна, О.І. Олексюк, 2006	+				+	+
Т.В. Калінеску, Ю.А. Романовська, О.Д. Кирилов, 2007	+				-	+

*Джерело: сформована авторами

Більшість визначень із досліджуваної вибірки містить три необхідні структурні елементи, проте якість цих елементів потребує окремого критичного аналізу, це стосується як суті та змісту, так і результату.

Аналіз табл. 3 показує, що переважна більшість науковців суть явища (СПП) розкриває через таку характеристику, як «сукупність», пропонуємо поглибити аналіз, оскільки сукупність теж має декілька варіативних тлумачень.

Зокрема, маємо вести мову про сукупність:

- ресурсів;
- наявних ресурсів;
- обмежених наявних ресурсів та компетенцій;

- ресурсів і резервів;
- наявних ресурсів та резервів;
- поточних та майбутніх ресурсів і можливостей;
- стратегічних ресурсів;
- стратегічних ресурсів та ключових компетенцій;
- ресурсів, можливостей, компетенцій;
- засобів та можливостей;
- здібностей кадрового складу та здатності технічної та організаційної системи тощо.

До того ж деякі автори додають до терміну «сукупність» такі уточнення як: упорядкована, певним чином упорядкована, взаємопов'язана.

На п'ятому етапі дослідження доцільно дати оцінку існуючим підходам до визначення поняття «СПП», використовуючи рейтингову систему (бальну) за такими критеріями: наявність компонента (суть, зміст, результат), поширеність визначення, теоретична обґрунтованість, практична доступність, сумарна оцінка [11]. Зазначимо, що рейтингова оцінка всіх пропонує визначень потребує додаткових досліджень і на цьому етапі не дає можливості об'єктивно провести таке оцінювання, а лише суб'єктивно оцінити декілька визначень, щоб продемонструвати використаний алгоритм (табл. 4).

Таблиця 4

Оцінка визначення поняття «стратегічний потенціал підприємства»*

Автор, рік	Оцінка (бали)				
	наявність компонентів	поширеність визначення	теоретична обґрунтованість	практична доступність	сумарна оцінка
В.А.Павлова, 2015	5	4	4	3	16
Р.В. Фещур, 2007	2	2	2	1	7
Т.М. Кібук, 2010	5	3	3	3	14
О. Березін, 2007	3	3	2	2	10
А.О Азарова, 2012	5	3	3	2	13

*Джерело: сформована авторами

На шостому етапі формуємо власне визначення поняття «СПП». При цьому необхідно, на нашу думку, врахувати не лише проаналізовані визначення, а й головні відмінності понять «потенціал підприємства» і «стратегічний потенціал підприємства», порівняльний аналіз їх сутності подано у табл. 5.

Таблиця 5

Порівняння сутності понять (основні відмінності)*

Потенціал підприємства	Стратегічний потенціал підприємства
Наявні ресурси (+)	Стратегічні ресурси (+)
(+) Поточні можливості ефективного використання ресурсів	(+) Можливості довгострокового характеру
Мета – отримання максимального ефекту	Мета – досягнення стратегічних цілей

*Джерело: [20]

Відтак для обговорення пропонуємо таке визначення: СПП – це система стратегічних ресурсів, резервів підприємства та управлінських компетенцій, яка визначає його потенціальні можливості із урахуванням адаптації до змін зовнішнього

середовища і, як результат, забезпечує реалізацію стратегічних напрямків розвитку у короткостроковій та довгостроковій перспективах та отримання конкурентних переваг на ринку. У табл. 6 представлена трирівнева структура пропонованого визначення поняття «СПП».

Таблиця 6

Структура поняття «стратегічний потенціал підприємства»*

Поняття	Суть явища	Зміст явища	Результат явища
СПП – це	система стратегічних ресурсів, резервів підприємства та управлінських компетенцій,	яка визначає його потенціальні можливості із урахуванням адаптації до змін зовнішнього середовища	і, як результат, забезпечує реалізацію стратегічних напрямків розвитку у короткостроковій та довгостроковій перспективах та отримання конкурентних переваг на ринку

*Джерело: сформована авторами

На сьомому (заключному) етапі алгоритму проводимо обґрунтування переваг пропонованого визначення, що буде наведено у висновках проведеного дослідження.

Висновки і перспективи подальших розвідок у цьому напрямку. Отже, на основі проаналізованих визначень поняття «СПП» можна стверджувати, що не існує чітко сформульованого уніфікованого визначення досліджуваного поняття. Використовуючи алгоритм конструювання категорій та понять, розроблений А.О. Старостіною [11], виконано критичний аналіз поняття «СПП» на основі вибірки з двадцяти визначень поняття «СПП» різними авторами. Результатом критичного аналізу є формування власного визначення поняття «СПП». З нашої точки зору, дане визначення має значний потенціал для його практичного використання, оскільки більш чітко визначає всі структурні елементи: суть, зміст, результат. До того ж враховує відмінності стратегічно потенціалу підприємства від потенціалу підприємства.

Зазначимо, що запропоноване визначення не остаточне і потребує подальших удосконалень, які плануємо щодо збільшенні вихідної вибірки формувань поняття «СПП», а також розширення структурних складових СПП (локальних потенціалів), що, на нашу думку, збільшить визначеність поняття «СПП» і надасть можливість його практичного використання для стратегічного аналізу діяльності підприємства.

1. Азарова А.О., Антонюк О.В. Математичні моделі та методи управління стратегічним потенціалом підприємства: монографія. Вінниця: ВНТУ, 2012. 168 с.
2. Березін О.В. Завдання та механізм оптимізації структури потенціалу підприємства. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування*. Економіка. 2007. Вип. 4 (40). Ч. II. С. 20–28.
3. Бица В.Й. Аналіз стратегічного потенціалу як основа формування маркетингової стратегії розвитку машинобудівних підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2011. № 6. Т. 2. С. 203–206.
4. Воронько-Невіднича Т.В., Баган Н.В., Баган М.В., Діденко С.М., Дробязко А.О. Вплив результативності управлінських рішень на процес використання стратегічного потенціалу підприємства. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2023. Т. 8, № 4. С. 82–86.
5. Гавва В.Н., Божко Е.А. Потенціал підприємства: формування та оцінювання: навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2004. 224 с.

6. Горбань В.Б. Управління стратегічним потенціалом машинобудівного підприємства. URL: <http://intkonf.org/gorban-vb-upravlinnya-strategichnim-potentsialom-mashinobudivnogo-pidpriemstva/>
7. Гордієнко Л.Ю., Швець Є.В. Семантичний аналіз сутності стратегічного потенціалу підприємства як економічної категорії щодо умов трансформаційної економіки. *Комунальне господарство міст*. 2006. № 71. С. 151–157.
8. Гросул В.А. Основні підходи до визначення поняття «потенціал» підприємства. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*: зб. наук. праць. Харків: ХДУХТ, 2008. Вип. 2 (8). 165 с.
9. Залуцька Х. Я., Гнат І. А. Особливості стратегічного потенціалу як основи системи стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства. *Бізнес Інформ*. 2023. №10. С. 353–358.
10. Ігнат'єва І.А. Методичні аспекти управління стратегічним потенціалом підприємства. *Проблеми виробництва*. 2005. №1. С. 8–12.
11. Калінеску Т.В., Романовська Ю.А., Кирилов О.Д. Стратегічний потенціал підприємства: формування та розвиток: колективна монографія. Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля. 2007. 272 с.
12. Кібук Т.М. Стратегічний потенціал підприємства (на матеріалах підприємств металургійної галузі України) : автореф. дис. канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)». Київ : ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана», 2010. 20 с.
13. Колесніков О.О. Управління стратегічним потенціалом підприємства: автореф. дис. канд. екон. наук: спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємством». Харків, 2005. 18 с.
14. Ладонько Л.С., Ганжа М.В. Стратегічний потенціал підприємства: формування та оцінка. *Науковий вісник Полісся*. 2015. Вип. 2. С. 109–114.
15. Миколайчук О.В. Формування стратегічного потенціалу великих текстильних підприємств. *Вісник ХДТУ. Економіка і менеджмент*. 1998. № 1 (3). С. 43–45.
16. Отенко І. П., Даневич О. С. Ключові елементи стратегічного потенціалу підприємства. *Бізнес Інформ*. 2014. №9. С. 302–307.
17. Павлова В.А., Потупало Н.В. Управління стратегічним потенціалом успіху підприємства. *Європейський вектор економічного розвитку*. 2015. № 2. С. 166–176.
18. Парасій-Вергуненко І.М. Стратегічний аналіз у банках: теорія, методологія, практика: монографія. Київ: Вид-во КНЕУ, 2007. 360 с.
19. Пастухова В.В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність: монографія. Київ: Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2002. 302 с.
20. Пічугіна Т.С., Ткачова С.С., Ткаченко О.П. Стратегічний менеджмент: навч. посібник; Харк. держ. ун-т харч. та торг. Харків: ХДУХТ, 2008. 215 с.
21. Пробоїв О. Алгоритм оптимізації стратегічного потенціалу акціонерних виробництв. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2006. № 2. С. 35–41.
22. Старостіна А.О., Кравченко В.А., Нагачевська Т.В. 7 сходинок підготовки успішної дисертації: монографія. За заг. ред. проф. Старостіної А.О. 2-ге вид., перероб. і доп. Київ: «Інтерсервіс», 2019. 307 с.
23. Сущенко О.А. Формування стратегічного потенціалу підприємства: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.01. Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля. Луганськ, 2002. 20 с.
24. Федонін О.С., Репіна І.М., Олексюк О.І. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч. посібн. Київ: КНЕУ, 2006. 316 с.
25. Фещур Р.В., Бортновська О.Б. Оцінювання і управління потенціалом машинобудівних підприємств. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку»*. 2007. № 606. С. 113–118.

References

1. Azarova, A.O., Antoniuk, O.V. (2012) Matematychni modeli ta metody upravlinnia stratehichnym potentsialom pidpryemstva [Mathematical Models and Methods of Managing the Strategic Potential of an Enterprise] : monohrafiia. Vinnytsia. VNTU, pp. 168. [in Ukrainian].
2. Berezin, O.V. (2007) Zavdannja ta mekhanizm optymizaciji struktury potencialu pidpryemstva [Tasks and Mechanism of Optimizing the Structure of the Enterprise's Potential]. *Visnyk Nacionaljnogho universytetu vodnogho ghospodarstva ta pryrodokorystuvannja. Ekonomika*. Vol. 4 (40). Part II. Pp. 20–28. [in Ukrainian].
3. Byca, V.J. (2011) Analiz stratehichnogho potencialu jak osnova formuvannja marketynghovoji strateghiji rozvytku mashynobudivnykh pidpryemstv [Analysis of Strategic Potential as a Basis for Forming a Marketing Strategy for the Development of Machine-building Enterprises]. *Visnyk Khmeljnycjkogho nacionaljnogho universytetu*. No. 6. Part 2. Pp. 203–206. [in Ukrainian].
4. Voronjko-Nevidnycha, T.V., Baghan, N.V., Baghan, M.V., Didenko, S.M., Drobjazko A.O. (2023) Vplyv rezuljtatyvnosti upravlinsjkykh rishenj na proces vykorystannja stratehichnogho potencialu pidpryemstva [The Influence of the Effectiveness of Management Decisions on the Process of Using the Strategic Potential of an Enterprise]. *Ukrajinsjkyj zhurnal prykladnoji ekonomiky ta tekhniky*. No. 4, part 8. Pp. 82-86. [in Ukrainian].
5. Ghavva, V.N., Bozhko, E.A. (2004) Potencial pidpryemstva: formuvannja ta ocinjuvannja [Enterprise Potential: Formation and Evaluation] : navchalnyj posibnyk. Kyjiv: Centr navchalnoji literatury, pp. 224. [in Ukrainian].
6. Ghorbanj, V.B. Upravlinnja stratehichnym potencialom mashynobudivnogho pidpryemstva [Management of the Strategic Potential of the Machine-building Enterprise] Retrieved from: <http://intkonf.org/gorban-vb-upravlinnja-strategichnim-potentsialom-mashinobudivnogo-pidpriemstva/>. [in Ukrainian] (accessed 23 September 2024).
7. Ghordijenko, L.Ju., Shvecj, Je.V. (2006) Semantychnyj analiz sutnosti stratehichnogho potencialu pidpryemstva jak ekonomichnoji kateghoriji shhodo umov transformacijnoji ekonomiky [Semantic Analysis of the Essence of the Strategic Potential of the Enterprise as an Economic Category in Relation to the Conditions of the Transformational Economy]. *Komunaljne ghospodarstvo mist*. No 71. Pp. 151–157. [in Ukrainian].
8. Ghrosul, V.A. (2008) Osnovni pidkhody do vyznachennja ponjattja «potencial» pidpryemstva [Basic Approaches to Defining the Concept of 'Potential' of an Enterprise]. *Ekonomichna strateghija i perspektyvy rozvytku sfery torghivli ta poslugh: zb. nauk. pracj*. Kharkiv: KhDUKhT. Vol. 2 (8), pp. 165. [in Ukrainian].
9. Zalucjka, Kh. Ja., Ghnat, I. A. (2023) Osoblyvosti stratehichnogho potencialu jak osnovy systemy stratehichnogho upravlinnja konkurentospromozhnistju pidpryemstva [Peculiarities of Strategic Potential as the Basis of the System of Strategic Management of the Enterprise's Competitiveness]. *Business Inform*. No 10, pp. 353–358. [in Ukrainian]
10. Ighnatjjeva, I.A. (2005) Metodychni aspekty upravlinnja stratehichnym potencialom pidpryemstva [Methodological Aspects of Managing the Strategic Potential of the Enterprise]. *Problemy vyrobnyctva*. No 1. Pp. 8–12. [in Ukrainian].
11. Kalinesku, T.V., Romanovsjka, Ju.A., Kyrjlov, O.D. (2007) Stratehichnyj potencial pidpryemstva: formuvannja ta rozvytok [Strategic Potential of an Enterprise: Formation and Development] : kolektyvna monohrafija. Lughansjk: Vyd-vo SNU im. V. Dalja, pp. 272. [in Ukrainian].
12. Kibuk, T.M. (2010) Stratehichnyj potencial pidpryemstva (na materialakh pidpryemstv metalurghijnoji ghaluzi Ukrajinu) [Strategic Potential of an Enterprise (based on the Materials of Enterprises of the Metallurgical Industry of Ukraine)]:

- avtoref. dys. kand. ekon. nauk : spec. 08.00.04 «Ekonomika ta upravlinnja pidpryjemstvamy (za vydamy ekonomichnoji dijaljnosti)». Kyjiv : DVNZ «Kyjivskij natsionalnij ekonomichnij universytet im. V. Ghetjmana», pp. 20. [in Ukrainian].
13. Kolesnikov, O.O. (2005) Upravlinnja strategichnym potencialom pidpryjemstva [Management of the Strategic Potential of an Enterprise] : avtoref. dys. kand. ekon. nauk: spec. 08.06.01 «Ekonomika, orghanizacija i upravlinnja pidpryjemstvom». Kharkiv, pp. 18. [in Ukrainian].
 14. Ladonjko, L.S., Ghanzha, M.V. (2015) Strategichnyj potencial pidpryjemstva: formuvannja ta ocinka [Strategic Potential of an Enterprise: Formation and Assessment]. *Scientific Bulletin of Polissia*. Vol. 2, pp. 109–114. [in Ukrainian].
 15. Mykolajchuk, O.V. (1998) Formuvannja strategichnogo potencialu velykykh tekstyljnykh pidpryjemstv [Formation of Strategic Potential of Large Textile Enterprises]. *Visnyk KhDTU. Ekonomika i menedzhment*. No 1 (3). Pp. 43–45. [in Ukrainian].
 16. Otenko, I. P., Danevych, O. S. (2014) Kliuchovi elementy stratehichnoho potentsialu pidpryemstva [Key Elements of the Strategic Potential of an Enterprise]. *Business Inform*. No 9, pp. 302–307. [in Ukrainian]
 17. Pavlova, V.A., Potupalo, N.V. (2015) Upravlinnia stratehichnym potentsialom uspihku pidpryemstva [Management of the Strategic Potential of Enterprise Success]. *Yevropejskyi vektor ekonomichnoho rozvytku*. No 2, pp. 166–176. [in Ukrainian]
 18. Parasii-Verhunencko, I.M. (2007) Stratehichniy analiz u bankakh: teoriia, metodolohiia, praktyka [Strategic Analysis in Banks: Theory, Methodology, Practice]: monohrafiia. Kyjiv: Vyd-vo KNEU, pp. 360. [in Ukrainian]
 19. Pastukhova, V.V. (2002) Stratehichne upravlinnia pidpryemstvom: filosoфиia, polityka, efektyvnist [Strategic Enterprise Management: Philosophy, Policy, Efficiency]: monohrafiia. Kyjiv: Kyiv. nats. torh.- ekon. un-t, pp. 302. [in Ukrainian]
 20. Pichuhina, T.S., Tkachova, S.S., Tkachenko, O.P. (2008) Stratehichniy menedzhment [Strategic Management]: navch. posibnyk; Khark. derzh. un-t kharch. ta torh. Kharkiv: KhDUKht, pp. 215. [in Ukrainian]
 21. Proboiv, O. (2006) Alhorytm optymizatsii stratehichnoho potentsialu aktsionernykh vyrobnytstv [Algorithm for Optimizing the Strategic Potential of Joint-stock Production]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu*. No 2, pp. 35–41. [in Ukrainian]
 22. Starostina, A.O., Kravchenko, V.A., Nahachevska, T.V. (2019) 7 skhodnyk pidhotovky uspishnoi dysertatsii [The 7 Steps to Preparing a Successful Dissertation] : monohrafiia. Za zah. red. prof. Starostinoi A.O. 2-he vyd., pererob. i dop. Kyjiv: «Interservis», pp. 307. [in Ukrainian]
 23. Sushchenko, O.A. (2002) Formuvannia stratehichnoho potentsialu pidpryemstva [Formation of the Strategic Potential of an Enterprise]: avtoref. dys. kand. ekon. nauk: 08.06.01. Skhidnoukrainskyi natsionalnyi universytet imeni Volodymyra Dalia. Luhansk, pp. 20. [in Ukrainian]
 24. Fedonin, O.S., Riepina, I.M., Oleksiuk, O.I. (2006) Potentsial pidpryemstva: formuvannia ta otsinka [Enterprise Potential: Formation and Evaluation]: navch. posibn. Kyiv: KNEU, pp. 316. [in Ukrainian]
 25. Feshchur, R.V., Bortnovska, O.B. (2007) Otsiniuvannia i upravlinnia potentsialom mashynobudivnykh pidpryemstv [Evaluation and Management of the Potential of Machine-building Enterprises]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politehnika»*. Seriia «Menedzhment ta pidpryemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia i problemy rozvytku». No 606, pp. 113–118. [in Ukrainian]

**CRITICAL ANALYSIS OF THE DEFINITION OF THE CONCEPT OF
'STRATEGIC POTENTIAL OF AN ENTERPRISE'****Oksana Zhylinska¹, Viktoriya Makarchenko²**^{1,2}*Taras Shevchenko Kyiv National University,
01033, Kyiv, 60 Volodymyrska Str.,*¹*e-mail: zhylinska@knu.ua*ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-8366-0474>²*e-mail: makarchenkovictoria@gmail.com*ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-8135-0461>

Abstract. The purpose of the article is a critical analysis of the defined concept of “strategic potential of an enterprise” (“SPE”) and the formulation of the official definition of the research concept. The article states that the absence of a unified definition of the SPE concept negatively affects the various directions of research on this concept, which implies the relevance of the article. The authors presented the research of the ‘SPE’ concept by means of the algorithm for constructing categories and conceptions developed by A.O. Starostina, according to which the analysis is based on a three-component structure. This approach involves breaking down the definition of the concept into three structural components: the essence of the phenomenon, the content of the phenomenon, and the result of the phenomenon. The article presents a brief description of each of the seven stages of the algorithm. In the first stage, a sample (20 units) of the definitions of the concept of ‘SPE’ by different scientists is provided with the indication of scientific sources and the year of publication. In the second stage, each definition is divided into three structural elements: the essence of the phenomenon, the content of the phenomenon, and the result of the phenomenon. The third stage of the algorithm includes an analysis of approaches to the studied concept. In the fourth stage, the presence of each of the three structural elements in the studied sample is verified. At the fifth stage of the research, it is advisable to evaluate the existing approaches to defining the concept of ‘SPE’, by means of the rating system based on various criteria. An example of such an assessment is demonstrated, and the issues accompanying this stage of the algorithm are pointed out. In the sixth stage, a proper definition of the concept of ‘SPE’ is formed. The seventh stage contains the evidence of the benefits of the developed definition.

Thus, the result of the conducted research is the construction of our own definition of the SPE concept. It is substantiated that the presented meaning has significant potential for your practical use since it more clearly defines all the structural elements, namely the essence, the content, and the result. In addition, it takes into account the differences between the enterprise’s strategic potential and the enterprise’s potential.

Keywords: enterprise potential, strategic potential of an enterprise (‘SPE’), critical analysis of the concept, three-level structure: the essence of the phenomenon, the content of the phenomenon, and the result of the phenomenon.

Стаття надійшла до редколегії 14.06.2024

Прийнята до друку 01.07.2024