

тільки текст, але й малюнки, креслення, фотографії і графіки). У даному контексті термін «процесор» — це частина програми, яка визначає, яким чином сама програма управляє й маніпулює даними.

Процесор збору даних використовує програмне забезпечення, що одержало назву «робот», яке «витагує» потрібну інформацію, використовуючи цілий арсенал засобів і прийомів лінгвістичного, семантичного й статистичного аналізу. Діючи автономно, процесори збору даних перехоплюють будь-яку запитувану інформацію, як тільки вона з'явиться в Інтернеті.

#### Висновки.

1. В системі заходів безпеки істотне значення має оптимальний розподіл виробничих, комерційних і фінансово-кредитних зведень, що складають таємницю підприємства, між конкретними виконавцями відповідних робіт і документів.

2. При розподілі інформації, з одного боку, необхідно забезпечити надання конкретному співробітнику для якісного і своєчасного виконання доручених йому робіт повного обсягу даних, а з іншого боку, виключити можливість ознайомлення виконавця з зайвими, не потрібними йому для роботи класифікованими зведеннями.

3. Концепція системного підходу до забезпечення захисту конфіденційної інформації «OPSEC» є ефективним засобом приховання намірів, планів, заходів, технологій, що дозволяє постійно бути «на крок вперед супротивника». Застосування цього методу в цивільній сфері означає стійку підтримку конкурентоздатності виробленої продукції, фінансового стану підприємства.

4. Відмінністю конкурентної розвідки від промислового шпигунства є те, що КР здійснюється виятково в рамках існуючих державних законів, і свої

результати одержує завдяки аналітичній обробці величезної кількості найрізноманітніших відкритих інформаційних матеріалів.

**Перспективи подальших розробок у даному напрямку.** Одним із самих перспективних напрямків роботи із зазначеної проблематики вбачається подальше дослідження проблем проведення інформаційно-аналітичної розвідки засобами Інтернету. Цей комплекс заходів багато фахівців позначають і як комп'ютерну розвідку. Її сутність полягає в пошуку й передачі інформації з комп'ютерних систем і мереж «всесвітньої павутини» з наступною верифікацією й аналітичною обробкою.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Про інформацію : Закон України // Правда України. – 1992. – 2 жовтня.
2. Лист Державної служби України з питань захисту персональних даних від 05.02.2013 р. № 11/257-13.
3. Азоев Г. Л., Челенков А. П. Конкурентные преимущества фирмы. – М. : ОАО «Типография и новости», 2002.
4. Безопасность компьютерных систем. Компьютерная злочинність та її попередження / М. С. Вертузаєв, В. О. Голубєв, О. І. Котляревський, О. М. Юрченко / Під ред. О. П. Снігерьова. – Запоріжжя : ПВКФ «Павел», 2005.
5. Вертузаєв М. С., Голубєв В. О. Захист інформації в комп'ютерних системах / Під ред. О. П. Снігерьова. – Запоріжжя : ВЦ «Павел», 1998.
6. Куценко А. С. Основні проблеми і радикальні шляхи вирішення антикризового управління промисловими підприємствами : монографія / Українська академія наук. – К. : Фенікс, 2006.
7. Некоторые правовые аспекты защиты и использования сведений, накапливаемых в информационных системах // Борьба с преступностью за рубежом. – М. : ВИНТИ, 1990. – № 7. – С. 63–64; 1992. – № 6. – С. 13–14.

УДК 334.78:331.106.42

Толстая Н.В.

здобувач кафедри економічної теорії,  
Херсонський державний університет

## ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ КОРПОРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ POTENTIAL OF STRATEGIC CORPORATE ENTERPRISES IN AN ECONOMIC DEVELOPMENT

#### АНОТАЦІЯ

У статті розглянуто основні властивості, якими характеризується стратегічний потенціал корпоративного підприємства, проаналізовано механізм побудови концептуальної моделі формування стратегічного потенціалу, а також виділено підходи щодо формування стратегічного потенціалу корпоративного підприємства в умовах економічного розвитку.

**Ключові слова:** економічний розвиток, корпоративне підприємство, корпоративне управління, стратегічний потенціал, властивості економічної системи, синергія.

#### АННОТАЦІЯ

В статье рассмотрены основные свойства, которыми характеризуется стратегический потенциал корпоративного предприятия, проанализирован механизм построения концептуальной модели формирования стратегического потенциала, а также выделены подходы к формированию стратегического потенциала корпоративного предприятия в условиях экономического развития.

**Ключевые слова:** экономическое развитие, корпоративное предприятие, корпоративное управление, стратегический потенциал, свойства экономической системы, синергия.

#### ANNOTATION

The article deals with the basic properties that characterize the strategic potential of the corporate enterprise, analyzes the mechanism concep-

tual model of the strategic potential and selected approaches to forming strategic potential of corporate enterprises in economic development.

**Key words:** economic development, corporate enterprise, corporate governance, strategic potential, the properties of the economic system synergy.

**Постановка проблеми.** В умовах економічного розвитку, що характеризується високою динамічністю та нестабільністю процесів, визначальною умовою, необхідною для покращення ситуації на сучасному етапі розвитку економіки є необхідність створення більш стабільних і сприятливих умов, що забезпечать корпоративним підприємствам досягнення визначених ними довгострокових цілей свого розвитку. Керівники, проаналізувавши вплив факторів зовнішнього середовища можуть передбачити наявність потенційних загроз і можливості їх усунення. Тому особливо важливим стає вивчення нових підходів до корпоративного управління.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження питань пов'язаних із механізмом формування стратегічного потенціалу корпоративних підприємств останнім часом приділяється все більше уваги. Серед

закордонних та вітчизняних вчених, які зробили вагомий внесок у розв'язання цієї проблеми, варто виділити Ю. М. Могилов [4], І. М. Репіна [6], О. С. Федонін [7], Б. Г. Шелегеда [8], І. П. Отенко [5], Б. М. Мізюк [3], Л. С. Головова [2], В. Н. Гавва [1] тощо.

Постановка завдання. При цьому недостатньо обґрунтованими є засади формування стратегічного потенціалу корпоративного підприємства.

**Вклад основного матеріалу дослідження.** Процес формування стратегічного потенціалу корпоративних підприємств, в загальному вигляді є процесом ідентифікації та створення спектра підприємницьких можливостей, його структуризації та побудови певних організаційних форм задля стабільного розвитку та ефективного відтворення [8, с. 37].

Стратегічний потенціал корпоративного підприємства характеризується властивостями, типовими для будь-якої соціально-економічної системи [5, с. 24]: цілісність, взаємозв'язок і взаємодія елементів, складність, комунікативність, ієрархічність, множинність опису, здатність до розвитку, альтернативністю форм функціонування та розвитку, пріоритетом інтересів системи глобального рівня, пріоритетом якості, потужністю.

Ці властивості економічних систем уможливають формування загальних постулатів, які слід урахувати при формуванні стратегічного потенціалу корпоративних підприємств [3, с. 142]:

- потенціал підприємства – це складна система пересічних характеристик його елементів, причому останні можуть тією чи іншою мірою заміщати один одного, тобто є альтернативними;

- потенціал підприємства не можна сформувати на базі механічного додавання елементів, оскільки він є динамічним угрупованням;

- під час формування потенціалу підприємства діє закон синергії його елементів;

- потенціал підприємства у вищих формах його виявлення може самостійно трансформуватися з появою нових складових елементів;

- елементи потенціалу підприємства мають функціонувати одночасно і в сукупності, бо закономірності розвитку можливостей підприємства не можуть бути розкриті окремо, а тільки в їхньому поєднанні, що потребує досягнення збалансованого оптимального співвідношення між елементами;

- усі елементи потенціалу об'єктивно пов'язані з функціонуванням і розвитком підприємства, тобто, з одного боку, вони підлягають фізичному та техніко-економічному старінню, а іншого – вони чутливі до досягнень науково-технічного прогресу;

- складові потенціалу підприємства мають бути адекватними характеристикам продукції і послуг, що виробляються на підприємстві.

Спираючись на ці постулати, можна побудувати концептуальну модель формування стратегічного потенціалу корпоративного підприємства [8, с. 39].

Кожен з показаних елементів в цій моделі підпорядковується досягненню загальних цілей стратегічного потенціалу корпоративного підприємства, тобто, якщо існують засоби виробництва, кадри, приміщення з певними характеристиками та інші ресурси, то потенціал підприємства як соціально-економічна система здатний задовольнити постійно мінливі потреби потенційних споживачів.

Слід пам'ятати про один з найвагоміших загальних законів організації – закон синергії [6, с. 261], який стверджує, що для будь-якої системи (підприємства, організації, фірми) існує такий набір елементів, за якого її потенціал завжди буде або значно більшим, ніж проста сума потенціалів елементів, що до неї входять, або суттєво меншим.

Синергія може давати наступні переваги [6, с. 262]:

1. Прямі переваги – збільшення чистих грошових

потоків від якнайповнішого використання потенціалу підприємства. Це має місце за операційної, управлінської та фінансової синергії:

- операційна синергія – економія на операційних витратах за рахунок взаємодії маркетингового, фінансового та логістичного потенціалів.

- управлінська синергія – економія за рахунок оптимального формування потенціалу організаційної системи управління.

- фінансова синергія – економія за рахунок зміни підходів до формування фінансового потенціалу підприємства.

2. Опосередковані переваги – збільшення вартості потенціалу підприємства, або зміна мультиплікатора вартості підприємства.

Зважаючи на ефект синергії, процес оптимізації структури стратегічного потенціалу корпоративного підприємства на нашу думку слід проводити за такими етапами:

Етап 1 – формування системи цілей підприємства для всього підприємства, його підрозділів, а також окремих видів діяльності (стратегічні, тактичні, поточні);

Етап 2 – визначення необхідного для кожної цілі набору стратегічних ресурсів, цей етап обов'язково треба узгоджувати з першим;

Етап 3 – оскільки для задоволення тієї самої потреби може існувати кілька варіантів наборів ресурсів, то доцільно провести оцінку альтернативних їх комбінацій;

Етап 4 – виходячи з того, що підприємство не однаковою мірою володіє всіма видами ресурсів, треба провести раціональний розподіл обмежених ресурсів, визначити, куди найвигідніше їх спрямувати, щоб забезпечити високий рівень конкурентоспроможності стратегічного потенціалу корпоративного підприємства;

Етап 5 – після проведення попередніх 4-х етапів необхідно оцінити отриманий результат.

Процес формування стратегічного потенціалу корпоративного підприємства є одним з напрямків його стратегії розвитку і передбачає створення й організацію системи ресурсів і компетенцій таким чином, щоб результат їхньої взаємодії був ключовим фактором успіху в досягненні стратегічних, тактичних і операційних цілей діяльності корпоративного підприємства [2, с. 141].

При цьому використовуються основні наукові підходи [7, с. 34]:

1. Системний підхід є одним з основних у процесі формування стратегічного потенціалу корпоративного підприємства. При його застосуванні на основі маркетингових досліджень спочатку формуються параметри виходу – товару або послуги: що робити, з якими показниками якості, з якими витратами, для кого, у які терміни, за якою ціною? Параметри виходу повинні бути конкурентоспроможними. Потім визначаються параметри входу: які потрібні ресурси й інформація для реалізації внутрішніх бізнес-процесів корпорації? Потреба в ресурсах та інформації прогнозується після вивчення вимог до техніко-технологічного потенціалу підприємства (рівня техніки, технології, організації виробництва, праці й управління) та параметрів зовнішнього середовища (політичного, економічного, технологічного, соціально-демографічного, культурного середовища країни й інфраструктури даного регіону).

Зворотний комунікаційний зв'язок між поставачками (входом), клієнтами (виходом), зовнішнім оточенням і стратегічним потенціалом корпоративного підприємства необхідний для адаптації потенціалу як соціально-економічної системи до зміни вимог клієнтів до продукції, параметрів ринку, появи організаційно-технічних нововведень.

Для забезпечення високої якості кінцевого результату реалізації потенціалу (виходу системи) спо-

чатку необхідно забезпечити високу якість ресурсів та інформації на вході, а потім високу якість реалізації процесу та взаємодії з зовнішнім середовищем. Слід зауважити, що оцінка якості «виходу» дорівнює нижчій оцінці попередніх елементів.

2. Маркетинговий підхід передбачає орієнтацію формування можливостей корпоративного підприємства на споживача. Це означає, що формування будь-якого елемента стратегічного потенціалу корпоративного підприємства повинне ґрунтуватися на аналізі та прогнозуванні ринкових потреб, аналізі та прогнозуванні конкурентоспроможності та конкурентного підходу пріоритетами вибору критеріїв формування стратегічного потенціалу корпоративного підприємства є [1, с. 81]:

- підвищення якості кінцевого результату реалізації стратегічного потенціалу (виходу системи) відповідно до потреб споживачів;

- економія ресурсів у споживачів за рахунок підвищення якості всіх елементів стратегічного потенціалу та, як наслідок, підвищення якості кінцевої продукції або послуги.

3. Функціональний підхід передбачає пошук зовсім нових, оригінальних технічних рішень для задоволення існуючих або потенційних потреб. Потреба в цьому випадку розглядається як сукупність функцій, які потрібно виконати для її задоволення. Після визначення функцій (наприклад, маркетингові, наукові дослідження, постачання, виробництво, фінансування тощо.) визначається кілька альтернативних варіантів формування стратегічного потенціалу для їхнього виконання та вибирається той з них, що забезпечує максимальну ефективність сукупних витрат. Застосування даного підходу, на відміну від орієнтації на застарілі світові стандарти, дозволяє найбільш повно задовольняти нові потреби, з одного боку, і забезпечувати стійку конкурентну перевагу, з іншого.

4. Відтворювальний підхід орієнтований на постійне оновлення виробництва продукції з меншою ресурсоемістю та вищою якістю порівняно з аналогічною продукцією на даному ринку для задоволення потреб клієнтів. Це означає, що основним елементом даного підходу є обов'язкове застосування бази порівняння (показників кращої аналогічної продукції на теперішній момент, скоректованих до початку освоєння нової продукції або випереджальних) в процесі планування відтворювального процесу.

5. Інноваційний підхід орієнтований на активізацію інноваційної діяльності, засобами якої повинні бути фактори виробництва й інвестиції.

6. Нормативний підхід полягає у встановленні нормативів для найважливіших елементів стратегічного потенціалу:

- якості та ресурсоеміності продукції, завантаженої технічних об'єктів, параметрів ринку тощо.;

- ефективності використання ресурсного потенціалу (сукупності ресурсів, що є в розпорядженні підприємства, а також спроможність працівників і менеджерів використовувати ресурси з метою виробництва товарів (послуг) та отримання максимального прибутку);

- розробки й ухвалення управлінських рішень.

Наголосимо, що встановлені нормативи повинні відповідати вимогам обґрунтованості, комплексності, ефективності та перспективності застосування.

7. Комплексний підхід передбачає необхідність урахування технічних, екологічних, економічних, організаційних, соціальних, психологічних та інших аспектів діяльності корпоративного підприємства. Якщо навіть один з аспектів залишити поза увагою, то проблема не буде цілком вирішена.

8. Інтеграційний підхід у процесі формуван-

ня стратегічного потенціалу корпоративного підприємства націлений на дослідження посилення взаємозв'язків, об'єднання та посилення взаємодії між окремими його елементами.

9. Динамічний підхід пов'язаний з необхідністю розгляду стратегічного потенціалу в діалектичному розвитку, у встановленні причинно-наслідкових зв'язків і співвідпорядкованості на основі проведення ретроспективного аналізу поведінки аналогічних систем на деякому тимчасовому відрізку.

10. Оптимізаційний підхід реалізується через визначення кількісних оцінок і встановлення залежності між окремими елементами стратегічного потенціалу за допомогою економіко-математичних і статистичних методів обробки інформації.

11. Адміністративний підхід передбачає регламентацію функцій, прав, обов'язків, нормативів якості, витрат, пов'язаних з реалізацією елементів потенціалу, у нормативних актах за допомогою методів примушування.

12. Поведінковий підхід ґрунтується на підвищенні ефективності сукупного потенціалу за рахунок підвищення ефективності його кадрової складової.

13. Ситуаційний підхід заснований на альтернативності досягнення цілей і забезпеченні максимальної адаптації до умов конкретної ситуації в процесі формування стратегічного потенціалу корпоративного підприємства.

14. Структурний підхід у процесі формуванні стратегічного потенціалу заснований на його структурізації і визначенні значимості, пріоритетів серед елементів стратегічного потенціалу з метою встановлення раціональності співвідношення і підвищення обґрунтованості розподілу ресурсів між ними.

**Висновки з дослідження.** Узагальнюючи вищесказане, можна зробити висновок, що процес формування стратегічного потенціалу корпоративного підприємства передбачає створення й організацію системи ресурсів і компетенцій таким чином, щоб результат їхньої взаємодії був ключовим фактором успіху в досягненні стратегічних, тактичних і оперативних цілей діяльності корпоративного підприємства.

При цьому слід використовувати такі основні наукові підходи, як системний, маркетинговий, функціональний, відтворювальний, нормативний, інноваційний, комплексний, інтеграційний, динамічний, оптимізаційний, адміністративний, поведінковий, ситуаційний та структурний підходи.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гавва В. Н. Потенціал підприємства: формування та оцінювання: Навчальний посібник / В. Н. Гавва, Е. А. Божко. – Київ: Центр навчальної літератури, 2004. – С. 224.
2. Головова Л. С. Сукупний економічний потенціал корпорації: формування та розвиток: монографія / Л. С. Головова. – Запоріжжя: КПУ, 2009. – С. 339.
3. Мізюк Б. М. Стратегічне управління підприємством: підручник / Б. М. Мізюк. – Львів: Вид-во «Магнолія Плюс», 2006. – С. 395.
4. Могилов Ю. М. Потенціал і розвиток підприємства: конспект лекцій / Ю. М. Могилов, А. Ю. Могилова. – Павлоград, 2008. – С. 13.
5. Отенко И. П. Стратегическое управление потенциалом предприятия: научное издание / И. П. Отенко. – Харьков: Изд. ХНЭУ, 2006. – С. 256.
6. Репіна І. М. Підприємницький потенціал: методологія оцінки та управління: вісник Української академії державного управління при Президенті України / І. М. Репіна. – К.: 1998. – № 2. – С. 262–271.
7. Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч. посібник / О. С. Федонін, І. М. Репіна, О. І. Олексюк. – К.: КНЕУ, 2003. – С. 316.
8. Шелегеда Б. І. Стратегічне управління потенціалом підприємства: монографія / Б. І. Шелегеда, Н. В. Касянова, А. Я. Берсуцький. – Донецьк: ДонУЕП, 2006. – С. 219.