

*Чем более точна наука, тем больше можно
из нее извлечь точных предсказаний.*

А. Франс

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА ТА УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ

ПАРАДИГМА УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ СОЦІАЛЬНО-ВИРОБНИЧИХ СИСТЕМ

УДК 005.22:005.21

Отенко І. П.

Розглянуто сучасний етап становлення теорії стратегічного управління, що характеризується як період певних змін в "існуючому загальному способі мислення". Досліджено парадигмальні зміни, що визначені змінами умов конкуренції й задоволенням вимог відповідного часового періоду, безперервним пошуком підприємствами джерела конкурентних переваг з метою досягнення й утримання першості на ринку. Відображено стан сучасної парадигми управління потенціалом соціально-виробничої системи, для чого подано парадигмальну конструкцію (зріз), що включає такі компоненти: умови конкурентного середовища; спосіб дій (стратегія) пошуку та використання можливостей; ідентифікацію ключових елементів потенціалу; результати – досягнення цілей через формування та розвиток компетенцій.

Ключові слова: соціально-виробнича система, потенціал, парадигма, стратегія, компетенція, знання.

ПАРАДИГМА УПРАВЛЕНИЯ ПОТЕНЦИАЛОМ СОЦИАЛЬНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ СИСТЕМ

УДК 005.22:005.21

Отенко И. П.

Рассмотрен современный этап становления теории стратегического управления, который характеризуется определенными изменениями в "существующем общем образе мышления". Исследованы парадигмальные изменения, которые определены изменениями условий конкуренции и удовлетворением требованиям соответствующего временного периода, непрерывным поиском предприятиями источников конкурентных преимуществ с целью достижения и удержания первенства на рынке. Отражено состояние современной парадигмы управления потенциалом социально-производственной системы, для чего представлена парадигмальная конструкция (срез), включающая следующие компоненты: условия конкурентной среды; способ действий (стратегия) поиска и использования возможностей; идентификацию ключевых элементов потенциала; результаты – достижения целей путем формирования и развития компетенций.

Ключевые слова: социально-производственная система, потенциал, парадигма, стратегия, компетенция, знания.

THE PARADIGM OF SOCIAL AND PRODUCTION SYSTEMS POTENTIAL MANAGEMENT

UDC 005.22:005.21

Otenko I. P.

The present stage of strategic management theory is characterized by certain changes in the "existing general way of thinking". Such paradigmatic changes are identified by changes in competitive conditions and the satisfaction of the current requirements, a continuous enterprises searching for competitive advantage sources in order to achieve and retain the market leadership. To reflect the state of modern social and production system potential management paradigm it is necessary to provide the paradigm frame (cut), including the following components: competitive environment conditions, the way of action (strategy) of opportunities searching and using, key elements potential identifying; results – goals achievement by competencies generating and development.

Key words: social and production system, potential, paradigm, strategy, competence, knowledge.

У сучасній філософії науки "парадигма – система теоретичних, методологічних і аксіоматичних установок, прийнятих як зразок наукових завдань, що розділяється всіма членами наукового співтовариства" [1, с. 731]. Уперше у філософію науки цей термін був уведений Г. Бергманом, однак справжній пріоритет у його використанні й поширенні належить Т. Куну. У своїй книзі "Структура наукових революцій" (1962) Т. Кун виділяє два основні аспекти парадигми: епістемічний і соціальний. В епістемічному аспекті парадигма становить сукупність фундаментальних знань, цінностей, переконань і технічних прийомів, що виступають як наукова діяльність, у соціальному – характеризується через конкретне наукове співтовариство, що її поділяє та цілісність і межі якого вона визначає. Існування парадигм, на думку Т. Куна, пов'язане з періодами нормальної науки, у рамках якої вони виконують проектно-програмуючу й селективно-заборонну функції. Зміна парадигм здійснюється за допомогою наукових революцій. Конкретизація поняття парадигми реалізовувалася Т. Куном за допомогою введення поняття дисциплінарної матриці, синонімічного епістемічного контексту парадигми. У структуру дисциплінарної матриці входять: символічні узагальнення, що становлять формальний апарат, і мова, характерна для конкретної наукової дисципліни;

метафізичні компоненти, що визначають найбільш фундаментальні теоретичні й методологічні принципи світорозуміння;

цінності, що задають пануючі ідеали й норми поведінки й обґрунтування наукового знання.

Однак поняття парадигми і його використання в удосконаленні й розвитку теоретичних і методологічних положень суспільних наук стало предметом численних дискусій. Представники альтернативних напрямів наукової думки з філософії й історії науки (К. Попер, І. Лактош, Я. Корнаї та ін.) не можуть прийти до згоди навіть в інтерпретації базових понять через глибоко вкорінені епістемологічні суперечності. Ґрунтуючись на аналізі поданих у літературі моделей парадигм [2], досить визначити загальні ознаки використання даного поняття в методології економічної науки, зокрема, і в стратегічному управлінні підприємством. Такими ознаками є:

об'єктом дослідження виступає та сама проблема або тісно пов'язані між собою проблеми, той самий набір явищ або процесів;

автори концепцій мають єдиний або близький науковий погляд на вирішення проблеми, характеризуються

загальним світоглядом, використовують однакові наукові принципи й підходи;

використовується єдиний понятійний апарат, для доказів застосовуються схожі теоретичні й емпіричні методи, способи, прийоми.

Використання терміна "парадигма" як вихідної концептуальної схеми, моделі постановки проблем і їх рішення, методів дослідження, що панують протягом певного історичного періоду в науковому співтоваристві, певним чином обмежує зміст поняття, даного Т. Куном, тому що застосовується "у менш вузькому змісті, допускає можливість існування альтернативних парадигм у суспільних науках, що відіграють конструктивну, прогресивну роль" [1]. Зважаючи на те, що на сьогоднішній день теорія стратегічного управління перебуває на етапі свого становлення, період існування її парадигм не визначається "довгостроковим характером існуючого загального способу мислення" [1]. Зміна парадигм стратегічного управління визначена зміною з умовами конкуренції й задоволенням вимог часового періоду, що їм відповідає, безперервним пошуком джерела конкурентних переваг підприємства з метою досягнення й утримання першості на ринку. Таким чином, для відображення сучасної парадигми управління потенціалом соціально-виробничої системи, на думку автора, істотним є представлення "парадигмального зрізу", що включає такі компоненти: умови конкурентного середовища; основне завдання стратегічного управління соціально-виробничої системи – забезпечення адекватної реакції на зміни у зовнішньому середовищі через розроблення способу дій (стратегії), пошук та використання можливостей; джерело досягнення успіху – ідентифікація ключових елементів потенціалу; основний результат – досягнення цілей, формування компетенцій та наявність конкурентної переваги.

Стратегія, що є його методологічною основою й практичним засобом дій, розглядається як "керівництво в напрямку пошуку й створення нових можливостей" [3, с. 155]. І. Ансофф відзначав, що "розробка стратегії неминуче відбувається в умовах неповноти інформації, коли неможливо передбачити всі можливі альтернативи..." [3, с. 177]. Розробці проблем стратегічного управління присвячені роботи таких авторів, як І. Ансофф, М. Старр, Б. Карлоф, Г. Стівенсон, М. Портер, Г. Мінцберг, Дж. Б. Кутін, С. Гошал, А. А. Томпсон-мол., А. Дж. Стрікланд III та ін. У багатьох роботах розглядається традиційне уявлення про стратегію як про специфічний процес управління організацією. При цьому виділяють, як правило, такі особливості стратегії [3 – 7]:

"свідомо й навмисно розроблена послідовність дій", тобто створюється заздалегідь до початку дій; її розробляють свідомо та з певною метою;

інтегрує головні цілі організації, її політику та дії в деяке узгоджене ціле;

у своєму розвитку проходить два етапи – розробку і впровадження;

складається з безлічі рішень;

дозволяє впорядковувати й розподіляти обмежені ресурси організації гранично ефективним і єдино правильним способом на основі "внутрішньої компетентності", передбачення змін у зовнішньому середовищі й обліку можливих контрдії опонентів;

має відношення переважно до зовнішньої сфери діяльності організації – "установлює загальні напрямки", "фокусує увагу на стратегічних областях", необхідність у розробці й реалізації виникає "у мінливих умовах";

при її формуванні неможливо врахувати всі можливості, а її реалізація вимагає зворотного зв'язку;

реалізація визначена результативністю поведінки й тому розглядається як паттерн (принцип поведінки, стійка схема дій).

М. Мінцберг [4, с. 33], виявляючи сутність стратегії, виділяє п'ять її основних тлумачень: стратегія як план, як спритний прийом, як паттерн, як позиція і як перспектива, а також деякі їх взаємозв'язки. Як план стратегія має справу з діями лідера з управління розвитком організації, його зусиллями задати їй певний напрям; як спритний прийом – занурює в область прямої конкуренції, де використовуються різні фінти, загрози й маневри, що широко застосовуються для досягнення перемоги над супротивником; як принцип поведінки – фокусує увагу на дії, "нагадуючи про те, що будь-яка концепція мертва поза її здійсненням"; як позиція – орієнтує на розгляд організації в її реальному середовищі, що включає в себе конкурентні процеси; як перспектива – свідчить про колективні наміри.

В основі традиційного підходу до стратегії лежить мікроекономічна модель галузі М. Портера, що поєднує зовнішні сили, які впливають на галузь, із внутрішніми. Стратегію він розглядав [6, с. 45] як "зведення перешкод для конкурентних сил або як визначення позиції в галузі, де компанія буде найменш вразлива для цих сил". Оскільки будь-яка компанія зіштовхується з появою нових суперників, спробами покупців збити ціни, а постачальників – підвищити їх, а також з поширенням товарів-замінників, усі учасники ринку зацікавлені в ослабленні конкуренції. Дотримуючись логіки рівноваги й статичності, М. Портер прагнув розкласти стратегії фірми "по полицках", однак конкуренція на ринку неухильно зростала. Критики відзначали, що ряд успішних фірм, у тому числі японських, поряд з мінімізацією витрат здійснювали диференціацію і як основні недоліки традиційної моделі М. Портера виділяли:

статичність підходу до структуризації зовнішнього середовища (низький ступінь її невизначеності), тому керівники фірми могли робити досить точні прогнози щодо поведінки учасників конкурентної боротьби й вибирати відповідну стратегію;

визначеність вибору джерела додаткової вартості фірми – або структурні переваги галузі, або ключова ланка в ланцюжку цінностей, що створює конкурентні переваги;

необхідність фокусування зусиль менеджерів тільки на одній зі стратегій фірми.

У 1995 р. М. Тресі й Ф. Вірсема [2] виступили з концепцією, що нагадує традиційну модель М. Портера. Вони радили кожній компанії ретельно вивчити, чим вона найбільш приваблива для споживача, і перетворити власну унікальну цінність у довгострокову стратегію. Визначення й зміцнення сильних сторін для фірми полягало у безперервному поліпшенні або виробничих процесів, або про-

дукції, або прийомів обслуговування клієнтів. При цьому вибір повинен був бути максимально продуманим. Однак динаміка ринку, що збільшується, не тільки не виправдовувала твердої спеціалізації фірми на якійсь одній стратегії, але й значно ускладнювала процес її безпомилкового вибору.

Таким чином, для традиційних стратегічних концепцій слабким місцем виявилася їх статичність. Дослідники все більше критикували їх через малу придатність в умовах зовнішнього оточення, що характеризується динамічною гіперконкуренцією. І якщо раніше під стратегічним управлінням фактично розумілося "вміння не зійти з обраного курсу", то тепер воно означає активне управління розвитком стратегії [8].

У сучасній теорії стратегічного менеджменту існують різні напрями, які, розділяючи загальні базові принципи, виділяють ті чи інші методологічні пріоритети у процесах формування й реалізації стратегії, значущості найбільш істотних ознак об'єктів і суб'єктів управління. Виходячи зі структури завдань стратегічного менеджменту, пріоритет за значущістю дослідниками й керівниками відданий процесам розроблення стратегії. На підтвердження викладеного, К. Койн і С. Субраман'ям [8, с. 91], які вивчили більше 25 різних стратегічних концепцій, що пропонувалися для використання в реальних умовах, зробили важливий висновок: "... розроблювачам стратегії варто знати всі існуючі концепції, але при цьому ставитися до них неупереджено". При цьому виникла об'єктивна необхідність змінити стратегію в міру зміни умов у галузі: "Секрет розробки успішної стратегії полягає в тому, щоб з'ясувати, наскільки невизначене навколишнє середовище, для кожного з яких використовується певна технологія розробки стратегії: "корисний прогноз", "самостійні сценарії", "невизначеність, що не припиняється", "щира неоднозначність". Ці диференційовані рівні невизначеності вимагають відповідного аналізу ситуації. На першому рівні повністю підходять традиційні схеми. На другому для визначення стратегії буде необхідне опрацювання сценаріїв, застосування теорії кількісних ігор і опціонного ціноутворення. На третьому й четвертому рівнях невизначеності будуть потрібні теорія якісних ігор, аналіз схованого попиту й застосування еволюційних моделей.

На сьогоднішній день досить очевидним є той факт, що не існує єдиної схеми управління, за допомогою якої можна було б вирішувати всі сучасні стратегічні проблеми. Це обумовлює керуючим звертатися не тільки до існуючих "традиційних", але й нових концепцій, здатних формувати надійну й продуману модель, що дозволяє виходити із ситуації будь-якої складності. Крім цього, як би не визначали стратегію, керуючим не втекти від головного питання: "Із чим має справу стратегія?" [8].

На сучасному етапі розвитку теорії стратегічного управління підприємством найбільш вагомим внеском є представлення теорії стратегії підприємства в теоретичних дослідженнях Наливайка А. П. [9]. У рамках сучасної парадигми загальна стратегія підприємства визначена як базове поняття та предмет даної наукової галузі і подана як "встановлений набір напрямків діяльності, що переглядається (цілей та способів їх досягнення) для забезпечення поновлюваної відмітності та прибутковості" [9, с. 23]. Основними елементами сформованої парадигмальної конструкції Наливайко А. П. визнає поняття "стратегія", "стратегічні напрями діяльності", "конкурентні переваги", "стратегічний потенціал", "безперервність процесів оновлення та змін".

Основне завдання стратегічного управління будь-якої соціально-виробничої системи полягає у забезпеченні швидкої та адекватної реакції на зміни у зовнішньому середовищі через створення потенціалу для досягнення цілей. Потенціал підприємства повинен бути "налаштова-

ний" під можливості, що відкриваються, і стратегічні завдання для того, щоб на основі обраних цілей і своєчасного їх корегування забезпечити конкурентні позиції на ринку. Ця думка підтверджена останніми дослідженнями з даної проблеми [9 – 12]. Тому управління процесами формування й розвитку потенціалу відносять до стратегічного або суперстратегічного управління. Потенціал, сформований під цілі розвитку соціально-виробничої системи, є стратегічним потенціалом. Процес його реалізації визначений етапами стратегії. Основними рисами наслідків таких процесів є їх необоротність і довгостроковість.

Розроблювачі концептуальних моделей стратегії виділяють, насамперед, стратегічний потенціал як можливості, ресурси, джерела досягнення стратегічних цілей через формування, підтримку й розвиток компетенцій та стійких конкурентних переваг. При цьому загально-визнаним у концепціях стратегічного управління є ресурсний підхід в ідентифікації стратегічного потенціалу. Представники ресурсної орієнтації підкреслюють, що стійку конкурентну перевагу може бути завойовано лише завдяки ресурсам, що володіють певними характеристиками. Така перевага існує, якщо вона зберігається, незважаючи на всі зусилля конкурентів дублювати її. Головна аксіома в рамках ресурсного підходу говорить, що соціально-виробничі системи відрізняються за своїм ресурсним оснащенням, і цим можна пояснити розбіжності в рівні їх ефективності й прибутковості. Стійка конкурентна перевага має місце, якщо ресурс дає перевагу над конкурентами й сприяє підвищенню вигоди для клієнтів (аргументи на користь орієнтації на ринок і зовнішнє середовище); є специфічним, тобто особливо пристосованим до використання, важко імітується або замінюється й раціонально експлуатується (аргументи на користь ресурсної орієнтації й внутрішньофірмової організації).

Однак у дійсності першокласним конкурентним ресурсом володіють лише деякі підприємства, найчастіше це визнані лідери галузі або "щасливі новачки". Звичайне явище для соціально-виробничої системи – різномірний набір ресурсів, один або два з яких дійсно значущі, а цінність інших коливається від середньої до низької. Крім цього, майже у всіх є слабкі конкурентозначущі сторони, зокрема, організаційні проблеми або недостатність активів, знань, ресурсів. Відсутність у соціально-виробничої системи першокласного конкурентного ресурсу не означає неможливості досягнення конкурентної переваги. Досить часто підприємства демонструють конкурентну живучість і навіть перевагу завдяки вдалому сполученню ресурсів, цінність яких невисока. Тобто за досягнення стійкої конкурентної переваги відповідають здатності комбінувати ресурси й надавати цим комбінаціям відмінні, унікальні властивості.

У зв'язку з цим виникла потреба у "динамізації" ресурсного підходу. Фокус дослідження стратегічного потенціалу перемістився на проблему створення організаційних можливостей соціально-виробничої систем та їх адаптацію до змін у ринковій обстановці. Концепцію динамічних можливостей запропонували Д. Тіс, Г. Пізано й А. Шуен, де ними були сформульовані такі здатності, знання та вміння фірм, що дозволяли їм інтегрувати, створювати й перебудовувати внутрішні та зовнішні можливості у відповідь на швидкі зміни зовнішнього середовища [13]. Конкретизуючи поняття "динамічних здатностей", Г. Хемел і К. Прахалад використовували його "для опису здатностей координації й інтегрування ресурсів у товари й послуги" [13, с. 282] і назвали їх компетенціями. У теорії стратегічного управління компетенції розглядають як сукупність навичок, знань, ноу-хау, ресурсів і технологій окремих підрозділів та функціональних напрямів підприємства. Це високий професіоналізм у тому або іншому виді діяльності підприємства, що досягається в результаті тривалого нав-

чання й нагромадження досвіду. Компетенції перетворюються в конкурентну можливість, коли її помічають споживачі, тобто вона стає диференційованою ознакою підприємства й засобом зміцнення конкурентної позиції.

Подальшому розвитку концепції ключових або "стрижневих компетенцій", авторами якої були К. Прахалад і Г. Хемел, присвятили свої дослідження А. Хін, Р. Санчез, Г. Томас, Д. О'Ніл. У термінології К. Прахалада й Г. Хемела, для того щоб компетенції були "основними", вони повинні задовольняти три критерії: "пропонувати покупцям реальні вигоди, бути складно імітуючими й забезпечувати доступ до безлічі ринків" [13, с. 282]. Сутність концепції зводиться саме до унікальності різних сполучень основних компетенцій, що досягаються підприємством при розробці, виробництві й збуті товарів і послуг покупцям на ринку. Таким чином, високорівневий процес координації ресурсів полягає у створенні пропозиції, що буде привабливою й високо оціненою клієнтами. Стратегічний потенціал тісно узгоджується з господарською ідеєю підприємства, опираючись на яку воно позиціонує себе на ринку.

К. Ейзенхардт і Дж. Мартін розглядають динамічні здатності як організаційні і стратегічні рутини, за допомогою яких фірми домагаються нових комбінацій ресурсів, коли ринки зароджуються, зіштовхуються між собою, дробляться, еволюціонують або припиняють своє існування. Порівняно з ресурсами й компетенціями, в тому числі ключовими, динамічні здатності становлять метаздатності, тому що характеризують можливість соціально-виробничої системи адаптувати ці ресурси й компетенції до мінливих умов зовнішнього середовища. Динамічні здатності знаходять своє вираження в гнучкості при адаптації наявного ресурсного потенціалу до нових проблем і зовнішніх ситуацій, а також в інноваційних можливостях при створенні зовсім нових ресурсних потенціалів і виробництві інноваційних продуктів і послуг.

Для пояснення процесу управління інноваціями І. Нонака й Х. Такеучі [14] запропонували нову теорію створення знання підприємства на ринку, визначену інноваційним характером процесів розвитку підприємства. Її епістемологічний аспект полягав у виділенні неформалізованого й формалізованого знання, їх взаємодії, а онтологічний – у рівнях створення знання (індивідуальний, груповий, організаційний і міжорганізаційний). Сутність теорії полягає в описі спірального розвитку процесу створення організаційного знання. Взаємодія формалізованого й неформалізованого знання створює певні форми трансформації знання. Саме менеджери середньої ланки є провідниками ідей між відірваними від реальності керівниками вищої ланки, що часом висувають ідеалістичні концепції, й приземлено, рутинною діяльністю рядових співробітників, які ці концепції повинні реалізовувати.

І. Нонака й Х. Такеучі не ставили створення організаційного знання в пряму залежність від технологічних рішень. Створення знань вони пов'язують із взаємодією індивідуумів усередині організації та з навколишнім середовищем, і технології є тут не ключовим елементом, а просто одним з можливих інструментів. Особливий підхід до організації роботи людей – створення умов, у яких вони не тільки "створюють знання", але й готові "віддати його" на добробут компанії, тобто особливої культури поведінки й роботи людей у кожній конкретній організації.

Таким чином, були визначені процеси формування динамічних здатностей як процеси придбання знань підприємством у ході навчання. Вони базуються на імпліцитному й експліцитному знанні, що було придбано при вирішенні певних проблем і ситуацій у минулому. Це знання може бути використано підприємством у майбутньому для більш-менш подібних (але не ідентичних) проблем і ситуацій, щоб швидко відреагувати й адаптуватися до проблеми, окремі

елементи рішення якої вже добре відомі (гнучкість). Гнучка організаційна адаптація можлива лише до проблем і зовнішніх ситуацій, для яких характерне збалансоване співвідношення між новизною події й минулим досвідом.

На сьогоднішній день концепція "компетенцій" не є завершеною. Постійний пошук джерела конкурентних переваг змусив Г. Хемела й К. Прахалада разом з іншими авторами [13, с. 294] переглянути основи їх концепції "компетенцій". Її автори стверджують, що підприємства, відповідаючи на постійні зміни вимог ринку, не тільки використовують наявний у них набір особливих компетенцій і активів, але й "підсилюють" їх. Це стосується, у першу чергу, можливостей деяких підприємств "підтримувати постійну здатність до навчання, забування й навчання заново". Таким чином, три основні виміри складають основи компетенцій відповідно до їх природи:

знання, що охоплює доступ до даних, здатність їх прийняття як прийнятної інформації й об'єднання в попередні системи, які розвиваються згодом. Має стратегічну природу – стратегічне мислення, що призводить до стратегічного бачення, стратегічної логіки, стратегічного розміщення й стратегічного прийняття рішень;

ноу-хау, що належать до здатності діяти конкретним способом відповідно до визначених цілей або процесів. Має організаційну природу – організаційна структура, а також управлінські процеси;

відносини, які відображають поведінку й прагнення окремої людини й організації до досягнення чого-небудь. Має мотиваційну природу – установка стимулів, а також виховання й заохочення позитивного мислення та поведінки, стимулювання відданості й бажання.

Сильна сторона даної концепції – твердження, що бізнес – це динамічний рух у майбутнє й завойовувати ринки потрібно "не ресурсами, а вміннями". Однак авторів критикували за максималізм і складність концепції, що середньому менеджеру важко застосовувати на практиці. Опоненти вважали, що поки "фірма марить про стратегічну архітектуру майбутнього", вона ризикує розгубити сьогоднішню перевагу [13].

Крім того, залишилося відкритим питання вирішення парадокса, з яким зіштовхуються всі соціально-виробничі системи: відновлення – стабільність. Відновлення необхідне для досягнення й збереження конкурентної переваги на ринку. Однак "більшість організацій не можуть реалізовувати зміни так швидко, як того вимагає ринок, особливо коли вони перебувають у стабільному стані". При цьому стабільність необхідна "для внутрішньої згуртованості й для того, щоб запобігти саморуйнуванню й хаосу" [13, с. 355]. Тому не була дана відповідь на запитання: "Коли пасивна поведінка краща, ніж активне втручання? Що очікує тих, хто не збирається або не може зайняти лідируючого становища?". Фактично розглянута концепція застосовна лише в тих компаніях, які дійсно претендують на лідерство у високотехнологічних галузях і глобальному бізнесі.

У дійсності галузі залишаються співтовариствами компаній різної величини й різного функціонального призначення: хтось лідирує, а хтось обслуговує великі корпорації або місцевих покупців. Саме тенденція до розмаїтості служить головною причиною прогресу, стверджував А. Маршалл. Зміна парадигм стратегічного управління від традиційної моделі М. Портера до інтеграційної, сформованої на основі синтезу сучасних концептуальних моделей, відображає еволюцію теорії стратегічного управління й переміщення акцентів розвитку соціально-виробничих систем із матеріально-енергетичних елементів потенціалу на інформаційні та когнітивні елементи (знання).

Особливістю сучасного стану вітчизняної економічної науки є адаптація світового теоретичного та методоло-

гічного попиту досліджень і створення теоретичної бази для вирішення проблем розвитку соціально-виробничих систем в умовах трансформаційних змін економіки. Еволюція простежується й на конкретних наукових напрямках, у тому числі формуванні парадигмальної конструкції управління потенціалом соціально-виробничих систем, зокрема промислових підприємств. Визначення та об'єднання необхідності у вивченні таких категорій, як "стратегічна платформа", "культура стратегічного мислення", "парадигмальний зріз" (Наливайко А. П.), "конкурентоспроможний потенціал", "потенціал змін" (Воронкова А. Е.), "стратегічні пріоритети", "стратегічний вибір", "адаптивний потенціал", "гнучкість та компетентність стратегічного вибору" (Отенко І. П., Отенко В. І.), є тому підтвердженням. Сутність еволюційного переходу полягає в зміні основних наукових принципів та підходів і обумовлена безперервним зростанням наукового знання, що не припиняється.

Література: 1. Новый философский словарь. – 2-е изд., перераб. и доп. – Мн. : Интерпрессервис ; Книжный Дом, 2001. – 1280 с. 2. Отенко І. П. Стратегічні пріоритети підприємства : монографія / І. П. Отенко. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2008. – 180 с. 3. Ансофф І. Новая корпоративная стратегия / Ансофф І. – СПб. : Изд. "Питер", 1999. – 416 с. 4. Гошал С. Стратегический процесс: Концепции. Проблемы. Решения / С. Гошал, Г. Минцберг, Дж. Б. Куинн ; [пер. с англ.] – СПб. : Питер, 2001. – 684 с. 5. Зуб А. Т. Системный стратегический менеджмент: методология и практика / А. Т. Зуб, М. В. Лактионов. – М. : Генезис, 2001. – 752 с. 6. Портер Майкл Э. Конкуренция : учебн. пособ. / Портер Майкл Э. ; пер. с англ. – М. : ИД "Вильямс", 2000. – 496 с. 7. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент, искусство разработки и реализации стратегии : учебник для вузов / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд ; пер. с англ. под ред. Л. Т. Зайцева, М. И. Соколовой. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576 с. 8. Койн К. Как упорядочить процесс разработки стратегии / К. Койн, С. Субраманьям // Экономические стратегии. – 2001. – № 4. – Т. 3. – С. 83–91. 9. Наливайко А. П. Теория стратегии предприятия. Сучасний стан та напрями розвитку : монографія / А. П. Наливайко. – К. : ХНЕУ, 2001. – 228 с. 10. Воронкова А. Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация : монография / А. Э. Воронкова. – 2-е изд., стереотип. – Луганск : Изд. Восточноукраинского национального университета имени Владимира Даля, 2004. – 320 с. 11. Клейнер Г. Б. Системная парадигма и теория предприятия / Г. Б. Клейнер // Вопросы экономики. – 2002. – № 10. – С. 47–69. 12. Отенко В. І. Стратегічний вибір підприємства та його реалізація : монографія / В. І. Отенко. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2010. – 336 с. 13. Стратегическая гибкость / Г. Хэмел, К. Прахалад, Г. Томас, Д. О'Нил ; пер. с англ. – СПб. : Питер, 2005. – 384 с. 14. Нонака Икуджиро. Компания – создатель знания. Зарождение и развитие инноваций в японских фирмах / Нонака Икуджиро, Такеучи Хиротака ; пер. с англ. – М. : ЗАО "Олимп – Бизнес", 2003. – 384 с.

References: 1. Novyy filosofskiy slovar [The New Philosophical Dictionary]. – 2-ye izd., pererab. i dop. – Mn. : Interpresservis ; Knizhnyy Dom, 2001. – 1280 p. 2. Otenko I. P. Strategichniy priorytet y pidpriemstva [The Enterprise Strategic Priorities] : monografiya / I. P. Otenko. – Kh. : Vyd. KhNEU, 2008. – 180 p. 3. Ansoff I. Novaya korporativnaya strategiya [The New Corporate Strategy] / I. Ansoff. – SPb. : Izdatelstvo "Piter", 1999. – 416 p. 4. Goshal S. Strategicheskiy protses: [Konseptsiy. Problemy. Resheniya] [The Strategic Process: Concepts. Problems. Solutions] / S. Goshal, G. Mintsberg, Dzh. B. Kuinn ; per. s angl. – SPb. : Piter, 2001. – 684 p. 5. Zub A. T. Sistemnyy strategicheskiy menedzhment: metodologiya i praktika [The System Strategic Management: methodology and practice] / A. T. Zub, M. V. Laktionov. –

М. : Genezis, 2001. – 752 p. 6. Porter M. Konkurentsiya [The Competition] : ucheb. pos. / M. Porter ; per. s angl. – М. : Izdatelskiy dom "Vilyams", 2000. – 496 p. 7. Tompson A. Strategicheskiy menedzhment, iskustvo razrabotki i realizatsii strategii [The Strategic Management, the Art of Strategy Designing and Implementing] : uchebnik dlya vuzov / A. Tompson, A. Striklend ; per. s angl. ; pod red. L. T. Zaytseva, M. I. Sokolovoy. – М. : Banki i birzhi, YUNITI, 1998. – 576 p. 8. Koyn K. Как uporyadochit protses razrabotki strategii / K. Koyn, C. Subramanyam [How to streamline the Process of Developing a Strategy] // Ekonomicheskoye strategii. – Vol. 3. – 2001. – No. 4. – Pp. 83–91. 9. Nalyvaiko A. P. Teoriya strategii pidpriemstva. Suchasnyi stan ta napriamky rozvytku [The Business Strategy Theory. The Current Status and Development Trends] : monografiya / A. P. Nalyvaiko. – K. : KNEU, 2001. – 228 p. 10. Voronkova A. E. Strategicheskoye upravleniye konkurentosposobnym potentsialom predpriyatiya : diagnostika i organizatsiya [The Strategic Management of the Competitive Enterprise Potential : diagnostic and organization] : monografiya / A. E. Voronkova. – 2-ye izd., stereotipnoye. – Lugansk : Izd-vo Vostochnoukrainskogo natsionalnogo universiteta imeni Vladimira Dalya, 2004. – 320 p. 11. Kleyner G. B. Sistemnaya paradigma i teoriya predpriyatiya [The System Paradigm and the Enterprise Theory] / G. B. Kleyner // Voprosy ekonomiki. – 2002. – No. 10. – Pp. 47–69. 12. Otenko V. I. Strategichniy vybir pidpriemstva ta yogo realizatsiia [The Strategic Choice of the Enterprise and its Implementation] : monografiya / V. I. Otenko. – Kh. : VD "INZHEK", 2010. – 336 p. 13. Strategicheskaya gibkost [The Strategic Flexibility] / G. Khemel, K. Prakhlad, G. Tomas, D. O'Nil. ; per. s angl. – SPb. : Piter, 2005. – 384 p.

14. Nonaka Ikudzyro. Kompaniya – sozdatel znaniya. Zarozhdeniye i razvitiye innovatsiy v yaponskikh firmakh [The knowledge creating company: how Japanese companies create the dynamics of innovation] / Ikudzyro Nonaka, Khirotaka Takeuchi ; per. s angl. М. : ЗАО "Olimp – Biznes", 2003. – 384 p.

Інформація про автора

Отенко Ірина Павлівна – докт. екон. наук, професор, завідувач кафедри економічного аналізу Харківського національного економічного університету (61166, м. Харків, пр. Леніна, 9а).

Информация об авторе

Отенко Ирина Павловна – докт. экон. наук, профессор, заведующий кафедры экономического анализа Харьковского национального экономического университета (61166, г. Харьков, пр. Ленина, 9а).

Information about the author

Otenko Iryna Pavlivna – Doctor of Sciences in Economics, Professor, Head of Economic Analysis Department at Kharkiv National University of Economics (Lenina ave., 9a, Kharkiv, 61166).

Рецензент
докт. екон. наук,
професор Раєвнєва О. В.

Стаття надійшла до ред.
30.11.2011 р.

ПІДХОДИ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658:65.012.8:336

Гавкалова Н. Л.
Чаплиціна Ю. С.

Обґрунтовано основні дефініції, що характеризують безпеку підприємства, на основі чого здійснено категоріальний аналіз. Запропоновано авторське трактування категорії "безпека підприємства". Здійснено аналіз сутності безпеки, для чого було об'єднано декілька підходів і визначено безпеку як стан захищеності підприємства від різноманітних внутрішніх та зовнішніх загроз, що гарантує найбільш продуктивне використання ресурсів підприємства і досягається шляхом гармонізації та взаємоузгодження інтересів підприємства з інтересами суб'єктів у часі та просторі.

Ключові слова: безпека підприємства, управління підприємством.

ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

УДК 658:65.012.8:336

Гавкалова Н. Л.
Чаплиціна Ю. С.

Обоснованы основные дефиниции, характеризующие безопасность предприятия, на основе чего осуществлен категориальный анализ. Предложена авторская трактовка категории "безопасность предприятия". Осуществлен анализ сущности безопасности, для чего было объединены несколько подходов и определена безопасность как состояние защищенности предприятия от различных внутренних и