

КОНКУРЕНТНА РОЗВІДКА ТА КОНСОЛІДАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ІНТЕГРОВАНІХ КОРПОРАТИВНИХ СТРУКТУР

ЧЕРКАШИНА М. В., НАУМЕНКО М. О.

УДК 005.332.4:005.922.1

Черкашина М. В., Науменко М. О. Конкурентна розвідка та консолідація маркетингової інформації в системі менеджменту інтегрованих корпоративних структур

На сучасному етапі розвитку світової ринкової економіки провідною тенденцією, що визначає її розвиток, є глобалізація. Процеси глобалізації найважливіших сфер життя і діяльності людства не можуть не відбиватися на механізмах формування суб'єктів господарювання. Такі умови функціонування підприємств спричиняють необхідність концентрації та інтеграції промислового та банківського капіталів, тобто появу організаційних форм об'єднання суб'єктів господарювання – інтегрованих корпоративних структур (ІКС), що є основою для сталого розвитку та функціонування промисловості України. У системі управління ІКС визначальне місце посідає фінансовий менеджмент, який базується на консолідованій інформації та процесі її створення – конкурентній розвідці. У статті визначені роль та місце конкурентної розвідки у процесі створення консолідованої маркетингової інформації в системі менеджменту інтегрованих корпоративних структур.

Ключові слова: конкурентна розвідка, консолідована інформація, маркетингова інформація, інтегровані структури бізнесу

Рис.: 2. **Табл.:** 3. **Бібл.:** 8.

Черкашина Майя Вікторівна – кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри менеджменту та військового господарства, Академія внутрішніх військ МВС України (пл. Повстання, 3, Харків, 61001, Україна)

Науменко Марія Олексіївна – кандидат економічних наук, професор, кафедра менеджменту та військового господарства, Академія внутрішніх військ МВС України (пл. Повстання, 3, Харків, 61001, Україна)

УДК 005.332.4:005.922.1

UDC 005.332.4:005.922.1

Черкашина М. В., Науменко М. А. Конкурентная разведка и консолидация маркетинговой информации в системе менеджмента интегрированных корпоративных структур

На современном этапе развития мировой экономики ведущей тенденцией, определяющей ее развитие, является глобализация. Процессы глобализации важнейших сфер жизни и деятельности человечества не могут не отражаться на механизмах формирования субъектов хозяйствования. Такие условия функционирования предприятий вызывают необходимость концентрации и интеграции промышленного и банковского капиталов, то есть появление организационных форм объединения субъектов хозяйствования – интегрированных корпоративных структур (ИКС), что является основой для устойчивого развития и функционирования промышленности Украины. В системе управления ИКС определяющее место занимает финансовый менеджмент, основанный на консолидированной информации и процессе ее создания – конкурентной разведке. В статье определены роль и место конкурентной разведки в процессе создания консолидированной маркетинговой информации в системе менеджмента интегрированных корпоративных структур.

Ключевые слова: конкурентная разведка, консолидированная информация, маркетинговая информация, интегрированные структуры бизнеса. **Рис.:** 2. **Табл.:** 3. **Библ.:** 8.

Черкашина Майя Викторовна – кандидат экономических наук, доцент, заведующая кафедрой менеджмента и военного хозяйства, Академия внутренних войск МВД Украины (пл. Восстания, 3, Харьков, 61001, Украина)

Науменко Мария Алексеевна – кандидат экономических наук, профессор, кафедра менеджмента и военного хозяйства, Академия внутренних войск МВД Украины (пл. Восстания, 3, Харьков, 61001, Украина)

Cherkashina M. V., Naumenko M. A. Competitive Intelligence and Consolidation of Marketing Information in the System of Management of Integrated Corporate Structures

The leading tendency of the modern stage of development of the world economy, which determines its development, is globalisation. Processes of globalisation of the most important spheres of life and activity of the humanity have impact on the mechanisms of formation of economic subjects. Such conditions of enterprise functioning cause a necessity of concentration and integration of industrial and bank capital, in other words, appearance of organisational forms of unification of economic subjects – the integrated corporate structures, which is the basis for sustainable development and functioning of Ukrainian industry. Financial management, based on consolidated information and process of its creation – competitive intelligence, takes the leading place in the system of management of integrated corporate structures. The article identifies the role and place of competitive intelligence in the process of creation of consolidated marketing information in the system of management of integrated corporate structures.

Key words: competitive intelligence, consolidated information, marketing information, integrated business structures.

Pic.: 2. **Tabl.:** 3. **Bibl.:** 8.

Cherkashina Maya V. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Head of the Department of Management and the War Economy, Academy of Interior Ministry of Ukraine (61001, Ukraine)

Naumenko Mariya A. – Candidate of Sciences (Economics), Professor, Department of Management and the War Economy, Academy of Interior Ministry of Ukraine (61001, Ukraine)

На сучасному етапі розвитку світової ринкової економіки провідною тенденцією, що визначає її розвиток, є глобалізація. Процеси глобалізації найважливіших сфер життя і діяльності людства не можуть не відбиватися на механізмах формування суб'єктів господарювання. Такі умови функціонування підприємств спричиняють необхідність концентрації та інтеграції промислового та банківського капіталів, тобто появу організаційних форм об'єднання суб'єктів господарювання – створення інтегрованих корпоратив-

них структур (ІКС), що є основою для сталого розвитку та функціонування промисловості України. У системі управління ІКС визначальне місце посідає фінансовий менеджмент, який базується на консолідованій інформації та процесі її створення – конкурентній розвідці.

Окремі аспекти організації та управління інтегрованими корпоративними структурами розглядаються в працях Федулової А. І., Чорної О. Ю., Пилипенка А. А., Кизима М. О., Горбатова В. М., Ялдіна І. В. та інших науковців, але питання фінансового менеджменту ІКС, зо-

крема збирання та створення консолідованої інформації та її ефективного використання в процесах підтримки прийняття рішень, залишаються відкритими.

Серед західних вчених, які приділили увагу дослідженню теоретичних і практичних питань конкурентної розвідки, слід відзначити Б. Джілада, М. Інгліша, Стівена Х. Міллера, В. Плетта, Джона Е. Прескотта та ін. Помітний внесок у розробку проблем конкурентної розвідки внесли й російські вчені і фахівці-практики: Ю. П. Воронов, Я. В. Бузанова, О. Деревницький, А. І. Доронін, І. Ю. Нежданов, М. В. Прилуков, В. Светозаров, В. І. Ярочкин, Є. А. Юшук, В. А. Берсенев, П. Кохно та ін. Проте в наявних дослідженнях конкуренції, конкурентної поведінки компаній і конкурентної розвідки в маркетинговому середовищі вимагають свого уточнення та розвитку питання економічної природи результату конкурентної розвідки в системі економічних понять.

Метою даної статті є визначення ролі та місця конкурентної розвідки у процесі створення консолідованої маркетингової інформації в системі менеджменту інтегрованих корпоративних структур.

В умовах негативного прояву наслідків світової фінансово-економічної кризи національним товаровиробникам досить складно досягти успіху в конкурентній боротьбі, використовуючи лише традиційні ресурси та підходи. «Актуальною тенденцією нині є переорієнтування на ефективне використання нематеріальних ресурсів та знань підприємств. Саме знання є підґрунтям появи нової функції менеджменту, у завдання якої входить акумулювання інтелектуального капіталу, виявлення й поширення наявної інформації та досвіду, створення засад для розповсюдження й передачі інформації про наявні у різних суб'єктів ринку компетенції. Отже, лише об'єднання закладених у компетенції різних підприємств систем діяльності може забезпечити синергію потенціалів, а отже, й покращити конкурентне становище національної економічної системи» [1].

Процеси глобалізації найважливіших сфер життя і діяльності людства не можуть не відбиватися на механізмах формування суб'єктів господарювання. Характерним у цьому випадку став розвиток інтегрованих корпоративних структур (ІКС). Складові поняття «інтегровані корпоративні структури» наведено на рис. 1, а в табл. 1 – їх основні переваги та недоліки.

Інтеграція (лат. *integratio* – відновлення, поповнення, від *integer* – цілий) – процес і результат взаємодії елементів (із заданими властивостями), що супроводжується



Рис. 1. Складові поняття «інтегровані корпоративні структури»

відновленням, встановленням, ускладненням і зміцненням істотних зв'язків між ними на основі достатньої підстави, у результаті чого формується інтегрований об'єкт (система) з якісно новими властивостями, у структурі якого зберігаються індивідуальні властивості вихідних елементів [3].

Таблиця 1

Переваги та недоліки інтегрованих корпоративних структур [2]

Переваги	Недоліки
<ul style="list-style-type: none"> – посилення позицій вітчизняних виробників на світовому ринку; – концентрація капіталу підвищує передбачуваність економічних процесів; – підвищення інноваційної активності підприємств; – скорочення числа об'єктів управління спрощує бюджетне та фінансове регулювання ринкової економіки; – економічне зміцнення корпорації знижує навантаження на державу в плані підтримки соціально орієнтованих виробництв; – можливість отримання великих кредитів у зв'язку із підвищенням інвестиційної привабливості ІКС; – зниження сумарної потреби в оборотних засобах; – великі можливості в плані диверсифікації діяльності і, як наслідок, зниження фінансових ризиків 	<ul style="list-style-type: none"> – можливість бюрократизації та зловживання контрольно-управлінськими функціями; – зниження гнучкості управління та реакції на зміни зовнішнього середовища; – можливі конфлікти при розподілі ресурсів між підрозділами ІКС; – можливість штучного підтримання нерентабельних господарюючих одиниць за рахунок рентабельних

Водночас, *економічна інтеграція* – взаємодія і взаємне пристосування національних господарств різних країн, що веде до їх поступового економічного злиття. На міждержавному рівні інтеграція відбувається шляхом формування регіональних економічних об'єднань держав й узгодження їх внутрішньої та зовнішньої економічної політики. Взаємодія і взаємне пристосування національних господарств проявляється, насамперед, у поступовому створенні спільного ринку – в лібералізації умов товарообміну і переміщення виробничих ресурсів.

В умовах сучасного ринку ІКС змушені конкурувати між собою, розширяти власні можливості щодо реалізації своїх товарів або послуг, вести боротьбу за власного споживача. За таких умов збирання та аналіз інформації про стан того чи іншого суб'єкта господарювання, їх структуру або ринок, на якому ці суб'єкти господарювання діють, або зовнішнє середовище їх діяльності стають конче необхідними. Наявні конкурентні переваги компаній стають все менш стійкими в міру прискорення темпів нововведень і глобалізації економіки. При цьому важливо підкреслити, що значимо не тільки те, якими конкурентними перевагами володіє компанія, але і те, як вона ці відмінні переваги формує,

зберігає і реалізує в конкурентній боротьбі на відповідному ринку товарів і послуг з метою досягнення своїх стратегічних інтересів. Саме тому сьогодні спостерігається пильна увага підприємців до маркетингових інструментів ефективного управління бізнесом, у т. ч. до конкурентної розвідки, яка дозволяє забезпечити компанію конкурентними перевагами.

Спираючись на роботи дослідників у цій сфері, ми пропонуємо виділити кілька напрямків збирання необхідної інформації, а саме: збирання інформації про стан ринку, про стан справ у фірмах-конкурентах; оцінка ризиків і кон'юнктури ринку; вивчення нових технологій, продукції; пошук і вивчення фірм, пропонованих до покупки; оцінка лояльності персоналу компанії-конкурента.

З методів збору інформації можна виділити пошук та аналіз інформації, що отримана з так званих відкритих джерел (засобів масової інформації, мережі Інтернет, відкритих спеціалізованих баз даних, офіційна інформація зі звітів). Однак інформації, що можна одержати з таких джерел, може бути замало для об'єктивної оцінки існуючої ситуації.

Одним з найпопулярніших методів збору економічної інформації є конкурентна, або економічна, розвідка – постійний процес збору, нагромадження, структурування, аналізу даних про внутрішнє й зовнішнє середовище компанії та надання вищому менеджменту компанії відповідної інформації (табл. 2). *Конкурентна розвідка* – це процес консолідації інформації, тобто процес створення цілісного інформаційного ресурсу для прийняття рішень. Сьогодні в умовах швидкозмінного ринку зможуть вижити тільки ті суб'єкти господарювання, що здібні прогнозувати майбутнє. Тому конкурентна розвідка має передбачати «зміни в обстановці і приймати своєчасні оптимальні рішення щодо управління ризиками, впровадження змін у компанії, а також відповідні заходи, спрямовані на задоволення майбутніх запитів споживачів і збільшення вартості компанії» [4].

Поняття «конкурентна розвідка» у вітчизняній науці розглядається здебільшого у навчальній літературі. У зарубіжних джерелах можна виділити зокрема таких авторів (табл. 3).

Таблиця 2

Основні переваги використання конкурентної розвідки

Конкурентна розвідка	<ul style="list-style-type: none"> – отримання додаткового прибутку; – передбачення загроз і знаходження запобіжних шляхів їх уникнення; – підвищення стійкості та уникнення фінансових загроз; – збільшення рентабельності виробництва; – підвищення конкурентоспроможності; – формування конкурентних переваг; – підвищення іміджу за рахунок збільшення ефективності рекламної діяльності
----------------------	--

Результати конкурентної розвідки потрібні для стратегічного планування, інвестицій, розробки нових технологій і будь-якої іншої діяльності, де необхідно

приймати рішення (рис. 2). Інформація дає можливість оцінити тенденції розвитку ринку, а також вчасно скоригувати власні плани, якщо потрібно, навіть завдати попереджуючого удару у вигляді більш якісного продукту або кращих умов. Така інформація обов'язково має бути консолідованою, тобто містити одержані з декількох джерел і системно інтегровані різні типи інформаційні ресурси, які в сукупності наділені ознаками повноти, цілісності, несуперечності та складають адекватну інформаційну модель проблемної області з метою її аналізу опрацювання та ефективного використання в процесах підтримки прийняття рішень [3].

Поняття «консолідована інформація» охоплює одержані з декількох джерел і системно інтегровані різні типи інформаційні ресурси, які в сукупності наділені ознаками повноти, цілісності, несуперечності та складають адекватну інформаційну модель проблемної області з метою її аналізу, опрацювання та ефективного використання в процесах підтримки прийняття рішень. Процес консолідації інформації – це процес перетворення даних на інформацію і знання про бізнес, метою якого є супровід і підтримка прийняття неформальних рішень. Тобто інформаційне забезпечення бізнесу, причому в найширшому сенсі, засноване на принципі об'єднання таких складових як інформація, бізнес-процеси, апаратні засоби, програмні засоби, люди [4].

Сьогодні конкурентна розвідка є дуже розповсюдженою, а відділи, що займаються обробкою зібраної інформації, існують на більшості загальновідомих провідних світових корпорацій. Їхня практика переконливо свідчить про те, що в маркетинговому середовищі конкурентна розвідка має бути вибудована не як «обслуговуюча», а як «активна» система [6]. Вона повинна бути настільки активною, наскільки це тільки можливо. Тільки в цьому випадку конкурентна розвідка буде здатна забезпечити компанії стійке економічне зростання, збільшення прибутків, збереження і зміцнення конкурентного імунітету. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. **Науменко М. О.** Удосконалення консолідації об'єктів корпоративних структур / М. О. Науменко // Научно-технический сборник. – 2010. – № 94. – С. 287 – 292.
2. **Ігнат'єва І. А.** Корпоративне управління : [Текст] / І. А. Ігнат'єва, О. І. Гарафонова ; Київ. нац. ун-т технологій та дизайну. – К. : КНУТД, 2010. – 312 с.
3. Короткий термінологічний словник з інноваційних педагогічних технологій [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://books.br.com.ua/31839>
4. Википедия [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org>
5. **Ющук Е. Л.** Конкурентная разведка: маркетинг рисков и возможностей / Е. Л. Ющук. – М.: Вершина, 2006. – 240 с.
6. **Магомедова Д. М.** Формирование и функционирование конкурентной разведки в маркетинговой среде / Д. М. Магомедова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dis.podelise.ru/text/index-45535.html?page=11>

Підходи до поняття «конкурентна розвідка»*

Автор	Зміст поняття «конкурентна розвідка»
Е. Л. Юшук Конкурентная разведка: маркетинг рисков и возможностей. – М. : Вершина, 2006. – 240 с. – С. 18 [5]	Систематичний, безперервний процес з етичного і законного збору інформації про основні складові бізнесу, такі як покупці, конкуренти, противники, персонал, технології і все навколишнє бізнес-середовище
А. И. Доронин Бизнес-разведка. – М. : Ось-89, 2006. – 496 с. – С. 43	Організаційна структура, що займається питаннями збору, перевірки (верифікації), обробки, аналізу та синтезу даних з різних аспектів господарської діяльності підприємства з подальшим використанням отриманої інформації для вирішення конкретних завдань його господарської діяльності
К. Боган, М. Инглиш. Бизнес-разведка. Внедрение передовых технологий / Пер. с англ. / Кристофер Боган, Майкл Инглиш: под общей ред. Б. Л. Резниченко. – М. : Вершина, 2006. – 368 с. – С. 14	Систематичний процес пошуку ідеальної практики (яка використовується в різних видах діяльності), найкращих практичних прийомів, прогресивних ідей і високоефективних операційних процедур, які дозволяють домогтися високих результатів
Б. Джиллад. Конкурентная разведка. Как распознавать внешние риски и управлять ситуацией. – СПб. : Питер, 2010. – 320 с. – С. 9	Особливе дослідження ринку, підпорядковане завданням формулювання та впровадження проактивної стратегії, де фрагменти подій в маркетинговому середовищі зводяться воедино, що дозволяє ідентифікувати стратегічні ризики і шанси
Н. И. Борисов. Конкурентная разведка как инструмент конкурентной борьбы: цели, задачи, методы, приемы // Управление персоналом. – 2005. – № 1. – С. 32 – 35	Маркетинговий інструмент вивчення конкурентного середовища, який являє собою цілеспрямований збір інформації про конкурентів для прийняття управлінських рішень щодо подальшої стратегії і тактики ведення бізнесу
В. Л. Берсенёв, Е. Л. Юшук. Феномен конкурентной разведки: основы теоретического анализа : Препринт. – Екатеринбург : Институт экономики УрО РАН, 2009. – 52 с. – С. 16	Особливий вид підприємницької діяльності, спрямованої на інформаційне забезпечення управління господарюючим суб'єктом з метою підвищення його конкурентоспроможності

* Узагальнено за [6].

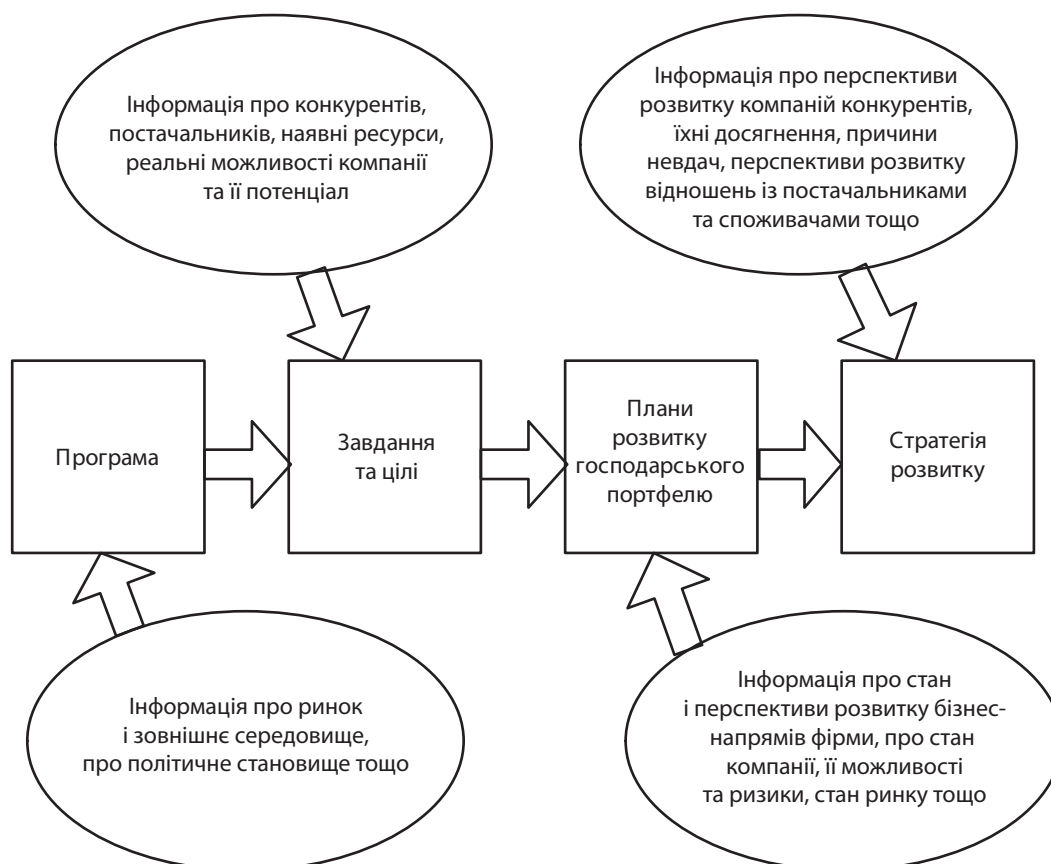


Рис. 2. Місце конкурентної розвідки в системі стратегічного планування (на основі [6])

7. **Науменко М. О.** Організація стратегічного управління інтегрованими корпоративними структурами засобами збалансованої системи показників / М. О. Науменко // Бізнес Інформ. – 2012. – № 8. – С. 201 – 204.

8. **Черкашина М. В.** Организация управления конкурентным поведением интегрированной корпоративной структуры / М. В. Черкашина, М. А. Науменко // Бизнес Информ. – 2011. – № 5. – Т. 1. – С. 23 – 26.

REFERENCES

Cherkashina, M. V., and Naumenko, M. A. "Organizatsiia upravleniia konkurentnym povedeniem integrirovannoy korporativnoy struktury" [Management organization competitive behavior of the integrated corporate structure]. *Biznes Inform*, vol. 1, no. 5 (2011): 23-26.

Ihnatieva, I. A., and Harafonova, O. I. *Korporativne upravlinnia* [Corporate Governance]. Kyiv: KNUUD, 2010.

"Korotkyi terminolohichnyi slovnyk z innovatsiinykh pedahohichnykh tekhnolohii" [A short glossary of terms with innovative educational technology]. <http://books.br.com.ua/31839>

Magomedova, D. M. "Formirovanie i funktsionirovanie konkurentnoy razvedki v marketingovoy srede" [The formation and functioning of competitive intelligence in the marketing environment]. <http://dis.podelise.ru/text/index-45535.html?page=11>

Naumenko, M. O. "Organizatsiia stratehichnoho upravlinnia integrirovanykh korporativnykh strukturamy zasobami zbalansovanoi systemy pokaznykiv" [Organization of strategic management the integrated corporate structures by means of balanced scorecard]. *Biznes Inform*, no. 8 (2012): 201-204.

Naumenko, M. O. "Udoskonalennia konsolidatsii obliku korporativnykh struktur" [Improvements account consolidate corporate structures]. *Nauchno-tekhnicheskyy sbornik*, no. 94 (2010): 287-292.

Wikipediia. <http://uk.wikipedia.org>

Yushchuk, E. L. *Konkurentnaia razvedka: marketing riskov i vozmozhnostey* [Competitive Intelligence: Marketing of risks and opportunities]. Moscow: Vershina, 2006.

УДК 330.16 + 658.52:38.24

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА СТРАТЕГІЧНОГО АЛЬЯНСУ В КОНТЕКСТІ ТЕОРІЙ ВЗАЄМОДІЇ

ШУЛЬЖЕНКО Л. Є.

УДК 330.16 + 658.52:38.24

Шульженко Л. Є. Економічна безпека стратегічного альянсу в контексті теорій взаємодії

Розкрито зміст досліджуваної проблематики економічної безпеки стратегічного альянсу. Доведено доцільність її вивчення в контексті теорій взаємодії (теорія мікрорівня Дж. Хоманса, теорія макрорівня П. Блау, теорія взаємодії результатів Д. Тібо і Г. Келлі), оскільки взаємодія є ключовим поняттям у розумінні її природи стратегічного альянсу, і його економічної безпеки, а інтереси учасників стратегічного альянсу, їхнє переплетіння та збалансованість створюють фундамент взаємодії учасників альянсу як єдиного цілого. З використанням положень цих теорій надано пояснення виникнення змін інтересів учасників стратегічного альянсу. З використанням захисного і гармонізаційного підходів визначено поняття «економічна безпека стратегічного альянсу». Показано, що забезпечення економічної безпеки стратегічного альянсу зводиться до запобігання або пом'якшення протиріч інтересів учасників стратегічного альянсу, збалансованості їхніх інтересів, передбачення таких протиріч, що виникають внаслідок різноманітних загроз інтересам учасників альянсу. Проаналізовано загрози інтересам учасників альянсу, що виникають при їхній взаємодії в межах спільної діяльності.

Ключові слова: економічна безпека, стратегічний альянс, взаємодія, інтерес, протиріччя, збалансованість.

Бібл.: 11.

Шульженко Лілія Євгенівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри обліку та аудиту, Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля (кв. Молодіжний, 20а, Луганськ, 91034, Україна)

E-mail: ynewman@yandex.ru

УДК 330.16 + 658.52:38.24

Шульженко Л. Е. Экономическая безопасность стратегического альянса в контексте теорий взаимодействия

Раскрыто содержание исследуемой проблематики экономической безопасности стратегического альянса. Доказана целесообразность ее изучения в контексте теорий взаимодействия (теория микроуровня Дж. Хоманса, теория макроуровня П. Блау, теория взаимодействия исходов Д. Тибо и Г. Келли), поскольку взаимодействие является ключевым понятием в понимании и природе стратегического альянса и его экономической безопасности, а интересы участников стратегического альянса, их переплетение и сбалансированность образуют фундамент взаимодействия участников альянса как единого целого. С использованием положений этих теорий даны пояснения возникновения изменений интересов участников стратегического альянса. С использованием защитного и гармонизационного подходов определено понятие «экономическая безопасность стратегического альянса». Показано, что обеспечение экономической безопасности стратегического альянса сводится к предотвращению или смягчению противоречий интересов участников стратегического альянса, сбалансированности их интересов, предвидению противоречий, возникающих в результате разнообразных угроз интересам участников альянса. Проанализированы угрозы интересам участников альянса, возникающие при их взаимодействии в рамках совместной деятельности.

Ключевые слова: экономическая безопасность, стратегический альянс, взаимодействие, интерес, противоречие, сбалансированность.

Библ.: 11.

Шульженко Лилия Евгеньевна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры учета и аудита, Восточноукраинский национальный университет им. В. Даля (кв. Молодежный, 20а, Луганск, 91034, Украина)

E-mail: ynewman@yandex.ru

UDC 330.16 + 658.52:38.24

Shulzhenko L. E. Economic Security of Strategic Alliance in the Context of Interaction Theories

The article reveals the essence of the studied problems of economic security of a strategic alliance. It proves expediency of its study in the context of interaction theories (micro-level theory of G. C. Homans, macro-level theory of P. M. Blau, interdependence theory of J. Thibaut and H. Kelly), since interaction is a key notion in understanding the nature of strategic alliance and its economic security and the interests of participants of the strategic alliance, their interweaving and balance form the foundation of interaction of the participants of the alliance as a single whole. Using the theses of these theories the article gives clarifications of appearance of changes of interests of participants of the strategic alliance. It uses protective and harmonisation approaches to define the "economic security of strategic alliance" notion. It shows that ensuring economic security of the strategic alliance is reduced to avoiding or softening contradictions of interests of participants of the strategic alliance, balancing their interests and foreseeing contradictions that appear in the result of various threats to the interests of alliance participants. The article analyses threats to the interests of alliance participants that appear in the course of their interaction within the framework of joint activity.

Key words: economic security, strategic alliance, interaction, interest, contradiction, balance.

Bibl.: 11.

Shulzhenko Liliya E. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Accounting and Auditing, East-Ukrainian National University named after V. Dahl (kv. Molodizhnyy, 20a, 91034, Ukraine)

E-mail: ynewman@yandex.ru