

комендацій щодо підвищення продуктивності каналів розподілу підприємств конкретної спеціалізації у будівництві.

Перелік посилань

1. Войчак А. В. Маркетинг: Підручник. / А. Ф. Павленко, А. В. Войчак. — К.: КНЕУ, 2003. — 246 с.
2. Наумов В. Н. Маркетинг сбыта [Электронный ресурс] / Энциклопедия маркетинга. — Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/read/m11/index.htm>
3. Біловодська О.А. Маркетингова політика розподілу: Навч. посібник / О.А. Біловодська. — К.: Знання, 2011. — 495 с.
4. Андрианова Н. В. Методические основы формирования маркетинговых каналов распределения готовой продукции: Монография / Д.С. Садриев, Н.В. Андрианова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 180 с.
5. Балабанова Л.В. Управління збутовою політикою: Навч. посібник / Л.В. Балабанова, Ю.П. Митрохіна. — К.: Центр учбової літератури, 2011.— 240 с.
6. Прокофьев А. В. Институционализация синергии логисто-маркетинга / Г. М. Самостроненко, А. В. Прокофьев // Научные труды ДонНТУ. Серия Экономическая. Выпуск 31-3. — Донецк: ДонНТУ, 2007. — С. 74-81.
7. Казимова Л. П. Интегрированный логистический подход к формированию каналов распределения / Л.П. Казимова// Вестник АГТУ. Сер. Экономика. — 2011. — №1. — С.86 – 89.
8. Галкина Н. Дистрибутивная политика поведения [Электронный ресурс] / Наталья Галкина

// «Продвижение Продовольствия. Prod&Prod». — 2010. — №07-08. — Режим доступа: <http://habeas-russia.ru/prod/2010/0708/zvenja-cepi>

References

1. Pavlenko A. F., Vojchak A. V. Marketing. Kyiv: KNEU, 2003. (Ukr)
2. Naumov V. N. Marketing of sales. [Electronic resource] Jenciklopedija marketinga. — Access: <http://www.marketing.spb.ru/read/m11/index.htm> (Rus)
3. Bilovods'ka O. A. Marketing policy of distribution. Kyiv: Znannja, 2011. (Ukr)
4. Andrianova N. V., Sadriev D. S. Methodical bases of formation of marketing channels of distribution of the finished product: Monograph. Moscow: NIC INFRA-M, 2015. (Rus)
5. Balabanova L. V., Mitrohina Ju. P. Managing sales policy. Kyiv: Centr uchbovoi literaturi, 2011. (Ukr)
6. Prokof'ev A. V., Samostroenko G. M. Institutionalization synergy-logisticians marketing. Nauchnye trudy DonNTU. Serija Jekonomicheskaja. Vypusk 31-3. Donetsk: DonNTU, 2007. P. 74-81. (Rus)
7. Kazimova L. P. Integrated logistics approach to the formation of the distribution. Vestnik AGTU. Ser. Jekonomika. 2011. №1. P. 86 – 89. (Rus)
8. Galkina N. Distributive policy behavior. [Electronic resource] Prodvizhenie Prodovol'stviya. Prod & Prod. 2010. №07-08. Access: <http://habeas-russia.ru/prod/2010/0708/zvenja-cepi> (Rus)

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Роженко О.В.¹, Туйнов В.В.²

¹старший викладач

*Донецький національний університет економіки та торгівлі імені Михайла Туган – Барановського
м. Кривий Ріг, Україна*

²Донецький національний університет економіки та торгівлі імені Михайла Туган – Барановського
м. Кривий Ріг, Україна

MODERN TRENDS IN ENTERPRISES

Rozhenko A.V.¹, Tuynov V.V.²

¹Senior Lecturer

*Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan – Baranovsky
m. Krivoi Rog, Ukraine*

²Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan Baranovsky
m. Krivoi Rog, Ukraine

Досліджено сучасні тенденції, напрямки та шляхи розвитку підприємств в умовах швидких змін у зовнішньому середовищі.

Ключові слова: зріст, розвиток, інноваційний розвиток, інвестиційний розвиток.

Рассмотрены современные тенденции, направления и пути развития предприятий в условиях быстроменяющейся внешней среды.

Ключевые слова: рост, развитие, инновационное развитие, инвестиционное развитие.

In article current trends, the directions and ways of development of the enterprises in the conditions of fast-changing environment are considered.

Keywords: growth, development, innovative development, investment development.

Кожне підприємство є відкритою складною динамічною системою, яка функціонує у визначеному зовнішньому середовищі. Сучасне соціально-економічне середовище характеризується високою швидкістю змін, які деколи можна прогнозувати з малою вірогідністю. Підтримувати існуючий стан підприємства та рухатися уперед можна тільки за умов ефективного пристосування підприємства до змін зовнішнього середовища, завдяки здійсненню випереджувальних заходів, спрямованих на збереження його життєздатності та забезпечення конкурентоспроможності. Саме це і спонукає підприємство до створення та підтримки умов постійного розвитку.

Щодо терміна «розвиток», то існує декілька поглядів на сутність самого поняття. Розвиток – філософська категорія, що виражає процес руху, зміну цілісних систем. Розвиток розглядається як вищий тип руху, зміни матерії і свідомості; пере-

хід від одного якісного стану до іншого, від старого до нового. Розвиток становить собою не всяку зміну в структурі об'єкта, а тільки якісну зміну, пов'язану з перетвореннями у внутрішній будівлі об'єкта, у його структурі, що становить собою сукупність функціонально пов'язаних між собою елементів, зв'язків і залежностей [8].

Розвиток підприємства означає якісні зміни та оновлення його господарської системи та організаційної структури, підвищення ефективності функціонування на основі вдосконалення техніки, технології та організації праці у всіх структурних підрозділах, підвищення якості продукції та послуг, що ним надаються [1].

Розрізняють і поняття «розвиток» та «зростання», вони, безумовно, пов'язані, але для деяких систем, у тому числі і підприємств, не є одне і те ж. Під зростанням підприємства часто розуміють збільшення його розмірів та обсягів виробництва. Про зростання підприємства свідчать показники випуску продукції, обсягу продажу, чисельності працівників тощо.

Типи зростання розмірів підприємства [7] представлено на рис. 1.

Оцінити зростання розмірів підприємства за кожним запропонованим типом можливо за результатами визначення динаміки змін значень показників діяльності підприємства, які кожне підприємство розраховує у рамках економічного аналізу діяльності та підготовки статистичної звітності.

Зростання є складовою економічного розвитку підприємства, але розвиток підприємства можна забезпечити без зростання, без підвищення обсягів виробництва та масштабів діяльності.



Рис. 1. Типи зростання розмірів підприємства

Процес розвитку підприємства у різних умовах, які спонукали цю необхідність, та умови,

в котрих відбувається цей процес, може базуватися на «революційній» та «еволюційній» моделі розвитку.

«Революційна» модель змін, яка була запропонована американськими фахівцями у галузі менеджменту М. Хаммером та Дж. Чампі [4] у 1991 році, передбачає принципове переосмислення та радикальне перепроєктування підприємства його найважливіших процесів з метою кардинального поліпшення найважливіших кількісно вимірваних показників сучасної ефективності: вартості, якості, сервісу та оперативності.

«Еволюційна» модель змін (або концепція організаційного розвитку) базується на концепції планування, ініціювання та здійснення процесів зміни соціальної системи, що передбачає залучення великої кількості учасників [2].

Як правило, впровадження «еволюційної» моделі розраховано на більш тривалий час та відсутність «різких» дій.

Основні варіанти розвитку підприємства за однією з поширених класифікацій [5] зображено на рис. 2.

Наведені варіанти розвитку доцільно розглядати, якщо пройдено низку попередніх етапів аналізу зовнішнього середовища, дослідження

умов діяльності підприємства на ринку, визначення факторів впливу та їх значення у формуванні конкурентоспроможності, затвердження стратегічних та тактичних цілей підприємства.

Загальні тенденції розвитку світової економіки вплив на обрання напрямку та шляху розвитку підприємства як базового елемента цієї складної системи. Тенденції розвитку світової економічної системи містять низку процесів, які пов'язані з процесом глобалізації: лібералізація, прагнення до уніфікації та стандартизації в різних галузях міжнародного соціально-економічного життя. Все ширше застосовуються єдині для усіх країн стандарти на технологію, екологію, діяльність фінансових організацій, бухгалтерську і статистичну звітність. Міжнародні економічні установи впроваджують єдині критерії макроекономічної політики, відбувається уніфікація вимог до податкової політики, до політики в галузі зайнятості та ін.



Рис. 2. Варіанти розвитку підприємства

Процеси лібералізації, відкриття національних економік приводять до таких наслідків: а) посилення конкуренції між національними та закордонними виробниками, банкрутств вітчизняних підприємств; б) зміни відносних цін; в) структур-

них зрушень. Не завжди лібералізація зовнішньоекономічних відносин країни із зовнішнім світом обумовлює підвищення ефективності функціонування національної економіки.

Причини формування глобалізаційних процесів наведено на рис. 3.



Рис. 3. Причини формування процесів глобалізації

До основних ознак глобалізації належать:

- взаємозалежність національних економік та їхнє взаємопроникнення, формування міжнародних виробничих комплексів поза національними кордонами;

- фінансова глобалізація – зростаюча фінансова єдність та взаємозалежність фінансово-економічних систем країн світу;

- послаблення можливостей національних держав щодо формування незалежної економічної політики;

- розширення масштабів обміну та інтенсифікація процесів руху товарів, капіталів, трудових ресурсів;

- створення інституцій міждержавного, міжнародного регулювання глобальних проблем;

- тяжіння світової економіки до єдиних стандартів, цінностей, принципів функціонування.

У сучасному світі глобалізація справляє домінуючий вплив на розвиток будь-якої держави, економічний і соціальний розвиток більшої частини людства знаходиться в жорсткій залежності від прогресу постіндустріального світу і від його можливості впливати на події в решті регіонів планети. Безумовно, господарські та інформаційні зв'язки стають все більш інтенсивними, проте їх значення в рамках різних соціально-економічних систем не є однаковими. Всередині постіндустріального світу глобальні тенденції призводять в кінцевому результаті до зближення рівнів розвитку окремих країн і їх жорсткого протистояння з рештою світу. Цій процес прискорює та поширює конкурентну боротьбу на всіх рівнях – від національних економік до суб'єктів господарювання.

Спираючись на загальні тенденції у розвитку світової економіки при переході до постіндустріального інформаційного суспільства та переорієнтація ринку продавця у ринок споживача, у якості основних шляхів розвитку суб'єктів господарської діяльності визначають [6] екстенсивний, інтенсивний та інноваційний.

Під екстенсивним розуміють розширення обсягів виробництва і збуту продукції, тобто те, що було визначено як зростання виробництва, але не розвиток.

Інтенсивний науково-технічний розвиток передбачає використання досягнень науки і техніки для вдосконалення конструкцій і технологій виробництва традиційних або модернізованих продуктів.

Інноваційний науково-технічний розвиток передбачає безперервне оновлення асортименту продукції і технології її виробництва, удосконалення системи управління виробництвом і збутом [6]. Цей шлях передбачає всебічне охоплення діяльності підприємства процесом впровадження інновацій, тоді як попередній шлях обирає тільки інновацію факторів виробництва.

Кожен із можливих шляхів розвитку передбачає той чи інший вид інвестування. В сучасних умовах для вітчизняних підприємств при виборі напрямку та шляху розвитку особливо актуальним є стан інвестиційного клімату країни та створення своєї (для підприємства) інвестиційної привабливості. Виникає потреба проведення ще одного процесу, який передбачає створення та підтримання інвестиційної привабливості підприємства задля досягнення цілей підприємства у напрямку його розвитку. Можна говорити про інноваційно-інвестиційний розвиток

підприємства, який забезпечить постійні якісні та кількісні зміни в діяльності підприємства за рахунок безперервного переходу досягнень інвестиційної діяльності та привабливості в інновації, що посилять конкурентоспроможність та сприятиме розвитку, надасть можливість на новому рівні вести інноваційну діяльність.

Таким чином, інноваційно-інвестиційний розвиток передбачає неперервні впровадження інновацій у діяльність підприємства (техніка, технології, продукція, управління, збут та ін.) за рахунок створення та підтримки інвестиційної привабливості, інтенсифікації інвестиційної діяльності та використання інвестиційного потенціалу підприємства.

Розвиток підприємства повинен здійснюватися так, щоб усі зміни, що відбуваються на підприємстві, в його технологічному комплексі, виробничій, інноваційній, організаційній і управлінській діяльності дозволяли зберігати і покращувати рентабельність і стабільність, а також інші характеристики, що відповідають розвитку підприємства [3].

Прийняття рішення про визначення шляху розвитку підприємства передбачає оцінку існуючого потенціалу підприємства, можливостей його вдосконалення та ефективного використання в майбутньому. В зв'язку з цим актуальним є створення або вибір інструментальних засобів, які надають можливість виявити та оцінити потенціал підприємства, що буде використано як база для розробки шляху розвитку підприємства.

Найбільш загальний підхід, згідно з яким до предметних складових потенціалу підприємства відносять:

– ринковий потенціал: потенційний попит на продукцію та частка ринку, яка одержує підприємство, потенційний обсяг попиту на продукцію підприємства, підприємство та ринок праці, підприємство та ринок виробництва;

– виробничий потенціал: потенційний обсяг виробництва продукції, потенційні можливості основних засобів, потенційні можливості використання сировини та матеріалів, потенційні можливості професійних кадрів;

– фінансовий потенціал: потенційні фінансові показники виробництва (прибутковості, ліквідності, платоспроможності), потенційні інвестиційні можливості.

Особливу роль відіграє, на наш погляд, оцінка виробничого потенціалу, оскільки дозволяє визначити важливі конкурентні переваги підприємства, до яких можна віднести можливість переваги за витратами на основі формування оптимальної структури виробництва. З яким би рівнем виробничого потенціалу ми не мали б справу при визначенні шляху розвитку

підприємства, необхідно особливу увагу приділити можливим ризикам на шляху досягнення мети. При цьому, необхідно оцінити наскільки ризикова ситуація, яка виникла, може вплинути на зміну рівня існуючого потенціалу підприємства. Враховуючи ці ризики, можна остаточно визначитись зі шляхом розвитку підприємства.

Всі фактори, які впливають на вибір шляху розвитку підприємства, традиційно можна поділити на зовнішні, внутрішні та ризики. Серед усіх зовнішніх факторів, на наш погляд, слід відзначити, безумовно, загальні тенденції розвитку світової економічної системи, стан економічного розвитку країни, інвестиційний клімат у державі та інвестиційна привабливість галузі, до якої відноситься підприємство, а також загальний стан наукової діяльності та її підтримка з боку держави (впровадження вітчизняних новацій більш вигідне як для підприємства, так і держави в цілому). До внутрішніх факторів слід віднести потенціал підприємства – у першу чергу, виробничий (фактори виробництва та ресурси), а також ринковий. Окремо слід виділити фінансовий потенціал, при оцінці якого визначається інвестиційна привабливість підприємства та комерційний імідж. Щодо ризиків, то прийняття того чи іншого шляху розвитку багато у чому залежить від оцінки всього комплексу можливих ризиків – чим детальніше ми зможемо передбачити всі види ризиків та вірогідність появи ризикової ситуації, тем менш вірогідна помилка у визначенні шляху розвитку.

Висновки. В умовах стрімких змін у світовій економіці, процесів глобалізації, прискорення впровадження досягнень науково-технічного прогресу в практичну діяльність підприємств, підсилення конкурентної боротьби на ринку підприємство приречено планувати та забезпечувати свій розвиток на визначену перспективу.

На вибір шляху розвитку впливають загальні тенденції розвитку та зрушень у структурі світової економіки, процес глобалізації зі всіма його напрямками, боротьба за отримання та розширення часток ринку, економічна політика держави та внутрішні фактори підприємства та його потенціал.

Коло варіантів вибору поведінки підприємства у напрямку розвитку за рахунок посилення конкуренції зменшується до декілька шляхів. Обираючи інноваційно-інвестиційний розвиток, підприємство спроможне забезпечити стійке існування на конкурентному ринку.

При визначенні шляху розвитку підприємства враховують зовнішні фактори впливу, внутрішні – потенціал підприємства, вірогідність виникнення ризикових ситуацій та їх оцінку.

Бібліографічні посилання

1. Богатін Ю. В. Інвестиційний аналіз : навч. посіб. / Ю. В. Богатін, В. А. Швандар. – М. : ДІС, 2000. – 286 с.
2. Галиця І. О. Концептуальні підходи до стратегії інноваційного розвитку суб'єктів господарювання / І. О. Галиця // Проблеми науки. – 2006. – №8. – С. 14–21.
3. Економіка підприємства : підручник / за ред. С. Ф. Покропивного. – К. : КНЕУ, 2003. – С. 608.
4. Золотогор В. Г. Інвестиційне проектування : навч. посіб. / В. Г. Золотогор. – М. : ПК«Екоперспектива», 1998. – 463 с.
5. Любушкин Н. П. Аналіз фінансово-економічної діяльності підприємства / Н.П.Любушкин. – М., 1999. – 472 с.
6. Проблеми управління інноваційним розвитком підприємств у транзитивній економіці : монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. С. М. Ілляшенка. – Суми : Університетська книга, 2005. – 582 с.
7. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства : [навч. посіб.] / Г.В.Савицька. – 2-ге вид., випр. доп. – К. : Знання, 2005. – 662 с.
8. Философская энциклопедия. – Т. 4: Наука–логики – Сигети / гл. ред. Ф. В. Константинова. – М. : Советская энциклопедия, 1967. – 592 с.