

В сучасних умовах євроінтеграції підприємства особливо часто стикаються із невизначеністю та ризиками, непередбачуваними ситуаціями, коли еволюційні підходи, побудова екстраполяційних прогнозів та планів, за «прирістними» методами, не можуть забезпечити правильної орієнтації розвитку у майбутньому, а отже, виживання та можливості забезпечення ефективності діяльності. Вирішувати ці проблеми слід шляхом застосування методів стратегічного управління потенціалом підприємства як багатопланового, управлінського процесу, який допомагає формулювати та виконувати ефективні стратегії формування і розвитку потенціалу, спрямовані на результативне балансування взаємовідносин між підприємством, включаючи його окремі частини, та зовнішнім середовищем, а також досягнення встановлених цілей, формування нових можливостей і переваг.

Список використаних джерел:

1. Гончар О. І. Актуалізація управління потенціалом підприємства за умов євроінтеграції: монографія / О. І. Гончар. – Хмельницький: ХНУ, 2015. – 333 с.
2. Гончар О. І. Інтелектуальний потенціал як один із основних факторів розвитку промислового підприємства / О. І. Гончар, В. М. Намясненко // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки, 2013. – № 3, Т. 2. – С. 55-58.
3. Отенко И. П. Стратегическое управления потенциалом предприятия / И. П. Отенко. – Х.: Изд. ХНЭУ, 2006. – 256 с.
4. Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: підруч. для студ. ВНЗ / О. С. Федонін, І. М. Репіна, О. І. Олексюк. – К.: КНЕУ, 2004. – 316 с.

Норенко В.С.

студентка,

Науковий керівник: Довгань Л.Є.

кандидат економічних наук, професор,

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Розвиток – процес без якого неможливе ефективне існування жодної системи, у тому числі й бізнес-моделей підприємства, нині на рівні яких відбувається конкурентна боротьба, що виникає через стрімкі зміни мікро та макrorівня організації.

У загальному вигляді категорія «розвиток» має філософське підґрунтя, що характеризується як необоротна, спрямована, закономірна зміна матеріальних та ідеальних об'єктів, це процес нарощування складності. У результаті розвитку виникає новий якісний стан об'єкта, що виступає як зміна його складу або структури (тобто виникнення, трансформація або зникнення його елементів і зв'язків) [1, с. 561; 2, с. 158]. Відповідно до мінливих умов зовнішнього середовища, нове – закономірний результат попереднього розвитку, воно поглинає у себе позитивний спадок старого та набуває властивості, що пришвидшують рух вперед.

Розглядаючи поняття «розвиток підприємства», необхідно зазначити, що науковці та практики описують його з різних сторін. Наприклад, розвиток підприємства за Й. Шумпетером пояснюється через побудову нових комбінацій з наявних в розпорядженні підприємця виробничих ресурсів. Нові комбінації включають такі п'ять варіантів: створення нового продукту; впровадження нового методу виробництва; освоєння нового ринку збуту; отримання доступу до нового ринку сировини; створення нової форми організації [3].

Головною ціллю розвитку підприємства є забезпечення виробництва високоякісної продукції, досягнення високої продуктивності праці завдяки ефективному використанню елементів природи та навколишнього середовища, для цього має бути вдало досягнута взаємодія між менеджментом, технологіями та ресурсами.

Розвиток підприємства стає нестійким у разі виникнення кризового стану системи через загострення внутрішніх конфліктів або з навколишнім середовищем, це може призвести до руйнування або зміни якісного стану. Порушення рівноваги є пусковим механізмом, що сприяє розвитку. Моніторинг періодичності порушення рівноважного стану підприємства стимулює до своєчасного планування майбутніх змін (використовуючи цикли розвитку), саме це призводитиме систему в рівноважний стан, але вже на якісно новому рівні. Тому, важливим для розвитку підприємства є перегляд та оновлення її стратегії, щоб стримувати подальше зростання.

Річардсон Б. і Р., спеціалісти в області стратегічного управління, виділяють наступні підходи до вироблення стратегії [4]:

Корпоративне планування (corporate planning) як підхід до вироблення стратегії історично першим сформувався. Біля його витоків стояли такі «класики» теорії стратегічного планування, як В. Ансофф, А. Чандлер, К. Ендрюс і ін. Суть даного підходу – визначення логічних приписів про організацію самого процесу, який представляється як лінійно-послідовна процедура прийняття рішень, що включає вище керівництво в пошук необхідної інформації для генерування, оцінки і вибору шляхів майбутнього розвитку підприємства. Таким чином, стратегічний аналіз веде до стратегічного вибору, а той в свою чергу до виконання стратегічних дій. Головна концепція даного підходу полягає в досягненні певного рівня раціональності у виборі стратегічного розвитку на основі цінної інформації. Стратегічне планування є в даному випадку прерогативою вищої адміністрації (тобто передбачається жорстка централізація процесу прийняття рішень).

Ітеративне планування (logical incrementalism) порівняно з попереднім підходом є більш деструктивним, ніж конструктивним. Воно визначається як процес вироблення стратегії, що реалізується на підприємстві в дії.

Роль вищої адміністрації визначається як роль «організатора» процесу, що об'єднує в ціле приватні стратегії, які генеруються в різних структурних підрозділах, проте вище керівництво є «архітектором» стратегії, так як, по-перше, визначає базові орієнтири розвитку, а по-друге, створює умови, при яких протікає процес стратегічного планування – інформаційну базу та компетентність персоналу. Саме тому вироблення остаточної стратегії розвитку здійснюється в ітеративному режимі.

Ітеративне планування вимагає більш високої культури стратегічного мислення як вищого керівництва, так і у керівників нижчого рівня.

Інтуїтивне планування (mudding through) зазвичай розглядається як третій підхід до стратегічного планування розвитку підприємства. Вище керівництво встановлює цілі, які забезпечують невелике, але досить стійке просування. Особи, що приймають рішення (ОПР), змушені врешті-решт повторювати дрібні кроки для досягнення поставленої мети і зробити пристосовність необхідною умовою своєї діяльності.

Захисники цього підходу стверджують, що він заснований перш за все на досвіді і інтуїції вищого керівництва, а його спрямованість на поступове досягнення глобальної цілі робить його більш раціональним і менш дорогим, ніж корпоративне планування. Крім того, якщо на підприємстві відсутні професіонали в галузі стратегічного планування в «верхньому ешелоні влади», то перший і другий підходи просто приречені на невдачу. З іншого боку, критики даного підходу до стратегічного планування доводять на історичних прикладах, що в умовах «стратегічного дрейфу», який ініціює інтуїтивне планування, підприємство не в змозі швидко й адекватно реагувати на мінливі умови середовища, а також не здатна перебудовуватися якісно, що дуже важливо в умовах конкурентної боротьби.

Четвертий підхід до стратегічного планування – хаотичне планування (garbage can) – планування як таким не є. Як пишуть Б. і Р. Річардсон, у даному випадку рішення щодо стратегічного вибору є результатом взаємодії між проблемами, рішеннями, учасниками та вибором, всі з яких виникають несподівано один від одного. Проблеми можуть виникати несподівано і всюди. Рішення існують незалежно від того, чи існують проблеми. Рішення слідує один за одним і приймаються швидко.

Одним з перспективних світових ринків для ведення бізнесу є взуттєвий, але він є одним з найскладніших, зважаючи на диференціацію за рівнями споживання та жорстку конкуренцію. Завдяки особливостям розвитку світової взуттєвої промисловості визначається динаміка розвитку ринку взуття, до них можна віднести: об'єднання та укрупнення підприємств по виробництву взуття за їх спеціалізацією під впливом глобалізації розвитку світової промисловості; переорієнтація спрямування інвестицій з розвинених країн в регіони та країни з дешевою робочою силою, такі як Китай, Індія, В'єтнам, Бангладеш та ін.; зміна локації виробництва основного випуску спортивного та масового взуття в країни Азії та Латинської Америки, і тільки шкіряне взуття, орієнтоване на споживачів, що обирають продукцію преміум класу, виготовлятиметься в розвинених країнах, таких як Італія, Іспанія, Німеччина та ін.

Отже, розвиток – зміни, що пов'язані з перетворенням внутрішньої будови об'єкта в структурі, що представляють собою сукупність взаємопов'язаних елементів, зв'язків і залежностей. Він є необхідним для успішного існування підприємства, при мінливому зовнішньому середовищі. Тому, потрібно аналізувати діяльність як самого підприємства, так і його конкурентів, формулювати чіткі та досяжні цілі, застосовувати стратегії для їх досягнення, щоб забезпечити подальший успіх.

Список використаних джерел:

1. Бажан М. П. Украинская советская энциклопедия, том 9 / [Авт. кол.: О. К. Антонов, Б. М. Бабий, Ф.С. Бабичев, М. П. Бажан и др.]. За гл. ред. М. П. Бажана – К.: «Полиграфкнига», 1983. – 558 с.
2. Ильичев Л. Ф. Философский энциклопедический словарь / Гл. редакция Л. Ф. Ильичев, П. Н. Федосеев, С. М. Ковалев, В.Г. Панов – М.: Сов. – Энциклопедия, 1983. – 840 с.
3. Шумпетер Й. Теорія економічного розвитку / Й. Шумпетер – М.: Прогрес, 1982. – 159 с.
4. Степанова Р. Н. Стратегічний менеджмент. Планування на підприємстві: навч. посіб. / Р. Н. Степанова – М.: Видавництво МДУД, 2001. – 136 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook097/01/part-005.htm#i399>

Осаволук І.В.*студентка,**Науковий керівник: **Богацька Н.М.****кандидат економічних наук, доцент,**Вінницький торговельно-економічний інститут**Київського національного торговельно-економічного університету***ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА НА УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ
В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ**

Однією з об'єктивних тенденцій у сучасній економіці України є євроінтеграція, тобто формування та подальше укріплення зв'язків з країнами Європи на всіх рівнях – міждержавному, міжрегіональному, між окремими економічними суб'єктами. Сьогодні євроінтеграція є стратегічним курсом України, її швидкість посилюються. Це зобов'язує звернути увагу на наслідки євроінтеграції, зокрема для економічної безпеки українських підприємств.

Вагомою теоретико-методологічною базою дослідження системи економічної безпеки є праці таких вчених, як П. Друкер, А. Сміт, Й. Шумпетер та ін. В Україні питанню «економічна безпека підприємства» економісти почали приділяти увагу ще з 90-х років минулого століття. На сьогодні проблема економічної безпеки на підприємстві є досить актуальною та розглядається багатьма сучасними науковцями, серед яких: О.В. Березін, В.П. Василенко, О.С. Іванілов, Т.М. Іванюта, І.Н. Карпунь, С.Ф. Покропивний, Л.І. Шваб та інші.

При дослідженні поняття «економічна безпека» на сьогоднішній день базовою є категорія «національна безпека» (введення цього терміну в нормативний обіг датується 1934 р. і пов'язане із прийняттям у США закону «Про національну безпеку»), а більш глибоко – безпека в цілому. Дані поняття мають конкретно-історичний зміст і тісно взаємопов'язані із усіма елементами системи взаємодії «особистість – суспільство – держава». На основі сучасної концепції безпеки в науковій літературі пропонується наступне визначення: «Безпека – це відсутність загрози, збереженість, надійність, тобто відсутність будь-яких загроз особі, суспільству, державі» [3, с. 35].