

Список літератури: 1. Соціально-етичний маркетинг. Електронний ресурс – режим доступу: http://ua-referat.com/Соціально-орієнтована_маркетинг. 2. Махнуша С., Жолудєва А. Соціальний маркетинг: сутність, види, стан в Україні. 3. Білінов А.О., Кашикірова С.П. Роль громадських структур у лобюванні інтересів бізнесу // Маркетинг. 2007. № 3. 4. Соціально-етичний маркетинг. Електронний ресурс – режим доступу: <http://referat.booksgid.com/online/119108>. 5. Дишловий І.М. Особливості функціонування регіонального рекреаційно-туристичного кластеру та його регулювання. – Экономика и управление № 6 – 2010г. – С.69-75. 6. Семенов В.Ф. Регіональний рекреаційний кластер у контексті структурної перебудови економіки регіону / В.Ф Семенов, В. Мозгальова, І. Давиденко // Регіональна економіка.– 2006. –№3 – С.78-89.

Надійшла до редакції 15.10.2013

УДК 33.338.48

Реалізація соціально-орієнтованого маркетингу в контексті діяльності туристичного кластеру / Шилкіна К. О. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 52 (1025). – С. 166–172. Библиогр.: 6 назв.

В статье рассмотрено понятие социально-ориентированного маркетинга, как средства влияния на общественное мнение, а также освещены наиболее распространенные направления его внедрения. Описана концепция социально-этического маркетинга и приведены преимущества от его использования. Раскрыты направления реализации мер социально-ориентированного маркетинга на предприятиях туристического бизнеса и представлен механизм реализации принципов социально-ориентированного маркетинга в контексте деятельности туристического кластера.

Ключевые слова: социально-ориентированный маркетинг (социально-этический маркетинг, социальный маркетинг), туристический кластер, социально-ответственный бизнес, имидж предприятия.

The article considers the concept of socially oriented marketing as a means of influencing public thought and addresses the most common directions of its implementation. Explains the concept of socio-ethical marketing and the benefits from its implementation. Disclosed directions of realization of measures of socially-oriented enterprise marketing of the tourist business and the mechanism of implementation of the principles of socially-oriented marketing in the context of the tourism cluster.

Keywords: social marketing (socio-ethical marketing), the tourism cluster, socially responsible business, a company's image.

УДК 658.012

С. В. ШИШКОВСЬКИЙ, аспірант. Національний університет «Львівська політехніка», Львів

МОДЕЛІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

В статті розглянуто підходи до ідентифікації розвитку та формування етапів життєвого циклу підприємства. Розроблено графічну інтерпретацію альтернатив розвитку підприємств. Висвітлено особливості діяльності підприємств в мінливих умовах. Запропоновано моделі розвитку підприємств, що базуються на зміні складових розвитку з врахуванням специфіки функціонування вітчизняних підприємств.

Ключові слова: розвиток підприємства, модель розвитку, життєвий цикл підприємства, потенціал.

Вступ. Загострення конкуренції на ринку, нестабільність стану економіки та посилення невизначеності в функціонуванні підприємств зумовлюють зміни економічних умов. Підприємствам необхідно адаптуватись до мінливості середовища, але при цьому не зупинитись в своєму розвитку. Все це вимагає

використання сучасних інструментів до ідентифікування та оцінювання розвитку підприємств.

Аналіз останніх досліджень та літератури. Розвитку підприємств присвячено ряд праць вітчизняних та зарубіжних науковців таких, як: С. Агапцов, К. Адамс, Н. Афанасьєв, П. Друкер, Б. Бачевський, Н. Георгіаді, Л. Запасна, Р. Каплан, М. Кеннерлі, О. Кузьмін, О. Мельник, Л. Мельник, С. Мочерний, А. Мордвінцев, Е. Нілі, Т. Надтока, Ю. Погорелов, О. Раєвнева, М. Тимошук, О. Федонін, Й. Шумпетер та інших. В цих роботах сформовано теоретичні та методичні положення, щодо визначення сутності та управління розвитком підприємств. Розроблено ряд підходів до оцінювання та моделювання розвитку, що не завжди враховують специфіку діяльності промислових підприємств в Україні. В сучасних умовах ідентифікація та специфікація розвитку потребує подальшого дослідження.

Мета досліджень. Метою дослідження є ідентифікація розвитку та формування моделей процесу змін на підприємствах.

Матеріали досліджень. Розвиток підприємства як процес набуття соціально-економічною системою нових якісних, кількісних чи структурних властивостей передбачає зміну параметрів стану [1;2]. Система трансформується через зростання, активізацію чи реструктуризацію складових елементів.

Зростання передбачає розширення розмірів підприємства, його потенціалу та масштабів діяльності [3;4]. В праці [5] пропонується поділяти зростання на три види: горизонтальне, вертикальне та диверсифіковане.

Активізація відбувається за рахунок інтенсифікації ділової активності підприємств, через налагодження та посилення комунікації з контактною аудиторією (постачальники, збутовники, клієнти, конкуренти і т.і.). Реструктуризація характеризується перебудовою взаємозв'язків в системі та зміною менеджменту підприємства, тобто вибором нового стилю керівництва, перегляд організаційної структури управління тощо (див. рис.).

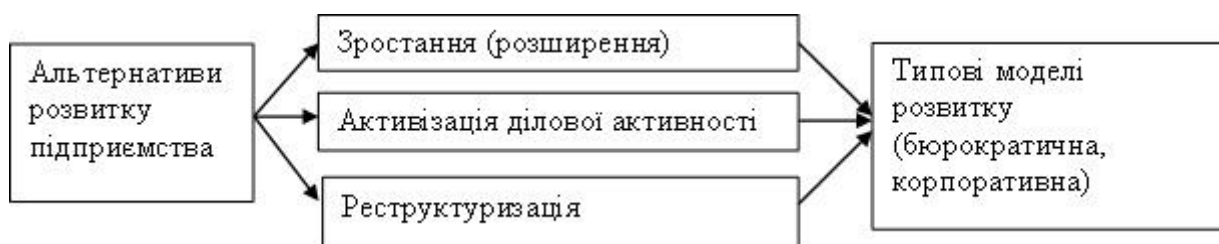


Рис. – Альтернативи розвитку підприємств*

*Складено за [4;6]

Бюрократична модель розвитку передбачає функціональну спеціалізацію, орієнтацію на підвищення ефективності виробництва, чисельність працівників

збільшується лише зі зростанням попиту та скорочується при його спаданні, тобто працівники вважаються відтворювальним ресурсом.

Корпоративна модель розвитку передбачає співробітництво та задоволення споживача, основною орієнтацією є розвиток і навчання працівників з метою максимізації нематеріальних активів, впровадження інновацій, використання інструментів оптимізації для збільшення збуту продукції та раціонального використання основних засобів.

Дві типові моделі мають істотні переваги, щодо їх дієвості, проте в рамках сучасних тенденцій до сталого та відповідального функціонування підприємств існують і недоліки, а саме вони передбачають скорочення працівників (збільшення безробіття), мінімізацію витрат на сировину і матеріали (погіршення екології) та спрямованість на отримання короткострокового прибутку з метою формування високих показників результативності.

Саме тому важливим видається не лише розвиток для досягнення максимального прибутку, але забезпечення збалансованого і сталого функціонування підприємства в процесі трансформації у мінливих зовнішніх умовах.

Причиною розвитку підприємства може стати як діагностування проблем в функціонуванні (криза), так і зміна умов діяльності. У разі якщо стан підприємства є стабільним, а діяльність успішною, то доцільною постає реалізація планового розвитку. Вибір окремого напрямку розвитку чи їх поєднання залежить від етапу життєвого циклу, на якому перебуває підприємство, та темпів зміни ринку.

У праці [7, с. 82-89] розглянуто та проаналізовано ряд підходів до виділення етапів життєвого циклу підприємства вітчизняними і зарубіжними науковцями. Встановлено, що спільним для ряду моделей життєвого циклу підприємства є розгляд його з позиції зміни структурних характеристик системи та зміни людського ресурсу. Технічні та інноваційні характеристики залишаються поза увагою науковців. Також розглянуто фінансові підходи до виділення етапів життєвого циклу через врахування фінансового, інвестиційного і операційного грошових потоків.

В науковій літературі прийнято виділяти етапи життєвого циклу підприємства з певною метою, а саме – запобігання банкрутству підприємства, встановлення фінансової стійкості, формування організації чи подолання кризи. Проте, такі доробки не враховують реалій функціонування промислових підприємств в Україні, а саме:

- підприємства вже давно функціонують на ринку і на момент їх аналізування та оцінювання знаходяться на певних етапах життєвого циклу;
- ринок машинобудівної продукції є насиченим та високо конкурентним;

– нове промислове підприємство у більшості випадків має лише формальні ознаки, оскільки змінюється лише його реквізити «де юре», а «де факто» працівники, активи, менеджмент залишається той же;

– спеціалізовані приватні підприємства, що створені та функціонують для забезпечення материнської компанії, не мають стимулів до адаптації, оскільки вони сформовані для аутсорсингу певних процесів з метою зниження витрат;

– державні підприємства забезпечують обслуговування потреб монопольних організацій і цілком знаходяться під управлінням державних органів, тому у багатьох випадках менеджмент здійснюється ситуативно. Управлінські рішення приймаються як реакція на ситуацію, що формується працівниками, постачальниками, замовниками та керуючими державними органами.

Зважаючи на розглянуті особливості функціонування промислових підприємств в Україні доцільно виділити такі види розвитку за чинниками виникнення:

– проблемний (або кризовий) розвиток як реакція (рефлекс) підприємства на виникнення проблем у функціонуванні та низькій результативності;

– ситуативний розвиток залежить повністю від умов функціонування, що диктуються середовищем, може бути як активним, так і пасивним;

– плановий (директивний чи індикативний) розвиток передбачає чітко визначені цілі та зміни для досягнення планової мети, може здійснюватись шляхом поступової адаптації чи активних дій.

Розвиток підприємства базується на трьох складових зміни: потенціалу (ПП), функціонування (ФП) та результативності (РП) [8; 9]. Відповідно комбінація таких елементів зумовлює появу ряду базових моделей розвитку, які передбачають:

– зростання підприємства, що проявляється в зміні масштабів як активів, так і рівня операційної діяльності:

$$\Delta\text{ПП}\rightarrow\text{var}, \Delta\text{ФП}=\text{const}, \Delta\text{РП}\rightarrow\text{var}; \quad (1)$$

– активізація підприємства, що полягає в інтенсифікації ділової активності та налагодженні комунікацій:

$$\Delta\text{ПП}=\text{const}, \Delta\text{ФП}\rightarrow\text{var}, \Delta\text{РП}\rightarrow\text{var}; \quad (2)$$

– реструктуризація підприємства, що реалізується через зміну структури складових підприємства, при незмінному потенціалі і рівні функціонування та призводить до зміни результативності (характерне для проблемних випадків):

$$\Delta\text{ПП}=\text{const}, \Delta\text{ФП}=\text{const}, \Delta\text{РП}\rightarrow\text{var}; \quad (3)$$

– комплексний розвиток підприємства за умови збалансованості складових:

$$\Delta\Pi\rightarrow\text{var}, \Delta\Phi\Pi\rightarrow\text{var}, \Delta\rho\Pi\rightarrow\text{var}; \quad (4)$$

– зупинка розвитку підприємства:

$$\Delta\Pi=\text{const}, \Delta\Phi\Pi=\text{const}, \Delta\rho\Pi=\text{const}. \quad (5)$$

Висновки. Проведене дослідження дало змогу виокремити види розвитку за чинниками виникнення. Виділити альтернативи розвитку підприємств в мінливих умовах. Розглянуто переваги та недоліки сучасних підходів до визначення етапів життєвого циклу підприємства. Запропоновано моделі розвитку підприємств, що базуються на зміні складових розвитку з врахуванням специфіки функціонування вітчизняних підприємств.

Список літератури: 1. *Погорелов Ю. С.* Модель оцінки розвитку підприємства / Ю. С. Погорелов // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. Серія "Економічні науки". – 2010. – № 5. – С. 46 – 55. 2. *Афанасьев Н.В.* Управление развитием предприятия: [монография] / Афанасьев Н.В., Рогожин В.Д., Рудыка В.И. – Х. : Издательский дом «ИНЖЭК», 2003. – 184 с. 3. *Бондар Н. М.* Сучасні тенденції розвитку підприємств [Електроний ресурс] / Н. М. Бондар. – Режим доступу: <http://business-consultant.com.ua/publicaciiub101.html>. 4. *Запасна Л.С.* Економічна сутність розвитку підприємства / Л.С. Запасна // Проблемы материальной культуры. – Экономические науки. – №2. – 2007. – С. 32-37. 5. *Чумак Л.Ф.* Сучасні тенденції розвитку підприємств [Електроний ресурс] / Л. Ф. Чумак. – Режим доступу: <http://vestnikdnu.com.ua/archive/201264/chumak.html>. 6. *Кривов'язюк І. В.* Трансформаційна модель розвитку підприємств / Кривов'язюк І. В., Кривов'язюк Л. В. // Економічний форум. – Луцьк: Редакційно-видавничий відділ ЛНТУ. – №3. –2012. – С. 292-299. 7. *Матюшенко О.І.* Життєвий цикл підприємства: сутність, моделі, оцінка / О.І. Матюшенко // Проблеми економіки. – Харків: ВД «ИНЖЕК», 2010. – № 4. – С. 82-91. 8. *Шишковський С. В.* Концепція оцінювання рівня та управління розвитком підприємств / Р. В. Фещур, В. Ю. Самуляк, С. В. Шишковський // Дисбаланси та детермінанти соціально-економічного розвитку країни: монографія. / за заг. ред. д.е.н. проф. З. П. Коровіної, к.держ.упр., доц. О. М. Ніколаєвої; Макіївський економ.-гуманіт. ін.-т. – Донецьк: Видавець Дмитренко Л.Р., 2013. – С. 79-87. 9. *Шишковський С. В.* Сутність та класифікація індикаторів соціально-економічного розвитку підприємства / Р.В. Фещур, С. В. Шишковський, Н. Р. Яворська // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: «Логістика». – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. – № 749. – С. 497-501.

Надійшла до редакції 25.10.2013

УДК 658.012

Моделі розвитку підприємств / Шишковський С. В. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 52 (1025). – С. 172–176. Библиогр.: 9 назв.

В статье рассмотрены подходы к идентификации развития и формирования этапов жизненного цикла предприятия. Разработано графическую интерпретацию альтернатив развития предприятий. Освещены особенности деятельности предприятий в меняющихся условиях. Предложены модели развития предприятий, базирующихся на изменении составляющих развития с учетом специфики функционирования отечественных предприятий.

Ключевые слова: развитие предприятия, модель развития, жизненный цикл предприятия, потенциал.

Approaches to the identification of development and forming of the life cycle stages of an enterprise are considered in the paper. A graphical interpretation of alternative enterprises is developed. The specific features of enterprises activity in changing conditions are highlighted. The models of enterprises development, based on the changes in the components considering the specifics of functioning of domestic enterprises are proposed.

Keywords: enterprise development, development model, enterprise life cycle, potential.