

**УДК 658:338.2**

**Мариненко Н.Ю., к.е.н., доц.**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

## **МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ДО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ**

**Marynenko N. Yu., Ph.D., Assoc. Prof.**

### **METHODOLOGICAL ANALYSIS OF THE ENTERPRISES' DEVELOPMENT APPROACHES**

У сучасних умовах сталий розвиток економіки країни і підвищення конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів є неможливими без формування потужних інтегрованих структур. Це обумовлено тим, що інтегровані структури дозволяють долати фактори нестабільної ситуації, сприяти посиленню конкурентних позицій на ринку, концентрувати ресурси на пріоритетних напрямках розвитку, входити на рівних у світогосподарські процеси [1].

В умовах прямої конкуренції підприємства стали шукати ефективні підходи до розвитку, щоб підвищити свою результативність та конкурентоспроможність. Серед найбільш поширених підходів до розвитку варто відзначити такі:

1. Інноваційний підхід до розвитку підприємств. У класичному вигляді представлено використання інноваційного підходу до розвитку підприємства в дослідженні [2], де автор розглядає його через здійснення інноваційної діяльності підприємства, результати якої спрямовані на забезпечення конкурентоспроможності підприємства та найбільш повне використання наявного виробничого потенціалу в процесі розвитку. Інноваційний підхід до розвитку повинен охоплювати такі основні елементи: НДДКР, маркетингова політика, організаційна структура і культура підприємництва, технічна політика, інвестиційна політика.

Схожої думки дотримується Карлей М.В. у роботі [3], де основними елементами інноваційного підходу до розвитку підприємства є організаційно-управлінська політика, НДДКР, маркетингова, виробнича, економічна і соціальна політика. При цьому основною метою при застосуванні інноваційного підходу є створення умов, що забезпечують саморозвиток організації за рахунок здійснення безперервної інноваційної діяльності. Автор доводить, що суттю процесу формування інноваційного підходу є визначення напрямку розвитку кожного з показників діяльності підприємства і побудова економіко-математичної моделі, яка визначатиме взаємозв'язок між рівнем і темпами розвитку кожного з елементів інноваційної політики та показниками діяльності організації в цілому з урахуванням лага в часі і мінімізації капітальних вкладень [3].

2. Економічний підхід до розвитку підприємств. На його основі розвиток підприємства повинен здійснюватися так, щоб усі зміни, які відбуваються на підприємстві, в його технологічному комплексі, виробничій, інноваційній, організаційній і управлінській діяльності, дозволяли зберігати та покращувати рентабельність і стабільність, а також інші характеристики, відповідаючи розвитку підприємства, наголошують автори в дослідженні [4]. Далі автори відзначають, що економічний розвиток є економічним процесом із такими складовими елементами:

1) економічне зростання, що здійснюється внаслідок структурних змін в економіці і забезпечує збільшення валового внутрішнього продукту й доходу на душу населення;

2) економічний занепад [4].

Пригунков О.М. уточнює зміст економічного підходу до розвитку підприємства

у взаємозв'язку з його інноваційною діяльністю, що відрізняється сукупністю послідовних дій і елементів його забезпечення [5]. Він зазначає, що критерієм економічного підходу до розвитку є економічне зростання – кількісне збільшення і якісне вдосконалення суспільного продукту, який забезпечують фактори його виробництва як елементи системи підприємства: природні, людські, капітал (у т.ч. грошовий і засоби виробництва), підприємницька здатність (система управління), що здійснює інноваційні зміни [5].

3. Стратегічний підхід до розвитку підприємства. У роботі [6] автор відзначає, що з точки зору стратегічного підходу найбільший вплив на розвиток підприємства має конкурентоспроможність його продукції, що є комплексом споживчих, цінових та інновативних характеристик, привабливих для споживача, які забезпечують комерційний успіх для виробника в умовах конкуренції. Механізм забезпечення конкурентоспроможності – це сукупність взаємопов'язаних законодавчих або інших правових актів, програм, організаційних форм, економічних методів та інструментів, саморегульованої системи організації продуктивних сил і кластерів, спрямованих на досягнення конкурентних переваг виробників і задоволення потреб споживачів. Впровадження стратегічного підходу до розвитку підприємства в першу чергу дозволить забезпечити його конкурентоспроможність на товарному ринку [6].

В якості інструменту пропонує використовувати стратегічний підхід Лазарев В.М., який зазначає, що основним засобом досягнення цільових стратегічних орієнтирів є стратегія, вибір якої здійснюється в процесі стратегічного позиціонування та аналізу внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства, що включає, з одного боку, оцінку рівня організаційного та науково-технічного розвитку підприємства, його ресурсних можливостей і, з іншого боку, оцінювання бар'єрів, які існують на ринку [7].

Гонова Г.О. пропонує розглядати стратегічний підхід як процес. Автор відзначає, що процес формування стратегії розвитку підприємства повинен включати в себе етапи аналізу зовнішнього середовища і стану потенціалу підприємства, формування цілей розвитку, формування критеріїв досягнення цілей, формулювання завдань, виявлення та спрямування наявних ресурсів на розвиток, виявлення факторів ризику і форс-мажору та вжиття заходів щодо їх нейтралізації [8].

4. Маркетинговий підхід до розвитку підприємства. У роботі [9] в основі маркетингового підходу до розвитку автор пропонує використовувати набір економічних інструментів. У цій основі лежить формування інформаційної бази із застосуванням компонентів маркетингу, блоків аналізу та прогнозування діяльності суб'єкта. Автором встановлено місце та роль економічних інструментів при реалізації маркетингового підходу до розвитку підприємства, а також встановлено граничну можливість господарюючого суб'єкта застосовувати різні маркетингові ресурси, і бути сукупною, інтегральною характеристикою маркетингового ресурсного забезпечення підприємства в процесі розвитку.

Рябков В.О. наголошує, що впровадження маркетингового підходу до розвитку підприємства потрібно реалізовувати через створення маркетингових структур на підприємствах [10]. У ході реалізації цього підходу повинні вирішуватися такі основні завдання: аналіз ринку; координація збутової діяльності підприємства; вибір найбільш вигідних ринків збуту; розроблення рекомендацій щодо видів, обсягів і термінів поставки продукції; адаптація цінової і збутової політики підприємства.

Для цього в структурі служби маркетингу підприємства повинна бути передбачена діяльність фахівців з дослідження ринку, аналізу та планування, організації збуту і просування продукції, юридичного забезпечення. Впровадження маркетингового підходу до розвитку дозволяє збільшити щорічний товарообіг підприємств, підвищити конкурентоспроможність їхньої продукції та завойовувати

новими ринками.

Нерозривність між маркетинговим підходом та розвитком підприємства досліджує Райко Д.В. у роботі [11]. Процеси розвитку підприємства і маркетингової діяльності є взаємопроникаючими та взаємообумовлюючими – маркетинг є основою розвитку сучасного підприємства і, водночас, розвиток підприємства є підґрунтям розвитку маркетингової діяльності підприємства в той чи інший період часу.

5. Конкурентний підхід до розвитку підприємства. У роботі [12] проаналізовано впровадження конкурентного підходу до розвитку підприємства на основі чотирьохвекторної моделі конкурентоспроможності, яка розглядає конкурентний підхід як потенціал підприємства для досягнення лідируючих позицій на ринку готової продукції, на ринках капіталу, трудових ресурсів, технологій і процесів. Також автором запропоновано методичний підхід до формування конкурентного підходу до розвитку підприємства, основою якого є ефективна інтерференція двох підходів – підходу на основі виділення і розвитку стратегічних зон господарювання та підходу на основі системи збалансованих показників, що дозволяє мінімізувати помилки і неточності в ході стратегічного планування розвитку промислового бізнесу [12].

Трапезников А.М. у роботі [13] відзначає необхідність застосування саме конкурентного підходу до розвитку підприємств. Автор наголошує на тому, що в сучасних умовах конкурентоспроможність стає критерієм ефективного розвитку суб'єктів ринку, в ній знаходить відображення прогрес в техніці, технологіях, організації управління, виробництва і збуту продукції тощо. Підвищення конкурентоспроможності підприємств багато в чому залежить від розвитку диверсифікаційних процесів. Систематизація підходів до процесів диверсифікації, класифікація видів диверсифікації та їх відмінних ознак дозволила автору запропонувати розглядати її як основу конкурентного підходу до розвитку підприємства, спрямовану на нові сфери діяльності.

Конкурентний підхід до розвитку можна розглядати як засіб, завдяки якому фірма переміщається з поточної ринкової позиції до бажаної, зазначає автор в дослідженні [14]. На його думку, це здійснюється шляхом адаптації до зовнішніх сил: конкуренції, ринкових змін, розвитку технології, а також за допомогою визначення і приведення ресурсів компанії відповідно до можливостей, які відкриваються перед фірмою. Автор зазначає, що в умовах зростання конкуренції практичний інтерес з боку комерційних організацій до конкурентного підходу до розвитку посилюється, тому проблеми, пов'язані з розробленням і реалізацією стратегій, є актуальними. При впровадженні ефективного конкурентного підходу до розвитку, підприємство повинно враховувати комплексне системне використання внутрішніх потенційних можливостей створення конкурентних переваг, що забезпечуватимуть адекватну реакцію на зміни факторів зовнішнього середовища, випереджатимуть дії конкурентів і сприятимуть сталому розвитку підприємства у визначеному стратегічному періоді [14].

Таким чином, на основі розглянутих методологічних підходів до розвитку підприємств визначено, що кожен конкретний підхід (або комбінація декількох) має свої переваги у використанні, проте вони відображають лише один специфічний аспект, що набуває певних властивостей у ході розвитку підприємства. Однією загальною особливістю, що пов'язує між собою усі розглянуті підходи є необхідність пристосування підприємства до нових умов функціонування в зовнішньому середовищі під час інноваційних, економічних або маркетингових перетворень. Тому використання розглянутих підходів буде ефективним лише в тому випадку, коли на підприємстві потреба в адаптації до нових умов, спричинених внутрішніми та зовнішніми змінами у процесі розвитку буде задовольнятися автоматично. На сьогодні такого автоматизму в своїй діяльності ще не досяг жоден господарюючий суб'єкт, що обумовлює

Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні особливості формування і управління інноваційним потенціалом регіонального розвитку туризму та рекреації із залученням молодіжного ресурсу». Тернопіль. 15-17 жовтня 2015 року

використання в першу чергу саме адаптаційного підходу до розвитку.

### **Перелік посилань**

1. Бечелова Т.Р. Производственно-экономические системы как основа регионального развития [Электронный ресурс] / Т.Р. Бечелова, Р.В., Гурфова, З.Т. Кучукова. – Режим доступа : [http://science-bsea.narod.ru/2009/ekonom\\_2009\\_2/bechelova\\_proizv.htm](http://science-bsea.narod.ru/2009/ekonom_2009_2/bechelova_proizv.htm)
2. Черных К.С. Исследование и разработка методов формирования инновационной политики предприятия : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / К.С. Черных. – СПб., 1998 г. – 177 с.
3. Карлей М.В. Формирование сбалансированной инновационной политики промышленного предприятия : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / М.В. Карлей ; Новосибирск, 2006 г. – 188 с.
4. Дакус А.В. Економічний розвиток підприємства: сутність та визначення [Електронний ресурс] / А.В.Дакус, Н.О.Сімченко. – Режим доступу : <http://probleconomy.kpi.ua/pdf/2012-3.pdf>
5. Прыгунков А.М. Совершенствование механизма экономического развития предприятий на основе инновационной деятельности : дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / А.М. Прыгунков ; Воронеж, 2010 г. – 228 с.
6. Дуйсебаев А.Ж. Совершенствование управления стратегическим развитием предприятий молочной промышленности на основе обеспечения конкурентоспособности продукции : дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / А.Ж. Дуйсебаев ; Новосибирск, 2011 г. – 196 с.
7. Лазарев В.Н. Управление стратегическим развитием предприятия : дис. ... доктора. экон. наук: 08.00.05 / В.Н. Лазарев ; Самара, 2009 г. – 334 с.
8. Гонова А.А. Управление стратегическим развитием предприятий машиностроения : дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / А.А. Гонова ; Нижний Новгород, 2013 г. – 168 с.
9. Сластенко В.С. Разработка стратегии управления маркетинговым развитием предприятий :на примере мебельных предприятий Центрально-Черноземного региона : дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / В.С. Сластенко ; Воронеж, 2008 г. – 173 с.
10. Рябков В.А. Эффективное управление маркетинговой деятельностью предприятий АПК :на примере мясоперерабатывающего подкомплекса : дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / В.А. Рябков ; СПб., 2008 г. – 162 с.
11. Райко Д.В. Визначення розвитку маркетингової діяльності промислового підприємства [Електронний ресурс] / Д.В. Райко. – Режим доступу : [http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF/Mimi\\_2011\\_3\(1\)\\_\\_18.pdf](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Mimi_2011_3(1)__18.pdf)
12. Кутин М.В. Формирование механизма стратегического планирования конкурентного развития на предприятиях винодельческой промышленности Краснодарского края : дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / М.В. Кутин ; Краснодар, 2011 г. – 164 с.
13. Трапезников А.М. Формирование стратегии конкурентного развития градообразующего предприятия : дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / А.М. Трапезников ; Екатеринбург, 2008 г. – 186 с.
14. Чабан Г. Сучасні підходи до формування конкурентної стратегії розвитку підприємства [Електронний ресурс] / Г. Чабан. – Режим доступу : [kneu.edu.ua/userfiles/conf\\_sep\\_14/sek3/.../tezu.docx](http://kneu.edu.ua/userfiles/conf_sep_14/sek3/.../tezu.docx)