

References:

1. How to estimate the impacts of overtime on labor productivity, Mechanical Constructors Association of America, Inc., Revised 2011.
2. When should you start project overtime, Joanna Rothman, July 10, 2013. www.agileconnection.com

Клименко Світлана Михайлівна,
к.е.н., доцент каф. економіки підприємств, kneusvetlana@ukr.net
Шевчук Наталія Валентинівна,
к.е.н., доцент каф. економіки підприємств, natalykneu@ukr.net

СТРАТЕГІЧНО-ОРІЄНТОВАНА ПРОБЛЕМАТИКА ТЕОРІЇ КОРПОРАТИВНОГО ЗРОСТАННЯ

Клименко Светлана, Шевчук Наталья
СТРАТЕГИЧЕСКИ-ОРИЕНТИРОВАННАЯ
ПРОБЛЕМАТИКА ТЕОРИИ
КОРПОРАТИВНОГО РОСТА

Klymenko Svitlana, Shevchuk Nataliia
STRATEGIC PROBLEMS OF
THEORY OF CORPORATE GROWTH

Проблематика зростання економічних суб'єктів є однією з найпоширеніших і популяризованих у сучасних економічних дослідженнях. Неоднозначність і багатомірність трактувань «економічного зростання» пов'язана з тим, що дане явище набуває різних специфічних характеристик, які визначаються умовами розвитку зовнішнього середовища функціонування бізнес-структур та ускладняється досліджуванним контекстом. Проблематика корпоративного зростання бізнесу актуалізувалася в аспекті розвитку нового цільового орієнтиру компаній, що пов'язаний із зміщенням управлінського фокусу із зростання прибутку на зростання вартості. В такій постановці зростання набуває специфічних особливостей, які відрізняють традиційний погляд на визначення «економічного зростання підприємства», зміщуючи акцент у стратегічну площину.

Традиційно, в економічних дослідженнях зростання розглядається як форма прояву розвитку підприємства, його кінцева мета: «...розвиток є безумовно затребуваним (хоча іноді відкладеним) засобом забезпечення зростання різних характеристик діяльності промислової фірми» [1, с. 88]. Цілком підтримуючи дану наукову позицію варто наголосити на тому, що проблематикам зростання підприємства набуває нового дослідницького ракурсу, який пов'язаний, перш за все, із аспектом якості такого зростання, формою його прояву, зміною аналітичних моделей формалізації та оцінювання.

Результати дослідження визначення корпоративного зростання дозволяють говорити про змістовну неоднозначність даного явища. Досить часто його ототожнюють зі злиттям і поглинанням, з реструктуризацією підприємств, з такими перетвореннями, як реінжиніринг бізнес-процесів, з методами комплексного управління якістю та ін. [2]. Зростання не є основною метою діяльності підприємства та гарантією формування його доданою вартості. При цьому, зростання є об'єктивним результатом розвитку, на чому наголошував П. Румелт, чия позицію ми цілком розділяємо. Дослідник зазначав, що «ключовий фактор зростання – це не матеріальні активи, а неконвертовані фонди» [2]. В такому аспекті зростання набуває стратегічних характеристик і стає об'єктом дослідження відповідної теорії.

Стратегічні аспекти корпоративного зростання підприємств у сучасних наукових публікаціях умовно можна розподілити на такі, що розглядають зростання як наслідок реалізації тієї чи іншої стратегії, та такі, в яких зростання є самостійною цінністю та забезпечує організації свої специфічні стратегічні переваги. Вважаючи другий підхід більш перспективним для дослідження в його межах серед відповідних наукових праць можна виділити ресурсно-орієнтований аспект пояснення причин, механізмів і процесу корпоративного зростання [3–5] та дослідження зростання через ключові компетенції [6, 7].

На особливу увагу заслуговують результати наукового дослідження корпоративного зростання, що представлено у публікаціях д.е.н. М. Кудіної та С. Кузьміна [8]. Пропонований науковцями парадигмальний підхід до упорядкування теоретичного доробку корпоративного зростання хоча і фокусується лише на органічному аспекті зростання, однак, при цьому, відрізняється аргументованістю, комплексністю та високою пояснювальною спроможністю з точки зору інтерпретації результатів емпіричних досліджень зростання підприємств за сучасних умов діяльності та закономірностей такого зростання.

Дослідження корпоративного зростання є досить перспективним науковим напрямком досліджень у теорії стратегічного менеджменту, так як існуюча велика кількість концепцій і методів зростання потребує їх систематизації з точки зору виявлення спільних і відмінних методологічних основаній. Існуючий теоретичний доробок в області досліджуваної проблематики дозволяє говорити про наявність методологічного потенціалу, який здатний не тільки пояснити наявні практичні результати та закономірності корпоративного зростання, а й розробляти комплекси рекомендацій, що пов'язаний з його забезпеченням у довгостроковій перспективі.

Список використаних джерел

1. Баркан Д.И. Развитие и рост в зеркале фирмы / Д.И. Баркан // Вестник С.-Петерб. ун-та. Сер. Менеджмент. – 2011. – Вып. 2. – С. 80–94.
2. Кузьмин С.С. Корпоративный рост: подход с позиций теории фирмы / С.С. Кузьмин // Инновационные процессы и корпоративное управление : Материалы III Международной заочной научно-практической конференция, 1-15 марта 2011 г. – Минск : 2011.
3. Penrose E. The theory of growth of the firm / E. Penrose. – Oxford: Oxford University Press, 1959. – 304 p.
4. Chandler A. Strategy and structure / A. Chandler. – Cambridge : Mass., 1962.
5. Prahalad C. The core competence of the corporation / C. Prahalad, G.Hamel // Harvard business review. – 1990. – Vol. 68, No. 3. – P. 79–91.
6. Prahalad C. The role of core competence in the corporation / C. Prahalad // Research technology management – 1993. – Vol. 36., No 6. – P. 46–62.
7. Henderson R. The interactions of organizational and competitive influences on strategy and performance / R.Henderson, W. Mitchell // Strategic management journal. – 1997. – Vol. 18. Summer. – P. 14.
8. Кудина М.В. Парадигмальный подход к исследованиям роста фирмы / М.В. Кудина, С.С. Кузьмин // Экономика и управление. – 2014. – № 9 (118). – С. 63–66.

Кукурудзяк Леся Василівна,

викладач економічних дисциплін Вінницького коледжу
Національного університету харчових технологій, vk4@ukr.net

НЕМАТЕРІАЛЬНИЙ ПОТЕНЦІАЛ У СТРАТЕГІЇ КОМПАНІЙ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО ТИПУ

Кукурудзяк Леся
НЕМАТЕРИАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ В
СТРАТЕГИИ КОМПАНИЙ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ТИПА

Kukurudziak Lesia
INTANGIBLE POTENTIAL IN THE
STRATEGY OF COMPANIES OF
ENTERPRISE TYPE

Актуальність. Під впливом світових тенденцій соціально-економічного розвитку суттєво змінюються підходи і моделі розвитку конкурентного підприємництва. Домінуючу роль відіграють інноваційні стратегії, що базуються на інтелектуальній діяльності, де на перші позиції виходять знання та інформація.

Постановка завдання. Метою є обґрунтування необхідності нарощення нематеріального потенціалу в компаніях підприємницького типу, аналіз інноваційної діяльності вітчизняних підприємств.