

Наливайченко С.П., Шагурова Ю.С.

УДК 005.71 – 043.82:005.936.3

ЖИТТЄВИЙ ЦИКЛ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ЙОГО РОЛЬ У РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Вступ. Ефективність управління життєвим циклом відіграє істотну роль у забезпеченні ринкової стійкості та конкурентоспроможності будь – якого підприємства. Циклічний характер розвитку, притаманний усім без винятку підприємствам, змушує їх швидко адаптуватись до змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі та проявляти гнучкість і динамічність, необхідні для їх стабільного росту. Серед дослідників відсутній єдиний підхід до трактування поняття життєвого циклу підприємства, класифікації стадій життєвого циклу та критеріїв, за якими доцільно здійснювати таку класифікацію [7, с. 170].

Ця проблематика досліджувалась, зокрема, у працях Б.З. Мільнера, О.Ю. Фірстової, а також С.В. Корягіної, яка зробила спробу узагальнити теоретичні засади та практичний досвід у сфері циклічного розвитку підприємств, а також уточнити поняття життєвого циклу підприємства, стадії життєвого циклу підприємства та удосконалити їх класифікацію [4, с. 2]. Але, у працях цих дослідників недостатня увага приділена дослідженню чинників макро- та мікросередовища функціонування підприємств, що впливають на формування їх життєвого циклу [7, с. 170].

Постановка проблеми. Існування та розвиток кожної організації мають циклічний характер, проходять певні стадії життєвого циклу, тобто організації зароджуються, розвиваються, процвітають, слабшають і припиняють існування. Усе це визначає особливості виробничо-господарської, інвестиційної, фінансової діяльності організації. Тому керівник повинен знати, на якому етапі розвитку (життєвого циклу) перебуває його організація, щоб оцінити, наскільки прийнятий стиль керівництва відповідає цьому етапу (фазі розвитку).

Життєвий цикл використовується для пояснення того, як організація проходить через етапи народження, зростання, зрілості та спаду. У зв'язку з цим концепції життєвого циклу приділяється велика увага.

Мета статті полягає у визначенні поняття життєвого циклу організації та його ролі в розвитку підприємства.

Результати досліджень. Розвиток підприємства знаходить своє відображення у його життєвому циклі. У праці О.Ю. Фірстової життєвий цикл підприємства трактується як окреслений у часі період діяльності підприємства, протягом якого воно проходить певні етапи розвитку. І.А. Бланк визначає життєвий цикл підприємства як загальний період часу від початку діяльності підприємства до природного припинення його існування або відродження на новій основі (з новим складом власників і менеджерів, з принципово новою продукцією, технологією тощо). Натомість, Б.З. Мільнер трактує життєвий цикл організації як передбачувані зміни з визначеною протягом часу послідовністю станів. На відміну від багатьох інших дослідників життєвого циклу підприємств, С.В. Корягіна не ототожнює поняття життєвого циклу підприємства з поняттям загальної тривалості життя підприємства, а розглядає життєвий цикл підприємства як сукупність стадій, що створюють закінчене коло розвитку протягом певного проміжку еволюції підприємства, після якого його цінності і напрями діяльності можуть принципово змінюватися. Таким чином, загальна тривалість життя підприємства, на думку С.В. Корягіної, може включати декілька життєвих циклів підприємства [4, с. 6].

У різних джерелах дослідники розрізняють від чотирьох до десяти стадій життєвого циклу організації. Досить поширеним у літературі є поділ життєвого циклу підприємства на чотири стадії. Такого підходу дотримуються, зокрема, О.Є. Кузьмін і О.Г. Мельник, які виділяють стадії *зародження, зростання, "піку діяльності"* та *спаду* підприємства.

Цікавим є підхід Б. Коласса, який пропонує поділ життєвого циклу підприємства на стадії, що характеризуються зміною розмірів прибутку підприємства та його обороту. Першою стадією життєвого циклу, за Б. Колассом, є *дитинство*, під час якого підприємство несе збитки, а темпи росту обороту поки що досить низькі. На другій стадії – *юності*, у підприємства з'являються перші прибутки, оборот зростає швидкими темпами. Третя стадія – *зрілість* характеризується максимальним розміром прибутків, водночас, темпи росту обороту дещо сповільнюються. На четвертій стадії – *старості* у підприємства знижуються як прибутки, так і його оборот.

Значну популярність серед дослідників здобула теорія життєвого циклу організацій, розроблена І. Адізесом. До моделі І. Адізеса, входять десять стадій життєвого циклу організації: *виходжування, "стадія немовляти", стадія швидкого росту, юність, розквіт, стабільність, аристократизм, рання бюрократизація, бюрократизація та смерть* [7, с. 171].

Таблиця 1. Назви етапів, фаз, циклів життєдіяльності підприємства у літературних джерелах.

№ з/п	Автор	Терміни, що вживаються.
1	І.О. Бланк	Народження, дитинство, юність, рання зрілість, кінцева зрілість та старіння.
2	С.Ф. Покропивний, В.М. Колот	Народження (тривалість до 1 року), дитинство (до 2 років), юність (3-5 років), рання зрілість (6-10 років), остаточно зрілість (11-20 років), старіння (21-25 років).
3	В.В. Григор'єв	Зародження, ріст, стабільність, занепад.
4	Б.З. Мільнер	Народження, дитинство, юність, рання зрілість, розквіт, повна зрілість, старіння, оновлення.
5	І. Адізес	Зародження, дитинство, зрілість, розквіт, стабільність, аристократія, рання бюрократія,

№ з/п	Автор	Терміни, що вживаються.
		бюрократія, смерть.
6	Є.М. Коротков	Експлерент, пацієнт, віолент, комутант, латалент.
7	З.Є. Шершньова, С.В. Оборська	Зародження, виникнення, становлення, зростання, рання зрілість, застарівання, припинення діяльності.
8	Ф.Ф. Мазаракі, Л.О. Лігоненко	Народження, дитинство, юність, рання зрілість, зрілість, старіння, відродження.
9	В.О. Василенко	Поріг нечутливості, становлення, розвиток, зрілість, насичення, спад, крах, ліквідація.
10	Ж. Ліппіт	Народження, юність, зрілість.

Життєвий цикл підприємства, безперечно, тісно пов'язаний із життєвим циклом товару – часовим інтервалом ринкового життя товару, що складається із декількох послідовних етапів, кожний із яких характеризується істотними відмінностями у обсягах збуту товару та прибутку який він приносить підприємству. Згідно із концепцією життєвого циклу товару, кожен товар проходить через етапи *розроблення, впровадження на ринок, зростання, зрілості та спаду*. Якщо ж підприємство є однопродуктним, тобто випускає лише один товар, то, одночасно, можна констатувати повну ідентичність життєвих циклів даного підприємства та цього товару. Однак, в умовах конкурентного середовища та швидких темпів розвитку науково-технічного прогресу, тривалість життєвого циклу будь-якого товару є досить обмеженою. Тому, для зменшення залежності життєвого циклу підприємства від життєвого циклу товарів, що випускаються ним, а також мінімізації пов'язаних з цим ризиків, доцільно здійснювати диверсифікацію продуктового портфеля підприємства, поєднуючи виробництво товарів, що знаходяться на різних стадіях життєвого циклу, постійно оновлюючи і розширюючи товарну номенклатуру [7, с. 172].

Життєвий цикл промислового підприємства, побудований з орієнтацією на обраний показник, можна представити на рис.1.

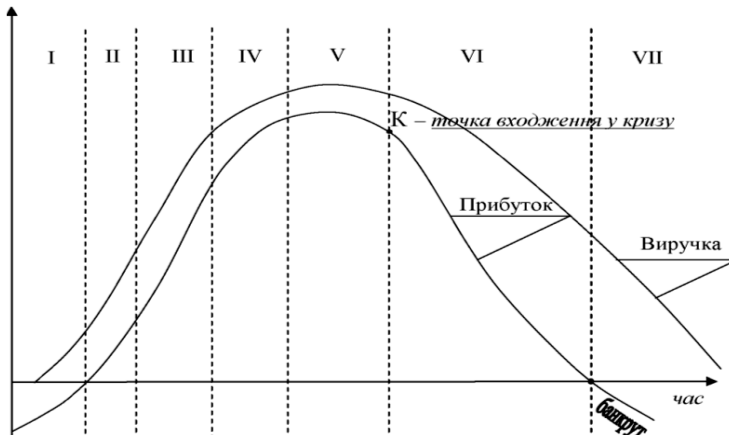


Рис. 1. Життєвий цикл промислового підприємства.

I – фаза створення підприємства – характеризується значними витратами всіх ресурсів системи, а результати діяльності поки що не приносять прибутку. Значні фінансові кошти спрямовані на створення та реєстрацію підприємства, придбання адміністративного та виробничих будівель, закупівлю сировини та матеріалів, наймання робочої сили. Головна характеристика цього етапу - безприбуткова, збиткова робота підприємства [3].

II – фаза становлення – характеризується переходом до беззбиткової діяльності, поступово розмір прибутку починає збільшуватися. Становлення – закріплення свого становища на ринку і в діловому співтоваристві. Основна задача – зміцнення конкурентоспроможності організації. Це високо ризикова внутрішня стадія, адже саме в цей період часто відбувається бурливе і погано контрольоване зростання організації. На цій стадії велика кількість підприємств зазнають краху через недосвідченість і некомпетентність керівників [10, с. 99].

III, IV – етапи прискореного та уповільненого зростання. Як правило, на цих етапах менеджмент нарощує виробничий потенціал підприємства, збільшує обсяг виробництва, і, як наслідок, обсяг реалізації. На III етапі підприємство має значний резерв і потенціал зростання; звідси – підприємство розвивається достатньо швидкими темпами, і як наслідок, зростає прибуток. На IV етапі показник прибутку зростає, уповільнюється лише темп його росту. Уповільнення зумовлюється лише обмеженням матеріальних ресурсів, оскільки значне зростання обсягів виробництва призводить до постійного зростання потреби в обігових коштах.

Можливості підприємства підходять до своєї межі, темпи розвитку та збільшення обсягу виробництва уповільнюються, темпи зростання прибутку знижуються й підприємство підходить до піку своєї життєдіяльності, до етапу зрілості (стійкості).

V – фаза зрілості – підприємство досягає вершини успіху, піку доходів. Як правило, зріла організація має великий бюджет, системи управління і контролю, правила, права, штат інженерів, бухгалтерів, фінансистів, вузьку спеціалізацію. Рішення приймаються централізовано [10, с. 100]. В цілому фаза зрілості

характеризується стабільністю доходів, припиненням розширення виробництва, максимуму досягаються обсяги виробництва та реалізації, доходи підприємства. Головна задача на цьому етапі – максимально продовжити стадію стійкості. Слідом за зрілістю настає старіння та етап спаду. Початком старіння є фаза, яка відображає стабілізаційне положення на ринку, але вже зі скороченими обсягами продажу, які підприємство підтримує шляхом підвищення цін на продукцію при зниженні актуальності останньої [3].

VI – фаза спаду - характеризується різким зниження прибутку, падіння обсягів продажів, практично всі фінансові показники погіршуються, порушується структура балансу, що в подальшому може призвести до банкрутства та ліквідації підприємства. Головним чином, спад настає через агресивну політику конкурентів, а також старіння матеріальних, кадрових, інформаційних, організаційних ресурсів.

На типовій кривій життєвого циклу підприємства криза настає по закінченню фази стійкості. Позначимо точкою К точку входження у кризу. Проте така точка може «з'явитися» на кожній стадії розвитку підприємства та призвести до його банкрутства.

Найменшу кількість – три стадії життєвого циклу організації – виділено Ж. Ліппітом. Це стадія народження, що характеризується прагненням створити нову організацію і вижити; стадія юності, метою якої є досягнення стабільності і створення репутації та стадія зрілості, що характеризується бажанням досягти індивідуальності, унікальності, гнучкості, внести вклад суспільству.

Чинниками формування життєвого циклу підприємства є чинники макро - та мікросистем середовища функціонування підприємства [4, с. 7]. Існують різні підходи до опису та аналізу чинників макро- та мікросередовища, що впливають на життєвий цикл підприємства. Зокрема, Н.В. Родіонова, описуючи чинники, що обумовлюють циклічність розвитку підприємств, поділяє їх на внутрішні та зовнішні. До внутрішніх чинників належать, філософія підприємства, чинники, що впливають на виробництво та чинники, що впливають на обіг, а до зовнішніх – соціальні, науково-технічні, економічні, природно-кліматичні та правові чинники [9, с. 40]. Варто також видокремити підхід Г.П. Іванова, С.Г. Беляєва та В.І. Кошкіна, які у [6, с. 24-28] аналізують основні чинники виникнення кризових ситуацій та банкрутства підприємств. На їхню думку, до таких чинників макросередовища належать демографічні чинники, стан культури та рівень доходів населення, розвиток науки та техніки, фінансовий стан підприємств-боржників, рівень інфляції у державі, а також політична стабільність. Чинники мікросередовища, які впливають на виникнення кризових ситуацій та банкрутство підприємств, Г.П. Іванов, С.Г. Беляєв та В.І. Кошкін, як і багато інших дослідників, поділяють на дві категорії – внутрішні та зовнішні. Внутрішніми чинниками мікросередовища є, зокрема, стратегія, мета та принципи підприємства, управлінський та виробничий потенціал, організація маркетингу та збуту, рівень витрат підприємства. До зовнішніх чинників мікросередовища належать, серед інших, конкурентоспроможність товару, а також взаємовідносини із споживачами, постачальниками та кредиторами. Слід відзначити, що вплив окремих чинників може істотно відрізнятись між собою, залежно від того, на якій стадії життєвого циклу перебуває на цей момент підприємство [6, с. 195].

Успіх діяльності підприємства залежить від ступеня погодженості різних стадій основних життєвих циклів. Ситуація на ринку міняється на кожній стадії життєвого циклу та вимагає відповідної зміни стратегії і тактики поведінки підприємства на ринку.

Для кожного підприємства стратегія є індивідуальною, оскільки при її розробці необхідно враховувати розвиток ринкової кон'юнктури конкретних товарів, спеціалізацію і можливості участі в конкурентній боротьбі, а також життєві цикли розвитку підприємства.

Висновки. Таким чином, можна констатувати наявність ряду концептуальних відмінностей у підходах різних авторів. Зокрема, частина дослідників ототожнюють поняття життєвого циклу підприємства з поняттям загальної тривалості життя підприємства, тоді як інша частина стверджує, що загальна тривалість життя підприємства може охоплювати декілька життєвих циклів. Обґрунтованим, на нашу думку, є другий підхід, адже, якщо на завершальному етапі стадії зрілості підприємство зможе ефективно здійснити реорганізацію, відкоригувати стратегічні цілі, модернізувати структуру управління, а також запропонувати споживачам інноваційну продукцію, розширивши, таким чином, свою ринкову нішу та істотно підвищивши конкурентоспроможність, то, по завершенню стадії зрілості наступить не занепад підприємства, а його "друге народження" – підприємство знову вступить у стадію росту [7, с. 174].

Чітке визначення фази циклу, на якій зараз перебуває підприємство дає масу корисної інформації з точки зору забезпечення його стабільної та ефективної діяльності. Знання фази життєвого циклу може надати підприємству інформацію про його типові ризики та методи боротьби з ними.

Джерела та література:

1. Домбровський В. С. Фаза життєвого циклу підприємства як важливе джерело інформації при попередженні криз : [Електронний ресурс] / В. С. Домбровський // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. – 2009. – № 26. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/pprbsu/texts/2009_26/26.1.07.pdf
2. Коваленко О. В. Концепція життєвого циклу підприємства та кризові фактори : [Електронний ресурс] / О. В. Коваленко // Бізнес-навігатор. – 2010. – № 1. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/Portal/Soc_Gum/Biznes/2010_1/2010/01/100104.pdf
3. Корягіна С. В. Економічна оцінка та планування життєвого циклу розвитку підприємства / С. В. Корягіна. – Львів : Вид-во НУ «Львівська Політехніка», 2004. – С. 21.
4. Коласс Б. Управление финансовой деятельностью предприятия. Проблемы, концепции и методы / Б. Коласс; под ред. проф. Я. В. Соколова; [пер. с франц.]. – М. : Финансы, ЮНИТИ, 1997. – С. 576.

5. Лукашова С. В. Життєвий цикл фірми: фактори і напрями впливу / С. В. Лукашова // Вісник НУ «Львівська політехніка». Логістика. – Львів : Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2001. – № 416. – С. 191-196.
6. Поплавська Ж. В. Сутність життєвого циклу підприємства та фактори, що впливають на його формування / Ж. В. Поплавська // Науковий вісник НЛТУ України. – 2008. – № 18.8. – С. 169-174.
7. Портер М. Стратегія конкуренції / М. Портер; [пер. з англ.]. – К. : Основи, 1998. – С. 390.
8. Чайковська В. П. Життєвий цикл організації та його роль розвитку підприємства / В. П. Чайковська // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 7. – С. 99.

Павлов Р.А.

УДК 336:74

НЕСОГЛАСОВАННОСТЬ ДОКТРИНЫ ТАРГЕТИРОВАНИЯ ИНФЛЯЦИИ КАК РЕЖИМА ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ С ТРАНСФОРМАЦИЯМИ ФИНАНСОВОЙ СФЕРЫ

Постановка проблемы. Финансовый кризис ставит под сомнение многие устоявшиеся понятия и представления. Денежно-кредитная политика не является исключением. По мнению главного экономиста Международного валютного фонда *O.J. Blanchard* (Оливье Жан Бланшар) и управляющего Банка Франции (1987-1993) *J. de Larosière* (Жак де Ларозьер де Шампфе), монетаристская доктрина, которая преобладала в течение последних тридцати лет должна быть серьезно переосмыслена и перестроена [3, 6].

Является очевидным то, что центральные банки не отреагировали на бум кредитования, который способствовал зарождению и развитию кризиса. Еще задолго до кризиса было видно, что они пострадают от финансовой глобализации, будучи не в состоянии установить необходимое взаимодействие между собой для удержания ситуации под контролем. Тринадцатый председатель Федеральной резервной системы США (1987-2006) *Alan Greenspan* (Алан Гринспен) высказал в мае 2004 года свое мнение, суть которого заключается в нечувствительности доходности облигаций США к росту доходности по *fed funds* (федеральные фонды) [8]. Что касается перенасыщения наличности до кризиса, то всякий, кто изучал мировую денежную базу, мог наблюдать ее тесную связь с накоплением валютных резервов.

Анализ последних исследований и публикаций. В современной науке накоплен большой опыт в изучении проблематики таргетирования инфляции. Этим вопросам посвящены исследования таких зарубежных ученых, как Т. Adrian, G. Dell’Ariccia, B. Bernanke, O.J. Blanchard, C. Borio, M. Friedman, C. Furfine, C. Goodhart, A. Greenspan, J. de Larosière, P. Lowe, P. Mauro, F. Mishkin и других.

Значительный вклад в изучение режимов денежно-кредитной политики внесли украинские ученые: А. Гальчинский, А. Грищенко, С. Корниенко, Т. Кричевська, О. Петрик, В. Стельмах, В. Шевчук и другие исследователи.

Целью исследования является выявление причин несогласованности доктрины таргетирования инфляции с современными трансформациями финансовой сферы. Кроме того, необходимо пересмотреть принципы и определить средства денежно-кредитной политики в отношении финансового регулирования с целью достижения финансовой стабильности и стабильность цен.

Основные результаты исследования. Ученые придерживаются полярно противоположных взглядов о природе денег. По мнению одних, деньги являются внешней компонентой для сферы производства, потому что они не оказывают длительного эффекта на цены товаров. Предложение денег является экзогенным. Любые цели, связанные с денежно-кредитной политикой, могут достигаться независимо от других направлений социального развития. Поэтому закономерно, что центральный банк не зависит от других государственных учреждений. В качестве критерия единства и целостности такого общественного блага как деньги, центральный банк выбирает норму инфляции, а инструментом является учетная ставка процента, с помощью которой происходит воздействие на резервы банков, расширяются или сокращаются их возможности в кредитовании. «Один инструмент – одна цель» - лозунг, который резюмирует доктрину экзогенных денег.

Согласно мнению других ученых, деньги являются аналогом кредита и имеют важное значение для производства. Предложение денег является эндогенным. Деньги неразрывно связаны с финансами. Следовательно, рыночная экономика представляет собой взаимосвязанную сеть долгов: от торговли обещаниями будущих благ до обмена настоящих благ. В рыночной экономике возможность управлять созданием денег позволяет быть двигателем экономического развития. Такая возможность имеется у частных агентов, в первую очередь, банков в постоянно усложняющихся процессах, характеризующих развитие финансовых рынков. Власть управления созданием денег делает из банков особых субъектов финансовых отношений, так как их обязательства являются ликвидными. Однако данная власть не может быть безграничной по причине ограниченной ликвидности. Это условие отражается на балансах банков в соотношениях между их активами и пассивами. В активе: банки выдают кредиты, так как предприятия стремятся максимизировать прибыль. В пассиве: каждый банк является частью денежной системы и должен обеспечивать эквивалентность денег, которые созданы в деньгах центрального банка. Из этого следует, что банки принимают на себя риски, которые они не могут взять на себя индивидуально в том же объеме как другие предприятия. В концепции эндогенных денег, центральный банк является ответственным за поддержание ликвидности банковской системы с неперенным условием обеспечения финансовой