



УДК 336.75

АЛЬТЕРНАТИВНІ ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Студ. Д.О. Козак, гр. БФ-18

Науковий керівник д.е.н., проф. Н.П. Борецька
Київський національний університет технологій та дизайну

Мета і завдання. Метою даного дослідження є виявлення ефективних методів ведення підприємницької діяльності в умовах сучасного ринку попиту та пропозицій.

Завдання – розгляд альтернативної можливості прогресивного розвитку підприємства в умовах мережевого маркетингу та його автоматизація.

Об'єкт і предмет дослідження. Об'єктом дослідження виступає підприємницька діяльність. Предмет – альтернативні шляхи розвитку підприємницької діяльності в сучасних умовах.

Результати дослідження. В сучасних ринкових умовах основою виживання і стабільного становища підприємства на перший план виходить його здатність до диверсифікації [1]. Підприємець майбутнього має виробити глобальну стратегію організації своєї діяльності, що дасть змогу здійснювати ведення ефективної моделі господарської одиниці в різних країнах на будь-якій стадії суб'єкта господарської діяльності. Суб'єкт господарської діяльності буде мати можливість відкрити для себе нову можливість донесення інформації, експорту, збуту власної продукції, послуг прямим чином до споживача шляхом співробітництва з великими торговельними площадками [2].

Враховуючи тенденцію динамічного розвитку навколишнього середовища, підприємницька діяльність має нагадувати певний механізм, що адаптується відповідно до характеру та настрою суспільства загалом. Це робить необхідним розгляд альтернатив розвитку підприємництва. У загальному сенсі альтернативи являють собою засоби, за допомогою яких можна досягти поставленої мети, вирішити проблему або реалізувати можливість. Так у більшості видів бізнесу є різні альтернативні способи для виходу на новий географічний ринок або для пропозиції нового продукту на ринку, або для випередження суперника, що намагається переманити до себе їх споживачів.

Поняття альтернативності широко використовується не тільки в стратегічному менеджменті, але і в управлінні взагалі і означає багатоваріантність. Багатоваріантних джерела всіх ресурсів, види продукції, що випускається, ринки і методи їх освоєння, цілі підприємства і стратегії їх досягнення [3]. Стратегії підприємства багато в чому унікальні, не існує універсальних рішень стратегічних завдань, придатних для всіх випадків, внаслідок чого можливі варіанти дій також не задані, і оскільки формування портфеля альтернативних стратегій є процесом творчим, цілком залежним від рівня знань і досвіду керівників, їх цінностей і пріоритетів, корпоративної культури.

Можливість співробітництва фізичних та юридичних осіб за інтеграційною схемою управління надає можливість адаптувати та автоматизувати власну діяльність відповідно до змін як на глобальному, так і на локальному рівні, відповідно. Саме адаптивність стане найважливішою частиною підприємницького суб'єкта господарювання та буде забезпечувати можливість підняття рівня пізнаваності торговельної марки. Повністю та беззаперечно підприємці будуть залежати від використання інформаційних технологій в інтересах підвищення ефективності операцій і досягнення стійких конкурентних переваг на ринку. Інформаційні та комунікаційні системи істотно впливатимуть на діяльність і результат роботи суб'єкта господарської діяльності.

Підприємство майбутнього швидше нагадуватиме собою горизонтальну корпорацію. Пірамідальні структури перетворяться на плоскі: підприємство буде спрощеним, менш ієрархічним. Основною складовою підприємства стануть автономні команди, розташовані віддалено, проте закріплені за визначеною гілкою надання послуг, на відміну від сьогодення, коли суб'єкти господарювання зазвичай прив'язані територіально. Головною перевагою



такого ведення бізнесу є більше охоплення аудиторії та збільшений інтерес, що, насамперед, прямує до більш швидкого і повного задоволення потреб, як клієнтів так і власників. Підприємство не зможе функціонувати як «закрита» організація, зацікавлена лише в досягненні своїх внутрішніх цілей, бо саме така модель ведення бізнесу є регресивною, неприбутковою. А також розширення сучасного сталого погляду на підприємство, як самостійний суб'єкт господарювання та провідну ланку економіки, що функціонує у зовнішньому середовищі, з урахуванням сучасних світових тенденцій еволюційного розвитку підприємств та трансформації їх у підприємницькі структури [5].

Розширення коопераційних зв'язків між конкурентами, постачальниками і споживачами, створення мереж компаній і компаній-мереж, спричинюють знищення традиційних меж підприємства на світовому рівні. Компанії кооперуються, аби використовувати специфічні ринкові можливості, які для окремих підприємств є недосяжними за рівнем охоплення аудиторії, занадто дорогими, або просто не існують. Конкуренція, що базується на часі – вирішальна в прискоренні розвитку й організації виробництва.

Дослідження показують, що на загальні результати діяльності підприємства значний вплив має затримка виходу нового продукту на ринок [4]. Затримка з виходом на ринок на шість місяців може призвести до втрати значної частини загального обсягу одержуваного «за період життя» продукту чистого прибутку. Вплив прискорення процесу розробки нової продукції та її виходу на ринок для підприємства майбутнього набуває особливого значення, оскільки для більшості продуктів чи послуг їхній життєвий цикл стає все коротшим.

Ринкова орієнтація і задоволення потреб споживача і надалі залишатимуться ключовими чинниками ведення бізнесу. Все більша кількість фірм засновуватиме свої системи заохочень і компенсацій, виходячи з рівня задоволення потреб споживача. Зазначені характеристики взаємозв'язані і за відповідної інтеграції можуть збільшити ефективність підприємства. Можливості досягнення успіху сучасних підприємств значною мірою залежать від зовнішніх умов. Це інтенсивна і глобальна конкуренція, швидкий технологічний розвиток, демографічні чинники тощо. Щоб досягти успіху, компанії повинні точно і оперативно враховувати ці зміни у програмах свого розвитку для того, щоб створити гнучку і мобільну організацію.

Висновки. Отже, відбувається перехід до нової моделі управління, в основу якої покладено інтеграційні процеси в компаніях, їх об'єднання за допомогою глобальних інформаційних систем з творенням стратегічних альянсів та інших союзів найрізноманітніших типів. Глобалізація бізнесу, формування стратегічних альянсів, мереж із компаній, використання інформаційних технологій – це ті чинники, які сприяють створенню «найкращої в усіх розуміннях» організації, в якій будь-яка функція і процес реалізуються на світовому рівні, чого неможливо досягнути в окремо взятому підприємстві.

Ключові слова. Підприємство, мережевий маркетинг, господарська одиниця, бізнес.

ЛІТЕРАТУРА

1. Законодавство України. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. [Електронний ресурс]. Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/term/20881>.
2. Законодавство України Офіційний веб-портал Верховної Ради України. [Електронний ресурс] Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/term/5442:55557>.
3. Малік М.І. Розвиток підприємництва в аграрному секторі економіки / М.І. Малік, О.Г. Шпикуляк // Економіка АПК. – 2006. – №4. – С. 3-10.
4. Національна платформа малого та середнього бізнесу в Україні Аналітика. [Електронний ресурс] . Режим доступу : <http://platforma-msb.org/>.
5. Шацька З.Я. Сутність дефініції поняття «підприємницька структура» та підходи до її трактування // З.Я. Шацька. – Вісник КНУТД. Серія «Економічні науки». – № 6 (129). – 2018. – 13 с.