

ЛІТЕРАТУРА

1. **Леготина Ю. В.** Проблемы финансовой логистики / Ю. В. Леготина, А. Г. Бутрин // Логистика: современные тенденции развития. – 2008. – С. 140 – 143.
2. **Есенькин Б. С.** Логістика в книжковій справі : підручник / Б. С. Есенькин, М. Д. Крилова. – М. : Изд-У МГУП, 2002. – 335 с.
3. **Тимошенко О. А.** Базовые принципы логистики финансов / О. А. Тимошенко // Логистика: современные тенденции развития. – 2008. – С. 243 – 244.
4. **Молчанова Л. Н.** Затраты предприятия как категория финансовой логистики / Л. Н. Молчанова, М. М. Хайкин // Логистика: современные тенденции развития. – 2008. – С. 178 – 179.
5. **Концева В. В.** Фінансові потоки в логістичних системах / В. В. Концева, С. С. Костенко // Вісник Національного транспортного університету. – 2009. – № 19. – С. 56 – 58.
6. **Бауерсокс Донналд Дж.** Логистика: интегрированная цепь поставок / Донналд Дж. Бауерсокс. – 2-е изд. / [Пер. с англ. Н. Н. Барышниковой, Б. С. Пинскера]. — М. : ЗАО «Олимп-бизнес», 2008. – 640 с.
7. **Бланк І. А.** Фінансова стратегія підприємства / І. А. Бланк. – К. : Ніка-Центр, 2006. – 516 с.
8. Офіційний сайт Європейської логістичної асоціації (European Logistics Association – ELA) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.fgul.wi.tu-darmstadt.de/praxis_fgul/weiterbildung/verbaende.de.jsp

PREFERENCES

- Blank, I. A. *Finansova stratehiia pidpriemstva* [The financial strategy of the company]. Kyiv: Nika-Tsentr, 2006.
- Donnald, Dzh. *BauersokslLogistika: integrovannaia tsep postavok* [Logistics: the integrated supply chain]. Moscow: Olimp-biznes, 2008.
- Esenkyn, B. S., and Krylova, M. D. *Lohistyka v knyzhkovii spravi* [Logistics in the book]. Moscow: Yzd. MHUP, 2002.
- Kontseva, V. V., and Kostenko, S. S. "Finansovi potoky v lohistychnykh systemakh" [Financial and Logistical Systems]. *Visnyk Natsionalnoho transportnoho universytetu*, no. 19 (2009): 56-58.
- Legotina, Yu. V., and Butrin, A. G. "Problemy finansovoy logistiki" [Financial problems of logistics]. *Logistika: sovremennye tendentsii razvitiia* (2008): 140-143.
- Molchanova, L. N., and Khaykin, M. M. "Zatraty predpriatiia kak kategoriia finansovoy logistiki" [Expenses of the enterprise as a category of financial logistics]. *Logistika: sovremennye tendentsii razvitiia* (2008): 178-179.
- Ofitsiinyi sait levropeiskoi lohistychnoi asotsiatsii. http://www.fgul.wi.tu-darmstadt.de/praxis_fgul/weiterbildung/verbaende.de.jsp.
- Timoshenko, O. A. "Bazovye printsipy logistiki finansov" [The basic principles of logistics finance]. *Logistika: sovremennye tendentsii razvitiia* (2008): 243-244.

УДК 658.005.5

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ: ПРОБЛЕМЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ

ЛИТВИНОВА В. А.

УДК 658.005.5

Литвинова В. А. Повышение конкурентоспособности продукции: проблемы определения эффективности

В статье проведен критический анализ существующих подходов к оценке эффективности повышения конкурентоспособности продукции как экономического процесса, на основании которого выявлена недостаточная проработка данного направления развития теории конкурентоспособности продукции. Обоснована необходимость более детальной проработки вопросов, связанных с определением эффективности повышения конкурентоспособности продукции. Предложено для определения эффективности процесса повышения конкурентоспособности продукции использовать метод сравнительной эффективности, основанный на определении разработанного автором критериального показателя.

Ключевые слова: эффективность, конкурентоспособность продукции, оценка эффективности повышения конкурентоспособности продукции
Формула: 1. **Библ.:** 9.

Литвинова Виктория Александровна — кандидат экономических наук, преподаватель кафедры экономики предприятия, Одесский национальный экономический университет (ул. Преображенская, 8, Одесса, 65082, Украина)
E-mail: litvinova_1977@ukr.net

УДК 658.005.5

Литвинова В. О. Підвищення конкурентоспроможності продукції: проблеми визначення ефективності

У статті проведено критичний аналіз існуючих підходів щодо оцінки ефективності підвищення конкурентоспроможності продукції як економічного процесу, на підставі якого виявлено недостатнє опрацювання даного напрямку розвитку теорії конкурентоспроможності продукції. Обґрунтовано необхідність більш детального опрацювання питань, пов'язаних з визначенням ефективності підвищення конкурентоспроможності продукції. Запропоновано для визначення ефективності процесу підвищення конкурентоспроможності продукції використовувати метод порівняльної ефективності, заснований на визначенні розробленого автором критериального показника.

Ключові слова: ефективність, конкурентоспроможність продукції, оцінка ефективності підвищення конкурентоспроможності продукції.
Формула: 1. **Бібл.:** 9.

Литвинова Вікторія Олександрівна – кандидат економічних наук, викладач кафедри економіки підприємства, Одеський національний економічний університет (вул. Преображенська, 8, Одеса, 65082, Україна)
E-mail: litvinova_1977@ukr.net

UDC 658.005.5

Litvinova V. A. Increase of Product Competitiveness: Problems of Definition of Effectiveness

The article conducts a critical analysis of existing approaches to assessment of effectiveness of increase of product competitiveness as an economic process, on the basis of which an insufficient developmental work in this direction of development of the theory of product competitiveness is revealed. It justifies a necessity of a more thorough development of issues connected with definition of effectiveness of increase of product competitiveness. It offers to use the method of comparative effectiveness, based on definition of the criteria indicator developed by the author, for defining effectiveness of the process of increase of product competitiveness.

Key words: effectiveness, product competitiveness, assessment of effectiveness of increase of product competitiveness.
Formulae: 1. **Bibl.:** 9.

Litvinova Viktoriya A. – Candidate of Sciences (Economics), Lecturer of the Department of Business Economics, Odessa National Economic University (vul. Preobrazhenska, 8, Odessa, 65082, Ukraine)
E-mail: litvinova_1977@ukr.net

В настоящее время вопросам повышения конкурентоспособности продукции посвящено множество как чисто теоретических работ, так и работ, носящих практическую направленность. Однако за пределами внимания многочисленных исследователей категории остается один немаловажный, на наш взгляд, аспект, а именно: оценка эффективности повышения конкурентоспособности продукции. Определение эффективности повышения конкурентоспособности продукции не только решает вопрос о целесообразности разработанных направлений повышения, но и позволяет ставить вопрос о возможном наличии других, альтернативных и может быть более целесообразных, путей достижения поставленной цели.

Целью работы является анализ современных подходов к оценке эффективности повышения конкурентоспособности продукции и определение основных тенденций развития научной мысли.

Эффективность является одной из ключевых категорий как экономической науки, так и хозяйственной практики. Вопросы эффективности затрагивают все сферы деятельности и интересов человека. Существует эффективность производства, труда, финансовой и инвестиционной деятельности, эффективность воспитания, лечения, образования, управления (причем не обязательно экономического). В общем эффективностью обладает любой процесс, ориентированный на достижение какой-либо цели (не являющийся самоцелью).

Повышение конкурентоспособности продукции как процесс может и должен быть рассмотрен с позиции эффективности. Но прежде, чем сформулировать свою точку зрения на этот вопрос, рассмотрим, как решались проблемы эффективности повышения конкурентоспособности продукции в современной отечественной науке.

Проведенный анализ работ, посвященных проблемам конкурентоспособности продукции, позволил нам выделить несколько подходов к вышеобозначенной проблеме.

Первый подход собрал в себе группу авторов, которые полагают, что каким бы ни было повышение конкурентоспособности продукции, оно уже само по себе является положительным результатом и не требует никаких дополнительных обоснований. На первое место в этих работах выносятся методология оценки конкурентоспособности продукции – как источник определения резервов возможного ее повышения. Причем, последние носят общий рекомендательный характер.

Так, в работе Конинского Н. П. в основу определений конкурентоспособности продукции положена маркетинговая составляющая, на основании которой и определяется интегральный показатель конкурентоспособности [1, с. 7]. По результатам расчетов автором дается перечень рекомендаций по повышению конкурентоспособности продукции овощеводства, а именно: создание льготных условий налогообложения и кредитования; страхование деятельности; снижение производственных затрат; ужесточение и углубление требований стандартизации и сертификации; улучшение организации и мотивации труда и, наконец, обеспечение

своевременного воспроизводства основных фондов в виде машинно-тракторного парка [1, с. 11 – 12].

К этой же группе можно отнести работу Савчук-Полищук Т. О., в которой на основе анализа конкурентоспособности продукции вагоностроения автором даны следующие рекомендации: разработать комплексную программу повышения конкурентоспособности; расширить рынки сбыта за счет рынков Азии и Восточной Европы, в связи с чем рекомендуется получить поддержку государства в вопросах кредитования, налогообложения, получения дотаций и субсидий; страхование деятельности; углубление отраслевой кооперации и создание Комиссии по вопросам конкурентоспособности при Президенте Украины [2, с. 19].

На наш взгляд, данные работы носят скорее общерекомендательный характер в вопросе повышения конкурентоспособности продукции. Более того, приведенные рекомендации носят универсальный характер и могут быть применимы фактически к любой группе украинских предприятий, независимо от реального уровня их конкурентоспособности.

В следующую группу подходов мы отнесли работы, в которых присутствуют конкретные мероприятия, за счет которых возможно повышение конкурентоспособности продукции исследуемой отрасли.

К этой группе можно отнести работу Кулешовой Г. Н., в которой предлагается оценивать конкурентоспособность продукции на основании индексов прибыли и рентабельности, а именно: их квадратичной суммы, на основании которой проводится ранжирование предприятия по уровню конкурентоспособности продукции [3, с. 10]. Результатом работы является смешанный список рекомендаций и конкретных мероприятий по повышению конкурентоспособности продукции виноградно-винодельческого комплекса. А именно:

- ✦ усовершенствовать специализацию предприятий;
- ✦ усовершенствовать сортимент винограда и его структуру;
- ✦ пересмотреть систему ценообразования с учетом сахаристости и введения учета затрат по сортам винограда при помощи предложенного программного обеспечения;
- ✦ организовать специализированный маркетинговый центр для обеспечения выгодных условий реализации продукции и закупки ресурсов;
- ✦ государственная поддержка подотрасли [3, с. 16 – 17].

В предложенном списке присутствуют два конкретизированных мероприятия, по одному из которых (организация работы специализированного маркетингового центра) автор, в качестве обоснования целесообразности предложенного мероприятия, рассчитывает экономическую эффективность в виде определения объема дополнительной прибыли, приходящейся на 1 гривню маркетинговых (дополнительных) затрат [3, с. 13]. При этом остается невыясненным тот уровень конкурентоспособности, который может быть достигнут в результате реализации мероприятия.

В работе Бондаренко С. М. выделены направления повышения конкурентоспособности продукции легкой промышленности, в разрезе которых предложены конкретные мероприятия:

- ✦ совершенствование системы управления посредством внедрения рейтинговой оценки работы отдельных подразделений;
- ✦ совершенствование ассортиментной политики в разрезе оценки конкурентоспособности существующих моделей (на основании матрицы «конкурентоспособность-рентабельность») и своевременного ввода в производство новых моделей (на основании сетевого планирования);
- ✦ балансировка объемов производства посредством определения спроса на продукцию, части рынка и конкурентоспособности продукции и уровня конкуренции (зависимость представлена в виде логистической кривой).

Предложенные мероприятия не имеют обоснования ни с позиции затрат на их реализацию, ни с позиции достигнутого результата – возможного роста конкурентоспособности продукции. Более того, в работе мы не нашли обоснования какой либо зависимости между предложенными направлениями повышения и общим уровнем конкурентоспособности продукции [4, с. 14 – 17].

Следующие подходы мы отнесли к группе так называемой «опосредованной эффективности». Их объединяет то, что само понятие «конкурентоспособность продукции» рассматривается как некий показатель эффективности. Данный подход основывается на методике расчета конкурентоспособности, предложенной доктором экономических наук, профессором Московской государственной академии приборостроения и информатики Гребневым Е. Т.

Ярким представителем группы является работа Лисовской А. С., в которой предложен авторский метод определения комплексного показателя уровня конкурентоспособности продукции, построенный на отношении показателя уровня полезности продукции к показателю уровня ее стоимости. Причем полезность продукции является комплексным показателем, обобщающим в себе качество, уровень сервисного обслуживания и маркетингового продвижения [5, с. 10].

Исходя из специфики расчета показателя, рекомендации по повышению конкурентоспособности продукции затрагивают вопросы повышения уровня полезности продукции через улучшение ее качественных характеристик и регулирования затрат на их обеспечение.

Более сложный подход к определению конкурентоспособности продукции на основании методики Гребнева Е. Т. продемонстрирован в работе Тарасенко И. А. [6]. Здесь дробь «результат – затраты» представлена в виде соотношения соответствующих индексов, причем индекс «результатов» выражается через скорректированную на некое нормативное значение сумму качественной и маркетинговой составляющей.

В работе обосновано не только влияние качественной составляющей на конкурентоспособность кожевенного производства, но и проанализировано влияние

качества сырья на качество готового продукта. Именно в повышении качества сырья автор видит основной резерв повышения конкурентоспособности продукции.

В работе [7], наоборот, основным источником повышения конкурентоспособности автор видит снижение затрат. Причем отдельное внимание уделяется именно формированию и учету затрат – как будущему источнику формирования резервов повышения конкурентоспособности продукции [7, с. 13].

Таким образом, в данной группе подходов повышение конкурентоспособности продукции и повышение эффективности ее достижения решаются одним уравнением. С одной стороны, это является несомненным преимуществом и раскрывает конкурентоспособность продукции с позиции эффективности, с другой – проблематичным остается вопрос определения «результативной» части показателя (полезности, качества и т. д.), что оставляет открытым вопрос об объективности оценки самой конкурентоспособности.

В своем стремлении изучить существующие подходы к эффективности повышения конкурентоспособности продукции мы проанализировали ряд работ, посвященных проблемам повышения конкурентоспособности, которые получили признание в течение последних 10 лет. Только в одной из них поднимался вопрос определения эффективности повышения конкурентоспособности продукции как самостоятельного направления повышения эффективности.

В работе Бурук А. Ф. предложена методика определения конкурентоспособности продукции с учетом экологической составляющей, в ходе которой автор предлагает не только методику оценки конкурентоспособности продукции, но и обращает внимание на то, что уровень конкурентоспособности необходимо рассматривать в динамике.

Для этого предлагается рассчитать уровень конкурентоспособности продукции до и после ее экологизации и определить абсолютное и относительное изменение показателя (абсолютный и относительный прирост). Для оценки эффективности экологизации (экологизация в данном случае выступает как конкретное мероприятие по повышению конкурентоспособности) автор предлагает рассчитывать объем прибыли на единицу показателя конкурентоспособности до и после реализации мероприятия. Как мы понимаем, при данном варианте расчета мероприятие будет считаться эффективным в том случае, когда темпы роста прибыли будут опережать темпы роста конкурентоспособности [8, с. 10 – 12].

Слабым местом предложенной методики, на наш взгляд, является метод определения конкурентоспособности продукции, так как он предполагает изолированную оценку уровня (без какого-либо сопоставления с конкурентом или эталоном). И хотя обоснования автора логичны и убедительны, остается сомнение, можно ли определить конкурентоспособность продукции, опустив процесс сопоставления, ведь сама экономическая природа категории заключается именно в сравнении одного товара с другим.

Несмотря на это, несомненным преимуществом методики является определение эффективности повышения конкурентоспособности продукции. На наш взгляд, автор обратил внимание на важный и совершенно логичный вопрос: а будет ли такое повышение конкурентоспособности целесообразным? Кто может гарантировать, что затраты производителей на создание отраслевых ассоциаций и лоббирование интересов в Верховной Раде в конечном счете обеспечат соответствующий уровень конкурентоспособности продукции и адекватный прирост объема прибыли?

Такая постановка вопроса открывает перед учеными новые горизонты исследования понятия «конкурентоспособность продукции», но решение этого вопроса непременно будет связано с конкретизацией проблем повышения конкурентоспособности продукции, что в свою очередь повлечет усовершенствование методического и методологического аппарата ее оценки.

Авторский подход к определению эффективности повышения конкурентоспособности продукции был подробно изложен нами в работе [9, с. 74], в которой не только выявляется необходимость оценки сравнительной эффективности путей повышения конкурентоспособности продукции, но и обосновывается критериальный показатель, на основании которого можно принимать решения о целесообразности того или иного направления повышения конкурентоспособности. В общем виде предложенный показатель имеет вид:

$$Z_p = \frac{Z_{kc}^i}{\Delta \rho_i},$$

где Z_{kc}^i – капитальные затраты на реализацию i -го мероприятия;

$\Delta \rho_i$ – изменение показателя конкурентоспособности, выраженное в процентных пунктах, в результате реализации i -го мероприятия.

Данный показатель характеризует величину удельных капитальных затрат в расчете на 1 процентный пункт изменения показателя конкурентоспособности и получил название инвестиционной стоимости 1 процентного пункта повышения конкурентоспособности продукции. Достоинством данного критериального показателя является возможность использования любого метода интегральной оценки конкурентоспособности продукции, а также инвестиционная направленность показателя, что облегчает процесс принятия решения о направлении повышения конкурентоспособности продукции.

ВЫВОДЫ

Таким образом, анализ современных подходов к определению эффективности повышения конкурентоспособности продукции позволяет сделать следующие заключения:

- ✦ современные украинские исследователи вопросам оценки эффективности повышения конкурентоспособности продукции уделяют недостаточно мало внимания;
- ✦ определение эффективности повышения конкурентоспособности продукции дает возмож-

ность взглянуть на сам процесс повышения конкурентоспособности под принципиально новым углом и открывает новые направления в исследовании категории;

- ✦ оценка эффективности повышения конкурентоспособности продукции должна носить сравнительный характер, который может иметь как вертикальную (сопоставление нового уровня конкурентоспособности с базисным), так и горизонтальную (сопоставление с товарами конкурентами) направленность. ■

ЛИТЕРАТУРА

1. Канінський М. П. Підвищення конкурентоспроможності продукції овочівництва : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.07.02 – економіка сільського господарства і АПК / М. П. Канінський. – К., 2004, – 19 с.

2. Савчук-Поліщук Т. О. Конкурентоспроможність машинобудівної продукції на зовнішніх ринках : автореф. дис. ... канд. екон. наук за спец. 08.05.01 «Світове господарство і міжнародні економічні відносини» / Т. О. Савчук-Поліщук. – Донецьк, 2004. – 24 с.

3. Кулешова Г. М. Підвищення конкурентоспроможності продукції виноградарсько-виноробного комплексу АПК : автореф. дис. ... канд. екон. наук за спец. 08.07.02 / Г. М. Кулешова. – Миколаїв, 2006. – 23 с.

4. Бондаренко С. М. Рейтингове управління конкурентоспроможністю продукції промислових підприємств (на прикладі взуттєвого виробництва) : автореф. дис. ... канд. екон. наук за спец. 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / С. М. Бондаренко. – 2002. – 23 с.

5. Лісовська Л. С. Оцінювання та регулювання конкурентоспроможності продукції : дис. ... канд. екон. наук за спец.: 08.02.03 / Л. С. Лісовська – Львів, 2002. – 157 с.

6. Тарасенко І. О. Організаційно-економічні основи підвищення конкурентоспроможності продукції підприємств шкіряної промисловості : автореф. дис. ... канд. екон. наук за спец. 08.06.01 – економіка підприємства й організація виробництва / І. О. Тарасенко. – К., 2001. – 24 с.

7. Ларка А. В. Конкурентоспроможність машинобудівної продукції в умовах нестабільної ринкової кон'юнктури : автореф. дис. ... канд. екон. наук за спец. 08.07.01 – економіка промисловості / А. В. Ларка. – Харків, 2006. – 21 с.

8. Бурук Г. П. Управління конкурентоспроможністю продукції промислової продукції з урахуванням екологічної складової : автореф. дис. ... канд. екон. наук за спец. 08.00.04 – економіка та управління підприємствами / Г. П. Бурук. – Донецьк, 2011. – 23 с.

9. Литвинова В. А. Механізм обосновання ефективних путей і формування оптимальної програми підвищення конкурентоспособности продукции / Ю. А. Егупов, В. А. Литвинова // Економіст. – 2012. – № 8. – С. 73 – 78.

REFERENCES

Bondarenko, S.M. "Reitynhove upravlinnia konkurentosproможnistiu produktii promyslovykh pidpriemstv (na prykladі vzuttievoho vyrobnytstva)" [Rated management competitiveness of industrial enterprises (for example, footwear manufacturing)]. *Avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk za spets. 08.00.04, 2002.*

Buruk, H. P. "Upravlinnia konkurentospromozhnosti produktsii promyslovoi produktzii z urakhuvanniam ekolohichnoi skladovoi" [Managing competitiveness of industrial products based on the environmental component]. *Avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk za spets. 08.00.04*, 2011.

Ehupov, Yu. A., and Lytvynova, V. A. "Mekhanyzm obosnovaniya effektivnykh putei y formirovaniya optimalnoi prohrammy povysheniya konkurentospobnosti produktzii" [The mechanism study of effective ways and forming the optimal program to improve the competitiveness of products]. *Ekonomist*, no. 8 (2012): 73-78.

Kaninskyi, M. P. "Pidvyshchennia konkurentospromozhnosti produktzii ovochivnytstva" [Enhancing the competitiveness of vegetable]. *Avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk: spets. 08.07.02 – ekonomika silskoho hospodarstva i APK*, 2004.

Kuleshova, H. M. "Pidvyshchennia konkurentospromozhnosti produktzii vynoharadarsko-vynorobnoho kompleksu APK"

[Enhancing the competitiveness of viticulture, winemaking complex APC]. *Avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk za spets. 08.07.02*, 2006.

Larka, A. V. "Konkurentospromozhnist mashynobudivnoi produktzii v umovakh nestabilnoi rynkovoi kon'iunktury" [The competitiveness of engineering products in an unstable market conditions]. *Avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk za spets. 08.07.01*, 2006.

Lisovska, L. S. "Otsiniuvannia ta rehuliuivannia konkurentospromozhnosti produktzii" [Evaluation and regulation of competitive products]. *Dys. ... kand. ekon. nauk za spets.: 08.02.03*, 2002.

Savchuk-Polishchuk, T. O. "Konkurentospromozhnist mashynobudivnoi produktzii na zovnishnikh rynkakh" [The competitiveness of engineering products in foreign markets]. *Avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk za spets. 08.05.01*, 2004.

Tarasenko, I. O. "Orhanizatsiino-ekonomichni osnovy pidvyshchennia konkurentospromozhnosti produktzii pidpriemstv shkirianoï promyslovosti" [Organizational and economic foundations of competitiveness of companies in the leather industry]. *Avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk za spets. 08.06.01*, 2001.

УДК 65.016

ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА»

КОТ О. В., ПАВЛЮК О. О.

УДК 65.016

Кот О. В., Павлюк О. О. Визначення сутності поняття «розвиток підприємства»

Розглянуто питання розвитку підприємства, яке на сьогодні є одним з найактуальніших для України. Для забезпечення безперервного процесу економічного розвитку кожне підприємство прагне до раціонального використання ресурсів, поліпшення якості продукції, задоволення соціальних потреб своїх працівників і населення регіону, на якому воно функціонує, і має основну мету – підвищення прибутковості виробництва. Досліджено наукові роботи вітчизняних і закордонних учених, де постає проблема соціальної підприємства. Наведено найважливіші напрямки, а також виведено основні варіанти розвитку підприємств у сучасних умовах. Розглянуто розвиток як процес, який зумовлюється факторами зовнішнього та внутрішнього середовища. Охарактеризовано та графічно наведено етапи життєвого циклу підприємства, від кожного з яких безпосередньо залежить розвиток підприємства. Проаналізовано можливості розвитку підприємства в умовах кризових ситуацій. Визначено сутність поняття «розвиток підприємства» та обґрунтовано важливість і актуальність детального вивчення цього питання з метою забезпечення певного рівня конкурентоспроможності підприємства.

Ключові слова: розвиток підприємства, стратегія розвитку, етапи розвитку, концепція організаційного розвитку, антикризове управління, модель Грейнера.

Рис.: 3. **Табл.:** 1. **Библ.:** 10.

Кот Олена Володимирівна – кандидат економічних наук, доцент, кафедра міжнародної економіки, Харківський державний університет харчування та торгівлі (вул. Клочківська, 333, Харків, 61051, Україна)

E-mail: lenkot@mail.ru

Павлюк Олександра Олександрівна – аспірантка, кафедра міжнародної економіки, Харківський державний університет харчування та торгівлі (вул. Клочківська, 333, Харків, 61051, Україна)

E-mail: alexandrap12@inbox.ru

УДК 65.016

UDC 65.016

Кот Е. В., Павлюк А. А. Определение сути понятия «развитие предприятия»
Рассмотрен вопрос развития предприятия, который на сегодняшний день является одним из самых актуальных для Украины. Для обеспечения непрерывного процесса экономического развития каждое предприятие стремится к рациональному использованию ресурсов, улучшению качества продукции, удовлетворению социальных потребностей своих работников и населения региона, на котором оно функционирует, и имеет конечную цель – повышение прибыли производства. Исследованы научные работы отечественных и зарубежных ученых, в которых рассмотрена проблема развития предприятия. Приведены важнейшие направления, а также выведены основные варианты развития предприятия в современных условиях. Рассмотрено развитие как процесс, который обуславливается факторами внешней и внутренней среды. Охарактеризованы и графически представлены этапы жизненного цикла предприятия, от каждого из которых напрямую зависит развитие предприятия. Проанализированы возможности развития предприятия в условиях кризисных ситуаций. Определена сущность понятия «развитие предприятия» и доказана важность и актуальность детального изучения этого вопроса с целью обеспечения определенного уровня конкурентоспособности предприятия.

Ключевые слова: развитие предприятия, стратегия развития, этапы развития, концепция организационного развития, антикризисное управление, модель Грейнера.

Рис.: 3. **Табл.:** 1. **Библ.:** 10.

Кот Елена Владимировна – кандидат экономических наук, доцент, кафедра международной экономики, Харьковский государственный университет питания и торговли (ул. Клочковская, 333, Харьков, 61051, Украина)

E-mail: lenkot@mail.ru

Павлюк Александра Александровна – аспирантка, кафедра международной экономики, Харьковский государственный университет питания и торговли (ул. Клочковская, 333, Харьков, 61051, Украина)

E-mail: alexandrap12@inbox.ru

Kot O. V., Pavlyuk O. O. Definition of the Essence of the «Enterprise Development» Notion

The article considers the issue of development of an enterprise, which is one of the most urgent today for Ukraine. In order to ensure a continuous process of economic development, each enterprise strives for the rational use of resources, improvement of the quality of products, satisfaction of social requirements of their employees and population of the region where it functions and has a final goal – profit increase. The article studies scientific works of domestic and foreign scientists, in which they consider the problem of enterprise development. It provides main directions and derives main variants of enterprise development under modern conditions. It considers development as a process, which is influenced by factors of external and internal environment. It characterises and graphically presents stages of the enterprise life cycle, each of which makes its impact on enterprise development. It analyses possibilities of development of an enterprise under crisis. It defines the essence of the "enterprise development" notion and proves importance and urgency of a detailed study of this issue with the aim to ensure a certain level of enterprise competitiveness.

Key words: enterprise development, strategy of development, stages of development, concept of organisational development, anti-crisis management, Greiner model.

Pic.: 3. **Tabl.:** 1. **Bibl.:** 10.

Kot Olena V. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Department of International Economics, Kharkiv State University of Food Technology and Trade (vul. Klochkivska, 333, Kharkiv, 61051, Ukraine)

E-mail: lenkot@mail.ru

Pavlyuk Olexandra O. – Postgraduate Student, Department of International Economics, Kharkiv State University of Food Technology and Trade (vul. Klochkivska, 333, Kharkiv, 61051, Ukraine)

E-mail: alexandrap12@inbox.ru