

**Література.**

1. Богиня Д.П., Грішнова О. А. Основи економіки праці. К.: “Знання-Прес”, 2000. 313 с.
2. Грішнова О.А. Економіка праці та соціально-трудова відносин: Підручник. К.: Знання, 2004. 535 с.
3. Єсінова Н.І. Економіка праці та соціально-трудова відносин: Навч. посібник. К.: Кондор, 2004. 432 с.
4. Колот А.М. Соціально-трудова відносини: теорія і практика регулювання: Монографія. К.: КНЕУ, 2003. 230 с.

**СУТНІСТЬ ТА СКЛАД ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ  
ПІДПРИЄМСТВА**

*Чепіль В. Г., здобувач вищої освіти 4 року навчання,  
Valeracepil@gmail.com*

*Науковий керівник: Догадайко Я. В., к. е. н., доцент  
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

В умовах дуже мінливого оточуючого середовища істотну роль у забезпеченні успіху будь-якого підприємства відіграє ефективність управління його життєвим циклом. Але серед дослідників відсутній єдиний підхід до трактування поняття життєвого циклу підприємства, класифікації стадій життєвого циклу та критеріїв, за якими доцільно здійснювати таку класифікацію. Ця проблематика досліджувалась, зокрема, у працях І.А. Бланка [1], Т.Ю. Базарова [2], С.В. Корягіної [3], М. Мескона [4], а також О.Ю. Фірстової [5], які зробили 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. Водночас, у працях цих дослідників недостатня увага приділена дослідженню чинників макро- та мікросередовища функціонування підприємств, що впливають на формування їх життєвого циклу.

Розвиток підприємства знаходить своє відображення у його життєвому циклі. У праці О.Ю. Фірстової [5] життєвий цикл підприємства трактується як окреслений у часі період діяльності підприємства, протягом якого воно проходить певні етапи розвитку. І.А. Бланк [1] визначає життєвий цикл підприємства як загальний період часу від початку діяльності підприємства до природного припинення його існування або відродження на новій основі.

Натомість, М. Мескон [4] 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 [3] 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. За Т.Ю. Базаровим [2], стадії розвитку підприємства – це періоди життя підприємства в рамках однотипних ціннісних орієнтирів. Натомість С.В. Корягіна [3] конкретизує зміст стадії життєвого циклу підприємства як проміжки часу, протягом якого діяльність підприємства характеризується відносною стабільністю таких параметрів: напрям та інтенсивність розвитку; стратегічні та тактичні цілі; способи і особливості формування ресурсного потенціалу; конфігурація організаційного механізму. Автор, погоджуючись з М. Месконом [4], розглядає життєвий цикл підприємства як передбачувані зміни з визначеною протягом часу послідовністю станів. Основні характеристики стадій життєвого циклу підприємства наведено в таблиці 1.

**Таблиця 1 - Характеристики стадій життєвого циклу підприємства**

Стадія Фактор	Зародження	Зростання	Зрілість	Спад
1	2	3	4	5
Характеристика	Організація знаходиться в стадії становлення, формується життєвий цикл. Процес протікає вільно, просування до наступного етапу потребує значних матеріальних витрат	Період швидкого росту підприємства, освідомлення своєї місії й формування стратегії розвитку. Відбувається ріст підприємства, йде активне освоєння ринку, ріст особливо інтенсивний	Підприємство досягає лідируючого положення на ринку. Зрілість означає, що підприємству вдається зберегти стійке положення у зовнішньому середовищі, отримуються найбільші прибутки.	Період, який характеризується різким падінням збуту й зниженням прибутку, організація шукає нові можливості й шляхи утримання ринків (зростання конфліктів, централізація)
Основні цілі	Закріплення на ринку. Створення стратегічних переваг	Економічний ріст. Підвищення якості послуг	Пошук нових ідей. Створення продуктів з високими якістьми	Пошук нових можливостей

1	2	3	4	5
Основні завдання	Розробка у нових областях науки і техніки. Розробка іміджу і стилю фірми. Дослідження громадської думки, проведення соціологічних опитувань. Реклама. Зовнішні Вивчення ринку, маркетинг	Маркетинг, емоціональний вплив на окремі соціальні групи. Створення сприятливого іміджу або несприятливого відношення до чогось, цільових груп. Інвентаризація матеріальних ресурсів. Вивчення конкурентів. Багатофакторне прогнозування, проектування й стратегічне планування дій. Проведення показів та демонстрацій	Раціональне перегрупування кадрів. Систематизація документації та приведення її до ладу. Створення системи безпеки: охорона матеріальної й інтелектуальної власності, а також розробка програм дій на випадок екстремальних ситуацій. Передбачення кризових етапів розвитку подій і здійснення проривів.	Спонукаати персонал до пошуку нових можливостей. Пошук нових зовнішніх зв'язків.
Стиль керівництва	Децентралізоване керівництво, неформальне, свобода мислення. Стиль діяльності – «сім'я». Підприємництво.	Стиль діяльності – «конвеєр». Формалізація управління. Колективність.	Стиль діяльності – «комуна». Цінується згуртованість колективу, зручні умови праці, стабільний порядок	Децентралізація, хаос.
Метод управління	Одноосібний	Децентралізований	Централізований	Заснований на традиціях
Первинні цілі	Вживання	Систематичний ріст	Збалансований ріст	Обслуговування
Тип лідера	Новатор	Учасник	Корпоративний діяч	Адміністратор
Організаційний характер	Боротьба	Розширення, диверсифікація	Системна орієнтація	Орієнтація на сформовані структури
Організаційний образ	У центрі уваги - організація	Національний	Багатонаціональний	Самовдоволенний
Тип планування	З передбаченням	Планування замовлень спеціалізації	Складний, комплексний	Екстраполяція
Центральна проблема	Вихід на ринок	Багатостороннє зростання	Централізація і автономність	Стабільність
Концентрація енергії	На новому	На координації	На інтеграції, управлінні	На провадженні існування
Організаційна модель	Максимізація прибутку	Гарний стан	Соціальна відповідальність	Бюрократія

Вивчивши теорії різних авторів, можна побачити, що ті ж самі стадії життєвого циклу підприємства автори називають по-різному. Отже, кожен автор поділяє життєвий цикл підприємства на різну кількість стадій (від 4 до 10). Але, все ж таки, кожен вищенаведений

автор виділяє 4 основні стадії життєвого циклу підприємства: зародження, зростання, зрілість, спад, котрі можна розділити на під стадії. Саме тому життєвий цикл підприємства можна розглядати саме як ці 4 стадії. Таким чином, були розглянуті різні підходи до визначення та суті життєвого циклу підприємства, проаналізовані погляди авторів. Отже, можна прийти до висновку, що на сучасному етапі немає єдиного підходу до визначення поняття життєвого циклу організації, класифікації його стадій. Для підприємства, на погляд автора, доцільно виділити наступні стадії життєвого циклу: зародження – визначення доцільності створення підприємства в даній місцевості; стадія росту – період збільшення доходів від функціонування підприємства; зрілість – доходи підприємства не ростуть, а навіть трохи зменшуються. Стадія зрілості – найтриваліший період життєвого циклу підприємства, на якій витрати, пов'язані з розвитком знижуються та смерть – період спаду попиту на продукцію підприємства.

#### **Література.**

1. Бланк И.А. Управление прибылью. Київ : Ника-Центр, 2007. 765 с.
2. Базаров Т.Ю. Бюджетирование: основа планирования для управления финансами. *Бизнес: организация, стратегия, системы*. 1998. №5. С. 11 – 14.
3. Корягіна С. В. Методика розрахунку та аналіз показників життєвого циклу підприємства. *Вісник*. 2003. № 469 : Логістика. С. 421 – 426.
4. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента / пер. с англ. М. А. Майорова и др. Москва : Вильямс, 2006. 672 с.
5. Фірстова О. Ю. Економічні плани як засіб збільшення інноваційного потенціалу машинобудівних підприємств. *Механізм регулювання економіки*. 2009. № 4. С. 210 – 217.

## **ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ МІСЬКОГО ТУРИЗМУ**

*Горбачова А. А., здобувач вищої освіти - магістрантка 2 курсу  
навчання, Alinka6050@gmail.com*

*Науковий керівник: Радіонова О. М., к. е. н., доцент  
Харківський національний університет міського господарства  
імені О.М. Бекетова*

Економіка більшості країн світу характеризується розвитком сфери послуг, у якій важливе місце належить туризму. Туризм стимулює розвиток елементів інфраструктури – готелів, ресторанів, підприємств торгівлі тощо. Він зумовлює збільшення доходної