

УДК 338.65.014

Шевчук О.А.,
к.е.н, доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки
Національний технічний університет України «КПІ»

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ СТАНОВЛЕННЯ ЛІДЕРСТВА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ

Shevchuk O.A.,
cand.sc.(econ.), assistant professor of the department
of theoretical and applied economics
National technical University of Ukraine "Kyiv Polytechnic Institute"

ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISM FOR DEVELOPMENT OF LEADERSHIP AT DOMESTIC ENTERPRISES ON THE MARKET

Постановка проблеми. Посилення конкурентної боротьби на світовому ринку внаслідок розповсюдження процесів глобалізації та переходу до постіндустріального суспільства зумовлює потребу наукових засад формування організаційно-економічного механізму становлення лідерства вітчизняних підприємств на ринку. Логіка розробки наукових засад організаційно-економічного механізму полягає в тому, що однією з найбільш суттєвих відмінностей постіндустріального суспільства від індустріального є зміна цільової виробничої функції, що в сучасних умовах господарювання характеризується створенням нових видів товарів і послуг шляхом ефективного застосування унікальних внутрішніх ресурсів на підприємстві.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Безпосередня зацікавленість проблемами лідерства підприємств на ринку почала виникати тільки наприкінці ХХ-го століття. Дослідженню цих питань присвячені наукові праці таких вчених, як Г. Армстронг, Г. Бойетт, С. Войтко, А. Войчак, Ф. Котлер, К. Келлер, М. Портер, Е. Райс, Дж. Траут, Г. Хамел, Г. Хулей тощо [1, 3, 6], де розглянуті методи отримання лідерства за рахунок використання стратегічних принципів корпоративного маркетингу, що спрямовані на максимізацію позитивних якостей у бізнес-середовищі.

Водночас, дотепер майже немає наукових праць, в яких би містилося комплексне дослідження економічної сутності позиціонування підприємств у економічній стратифікаційній системі з урахуванням специфіки ресурсного забезпечення потенціалу для формування відповідної методологічної бази дослідження практичних аспектів його функціонування, що і визначило актуальність статті, її мету та логіку викладу положень.

Постановка завдання. Метою статті є комплексне дослідження економічної сутності позиціонування підприємств у економічній стратифікаційній системі з урахуванням специфіки ресурсного забезпечення потенціалу для формування відповідної методологічної бази дослідження практичних аспектів його функціонування

Виклад основного матеріалу дослідження. З метою функціональної упорядкованості елементів і внутрішніх зв'язків економічного агента визначимо сукупність сутнісних параметрів кожної підсистеми підприємства, що забезпечують організаційно-економічний механізм формування імперативів розвитку підприємств в умовах глобалізації ринків і становлення економіки знань.

Ми поділяємо наукову точку зору тих економістів, які вважають, що сутність організаційно-економічного механізму може бути визначена як «система», і як «сукупність» [4, 5], оскільки відмінність у визначеннях пов'язана з тим, що автори досліджують об'єкти різного виду та різного рівня розвитку та складності. Так, у випадку дослідження економічних відносин на рівні підприємства, мова ведеться про систему. У випадку дослідження окремих функцій управління, зазвичай, застосовується визначення організаційно-економічного механізму як сукупності.

Водночас, варто підкреслити, що формування лідерства представляє собою складну структуру, елементи якої взаємопов'язані між собою двома контурами – замкненого контуру підсистем функціонування та його зовнішнього оточення. Отже, розглянемо мету системи, опис структури моделі та функціональне призначення структурних складових підсистем внутрішнього контуру та компонент його зовнішнього оточення у логічній послідовності їх взаємодії.

В основі формування концептуальної моделі імперативів розвитку лежить місія, яку ставить перед собою підприємство. Метою визначення місії стає забезпечення єдності цілей; забезпечення основи для ефективного використання інтенсивних факторів виробництва; створення організаційного клімату та корпоративної культури на підприємстві, які у сукупності визначають можливості для підвищення економічного статусу підприємства. З одного боку, визначення місії підприємства надає

можливість ефективного розподілу ресурсів для довгострокового забезпечення результативності виробництва. Визначення цінностей та принципів, що покладені в основу місії орієнтують підприємство на досягнення стратегічних переваг за рахунок вирішення основних проблем управління. Це, в свою чергу, є основою для розгляду промислового підприємства як відкритої соціально-економічної системи. А з іншого, місія представляє собою результати позиціонування підприємства на ринку.

Відтак, для опису лідерства, як складної системи необхідно знайти компроміс між описом та особливостями поведінки агентів цієї системи, що здійснюється на основі множини моделей поведінки з точки зору різних рівнів абстрагування. Водночас, сутність концептуальної моделі імперативів розвитку промислового підприємства можна прослідити на основі дослідження її результуючого компонента (виходу системи), який характеризує цільову орієнтацію системи, що має бути реалізованою як на вітчизняному, так і на світовому ринках. В ролі такої орієнтації виступає рівень позиціонування підприємства, що дозволяє збільшити вхідні грошові потоки; підвищити ефективність бізнес процесів, покращити інноваційну привабливість та підвищити бар'єри входження в галузь. Зазначимо, що необхідною умовою отримання означених результатів є комплексний потенціал промислового підприємства (вхід системи), який, з одного боку, є індикатором існуючого стану, тобто визначає можливості підприємства та межі його існування у певних зовнішніх умовах, а з іншого – є досить стійким у часовому просторі.

Матеріали наукових досліджень вітчизняних та закордонних авторів свідчать про неоднозначність та багатогранність визначення потенціалу підприємства [2, 7, 8]. Пропонуємо в ролі основних компонентів внутрішнього потенціалу підприємства, визначати: інституціональний потенціал; когнітивний потенціал; техніко-технологічний потенціал; організаційно-управлінський потенціал підприємства, що характеризують взаємовідносини та взаємозв'язки між елементами системи, якою виступає підприємство. Варто підкреслити, що елементи комплексного потенціалу підприємства завжди знаходяться між собою у просторових та ієрархічних зв'язках, що залишаються незмінними протягом довгого часу. Ці зв'язки представляють собою підсистеми внутрішньої структури підприємства.

Водночас, організаційно-економічний механізм поєднує у собі елементи (підсистеми) та інструменти (компетенції), що здійснюють вплив на імперативи розвитку підприємства. Тому, в рамках нашого дослідження, пропонуємо розглядати організаційно-економічний механізм імперативів розвитку підприємства як систему організаційних та економічних методів забезпечення взаємодії організаційних і виробничих процесів усіх підсистем підприємства, що сприяють збільшенню ефективності діяльності підприємства в цілому та підвищенню ступеню позиціонування підприємства в економічній стратифікаційній системі.

Виходячи з мети поставленої роботи, в основу розробленого інструментарію формування імперативів розвитку підприємства покладемо: теорію систем, теорію стратифікації, теорії лідерства, інституціональні теорії та теорії елітарності (табл. 1).

Таблиця 1

Інструментарій, що заснований на методології міждисциплінарного підходу

Теорія	Інструментарій вирішення проблеми
1	2
Системна парадигма Я.Корнаї	Визначення переваг окремих економічних агентів залежно від зміни переваги всієї системи
Теорії стратифікації	Обґрунтування позиції підприємства в економічній стратифікаційній системі
Теорії лідерства	Обґрунтування можливості отримання лідерства на ринку з точки зору позиційного та процесуального підходів
Теорія виробничого лідерства	Структурований підхід до визначення конкурентної поведінки підприємства (позиціонування підприємства в галузі та на ринку)
Ресурсні теорії лідерства:	Характеристика унікальних внутрішніх інтенсивних факторів підприємства
Теорія ключових компетенцій	Обґрунтування ключових компетенцій підприємства
Теорія динамічних здатностей	Визначення динамічних здатностей підприємства, лінії поведінки та процесів становлення лідерства
Теорія еволюційного лідерства	Визначення статусу підприємства в економічній стратифікаційній системі як сукупності взаємопов'язаних дій у часі, що призводять до послідовної зміни статусу підприємства
Інституціональні теорії	Розробка інструментарію забезпечення лідерських позицій підприємства на ринку, заснованого на методології інституціональної теорії, в основі якої лежить влада та престиж
Концепція розвитку економіки знань	Характеристика зовнішніх факторів впливу на процеси трансформації позицій підприємства у глобальному економічному просторі
Теорія людського капіталу	Розробка пропозицій щодо покращення станів розвитку людського капіталу підприємства та їх впливу на конкурентоспроможність та лідерство підприємства

продовження табл. 1

1	2
Теорія стратегічного управління	Обґрунтування довгострокових цілей, задач, програм дій і розподілу внутрішніх ресурсів підприємства задля досягнення лідерських позицій на ринку
Теорія управління знаннями	Розробка пропозицій щодо покращення організаційних знань підприємства
Права власності	Обґрунтування напрямів перерозподілу економічної ренти між ринковими агентами
Теорія елітарності	Розробка методик формування корпоративної еліти підприємства, обґрунтування перспектив розвитку елітарності на підприємств

Джерело: власна розробка

Так, системний підхід до лідерства надає можливість в ролі основних структурних компонентів комплексного потенціалу підприємства розглядати підсистеми, що знаходяться у просторових та ієрархічних зв'язках, а саме: організаційно-управлінську, техніко-технологічну, когнітивну та інституціонально-культурну. Теорія стратифікації передбачає обґрунтування позиції вітчизняних підприємств у зовнішньоекономічній стратифікаційній системі. В рамках інституціональних теорій доцільно розглядати основні екстернальні та інтернальні фактори впливу на формування імперативів розвитку підприємства. Теорія елітарності, відкриває перспективи розгляду основних складових корпоративної еліти та розробки методики формування корпоративної еліти на підприємстві. Ресурсна теорія дозволяє в ролі інструментарію (сутнісних параметрів системи) визначати ключові (функціональні) компетенції, що формуються у результаті наявних ресурсів і технологій. У ролі основних функціональних компетенцій доцільно виділити три основних рівня дослідження:

– базовий рівень – **базові (загальні) ключові компетенції**, що притаманні всім співробітникам підприємства. До складу таких компетенцій належать: базові знання, освіта та професійні навички; орієнтованість на співробітника, на ефективну взаємодію та співпрацю; орієнтованість на особистий розвиток, на освоєння і використання нових знань і навичок; орієнтованість на зміни та інновації; орієнтованість на клієнта; продуктивність (орієнтованість на результат);

– **управлінські ключові компетенції**, що притаманні для корпоративної еліти, а саме: уміння формулювати цілі та завдання, а також розподіляти їх між підлеглими; досвід контролю та оцінки результатів роботи; навички надання зворотного зв'язку; майстерність розставляти пріоритети;

– **професійні ключові компетенції**, що є специфічними для кожної підсистеми. Так, інституціонально-культурна підсистема характеризується наступними професійними компетенціями: розвиток персональної комунікабельності, вміння переконувати та впливати на співрозмовника, дискутувати та відстоювати власну точку зору; мистецтво працювати з цінностями підприємства, а саме: командна робота, увага до клієнта, справедливість відносно персоналу, ініціативність та інноваційність; тайм-менеджмент, в основі якого лежить ефективна організація використання робочого часу на підприємстві; формування корпоративної соціальної відповідальності, як нової філософії бізнесу, згідно з якою підприємство у своїй діяльності має орієнтуватися не лише на отримання прибутків, а й на задоволення суспільних благ та підтримку екологічної стабільності. Когнітивна підсистема передбачає наявність наступних професійних компетенцій: унікальність; можливість удосконалення професійних знань; здатність знаходити та формувати когнітивне середовище; здатність до аналізу і синтезу; здатність знаходити та аналізувати інформацію з різних джерел; готовність до постійного підвищення освітнього рівня. Для техніко-технологічної підсистеми професійні компетенції проявляються у наступному: креативне та гнучке мислення; самостійність; творчий підхід до рішення проблем; сприйнятливості інноваційних відкриттів; наявність інноваційного мислення; здатність до передбачення елементів нового у відносно сталому. Для організаційно-управлінської підсистеми основними професійними компетенціями виступають: ефективне цілевизначення, що характеризує здатність до організації виконання тактичних завдань підрозділів таким чином, щоб виконувалися стратегічні цілі; комунікативна компетентність, що визначається збільшенням ефективності управління комунікаціями, як бізнес-процесом взаємодії підприємства з зацікавленими сторонами ринку; уміння підбирати кваліфікованих працівників і використовувати їх сильні сторони; маркетингові навички, що характеризують знання потреб ринку та можливість отримання таких знань; делегування повноважень з метою підвищення дієздатності ієрархічно підпорядкованих груп та активізації діяльності людського капіталу підприємства.

Водночас, сутнісні параметри кожної функціональної підсистеми надають можливість визначити очікуваний результат, що характеризує фактори стійких переваг кожної підсистеми та показники її діяльності. Так, інституціонально-культурна підсистема характеризується наступними факторами переваг: специфіка організаційної культури, що характеризує внутрішню атмосферу, узгоджені оцінки важливості та цінності явищ, особливості взаємодії та координації діяльності окремих індивідів; наявність формальних і неформальних норм, правил, традицій, що сприяють створенню колективів і модифікованих внутрішніх інститутів; ефективна система мотивації; орієнтація на креативність; умови для професійного розвитку; особистий розвиток.

Когнітивна підсистема характеризується наступними факторами стійких переваг: наявністю бази знань, що зосереджена на підприємстві та розподілена між окремими індивідами, групами та колективами всередині підприємства; забезпеченням патентами, ліцензіями, авторськими правами; високим рівнем кваліфікації та ключових компетенцій людського капіталу підприємства; майновими та немайновими правами; знанням виробничих секретів.

Для техніко-технологічної підсистеми притаманні наступні переваги: інноваційні та наукоємні виробничі технології; ноу-хау; розвиток НДДКР; розробка ресурсозберігаючих технологій; мобільність виробничих технологій.

В ролі стійких переваг організаційно-управлінської підсистеми варто виділити наступні: стратегічне випередження конкурентів, що передбачає домінуючий стан підприємства на ринку за рахунок максимізації доданої вартості. Таке випередження досягається різноманітними методами, а саме: шляхом встановлення ситуаційної монополії на окремих ринках; випередження суперників щодо окремих елементів ділової активності; створення сприятливого іміджу тощо; швидка адаптації до змін у ринковому середовищі; передбачення нових ринків; логістика, як основа управління збутовими процесами на підприємстві.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, система організаційних та економічних методів забезпечення взаємодії організаційних і виробничих процесів усіх підсистем підприємства, а також запропонований інструментарій визначення функціональних компетенцій, що виникають у кожній підсистемі підприємства, надали можливість визначення організаційно-економічного механізму становлення лідерства вітчизняних підприємств на ринку.

Водночас, процеси становлення лідерства на ринку вимагають часу і значних зусиль у процесі створення дієвого механізму, що забезпечує перехід підприємства від однієї страти економічної стратифікаційної системи до іншої з мінімальною кількістю негативних наслідків. Тому, для досягнення означеної мети у подальшому варто розробити модель розвитку, яка враховує існуючу позицію підприємства на ринку, а також внутрішні інтенсивні фактори, за рахунок яких здійснюється перехід від однієї страти до іншої.

Література

1. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами : 10-е изд. / М. Армстронг; Пер. с англ. С. К. Мордовина. – СПб. : Питер, 2010. – 825 с.
2. Герасимчук В.Г. Развитие предприятия: диагностика, стратегия, эффективность : монография / В. Г. Герасимчук. – К. : Вища школа, 1995. – 265 с.
3. Келлер К.Л. Стратегический бренд–менеджмент: создание, оценка и управление марочным капиталом, 2-е издание / К. Л. Келлер ; [Пер. с англ.]. – М. : Издательский дом „Вильямс”. – 2005. – 704 с.
4. Новиков А.В. Современный взгляд на организационно-экономический механизм управления российским предприятием [Электронный ресурс] / А.В.Новиков // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент». – Режим доступа: <http://economics.open-mechanics.com/articles/397.pdf>
5. Полозова Т.В. Сутність організаційно-економічного механізму функціонування підприємств промисловості / Т.В. Полозова, Ю.В. Овсюченко // Вісник МСУ / Vesntnik VSU / , економічні науки. – Том VIII. – 2005. – №1-2. – С. 63-65.
6. Райс Э. Позиционирование: битва за узнаваемость / Э. Райс, Дж. Траут; [Пер. а англ. под. ред. Ю.Н. Капшуревского]. – СПб. : Питер. – 2001. – 256 с.
7. Федонін О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / О.С. Федонін, І.М. Рєпіна, О.І. Олексюк. – К. : КНЕУ, 2005. – 261 с.
8. Формирование стратегии реализации потенциала предприятия : монография / В.Н. Гончаров, Н.В. Касьянова, Д.В. Солоха и др. – Донецк: СПД Куприянов В.С., 2008. – 304 с.

References

1. Armstrong, M. (2010), *Praktyka upravleniya chelovecheskimi resursami* [Handbook of Human Resource Management Practice], Translated by S. K. Mordovyna, 10-е изд., Pyter, St.-Peterburg, Russia, 825 p.
2. Herasymchuk, V.H. (1995), *Rozvytok pidpriemstva: diahnostyka, stratehiia, efektyvnist* [Enterprise development: diagnosis, strategy, efficiency], textbook, Vyshcha shkola, Kyiv, Ukraine, 265 p.
3. Keller, K.L. (2005), *Stratehycheskyi brend–menedzhment: sozdaniye, otsenka i upravleniye marochnym kapitalom* [Strategic Brand Management], Translated from English, Yzdatelskyi dom „Vyliams”, Moscow, Russia, 704 p.
4. Novykov, A.V. "The modern view of organizational-economic mechanism of management of the Russian company", available at: <http://economics.open-mechanics.com/articles/397.pdf> (access date March 10, 2015)
5. Polozova, T.V. and Ovsuchenko, Yu.V. (2005), "The essence of the organizational-economic mechanism of functioning of industrial enterprises", *Vesntnik VSU*, no. 1-2, pp. 63- 65.
6. Rice, E. and Trout, D. (2001), *Pozitsionirovanie: bitva za uznavaemost* [The battle for recognition], Translated by N. Kapshurevskiy, Pyter, St.-Peterburg, Russia, 256 p.
7. Fedonin, O.S., Riepina, I.M. and Oleksiuk, O.I. (2005), *Potentsial pidpriemstva: formuvannia ta otsinka* [The potential of the enterprise: developing and evaluating], KNEU, Kyiv, Ukraine, 261 p.
8. Honcharov, V.N., Kasianova, N.V., Solokha, D.V. etc. (2008), *Formirovaniye strategii realizatsii potentsiala predpriyatiya* [Formation of strategy of realization of potential of the enterprise]: textbook, SPD Kupriyanov V. S. Donetsk, Ukraine, 304 p.