

конкуренцію імпортом товарам. А це вимагає від українських товаровиробників постійного удосконалення існуючих або впровадження нових сучасних технологій виробництва, використання високоякісної сировини, а також підвищення якості та товарного вигляду виробленої продукції, збільшення асортименту продукції (для задоволення потреб споживачів з різними доходами та уподобаннями), наявності налагодженої маркетингової служби.

УДК 65.012.23

*Єрофєєва Т.А.,  
Пан Л.В.*

*Національний університет «Києво-Могилянська Академія»*

#### ВАРТІСНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ В КОНТЕКСТІ ОСОБЛИВОСТЕЙ ОРГАНІЗАЦІЇ СУЧАСНОГО РИНКУ

Вартісний підхід до управління, тобто підхід до управління бізнесом, в якому найважливішою метою управління на всіх рівнях ієрархії оголошується максимізація вартості, є основою системи стратегічного і оперативного управління провідних компаній Європи та Америки. Пріоритетність вартісного підходу пояснюється основною метою будь-якого бізнесу - створення його вартості, тобто багатства акціонерів, або фінансової цінності. При переході до вартісного підходу до управління бізнесом необхідно враховувати особливості організації сучасного ринку. Однією з них є "олігополізація" розвинених ринків, як світових, так і національних.

З базового курсу мікроекономіки відомо, що кожен ринок з часом прагне до олігополії. Кількість учасників на ринку фіксується об'єктивними економічними законами. У світовій і в національній економіці існує оптимальна кількість підприємств - олігополістів. Всі інші компанії, що не увійшли до числа зазначених, *об'єктивно* приречені на поглинання найбільш сильними конкурентами або на вимирання. Олігополізація розвинених ринків пояснює існуючі тенденції розвитку сучасного бізнесу. Однією з них є масова реорганізація транснаціональних і національних компаній у формі злиття і поглинань.

Процес олігополізації ринку з точки зору окремої компанії є природним наслідком прагнення будь-якого бізнесу на ринку до досягнення основою мети - максимізації його вартості. Очевидно, що кожен ринок з часом прагне до насичення. Тому значне зростання вартості з певного часу не може бути досягнуто лише за рахунок зростання ринку як такого. Доводиться відбирати частку ринку у конкурентів, тобто не ділити нових клієнтів, а боротися за існуючих. У цій боротьбі перевага а в кінцевому підсумку й перемога виявляються на стороні тієї компанії, яка має найбільш ефективну систему управління і більше грошей. Зазначимо, що зазвичай "більше грошей" в даному контексті означає просто вищу капіталізацію (тобто вищу вартість) компанії-поглинача. Оскільки максимальна концентрація на чітко визначеній меті підвищує вірогідність її досягнення, компанія, яка більш зорієнтована на максимізацію вартості, автоматично, при інших рівних умовах, отримує перевагу перед компанією, яка зорієнтована на інші цілі. З цієї точки зору саме така компанія з більш високою вірогідністю виявляється "поглиначем".

Враховуючи особливості організації сучасного ринку, кожен власник і керівник вітчизняного бізнесу повинен чітко уявити собі об'єктивну можливість перетворення в олігополіста на цьому ринку. Важливе значення належить оцінці власних можливостей компанії. Вона має бути об'єктивною, оскільки визначає довгострокову стратегію компанії на ринку.

При наявності у компанії достатніх ресурсів для того, щоб відповідати умовам олігополії, необхідно своєчасно провести комплекс заходів: визначити склад переліку найбільш привабливих об'єктів щодо поглинання та виділити для цього необхідні ресурси; скласти план придбання і інтеграції конкурентів у власний бізнес. Якщо зо об'єктивних причин компанія приречена на поглинання, то необхідною є розробка відповідної довгострокової стратегії, яка спрямована на продаж компанії. У будь-якому випадку успіх компанії на ринку вимагає переходу до вартісного підходу до управління бізнесом. У разі орієнтації компанії на завоювання і утримання позиції олігополіста на ринку вартісний підхід до управління значно підвищує вірогідність успіху. Якщо компанія обирає стратегію продажу, вартісний підхід дозволяє отримати максимально високу ціну за бізнес.

Таким чином, управління бізнесом являє собою *управління його вартістю* з метою довгострокової максимізації цієї вартості. У найближче десятиріччя виживуть і процвітатимуть лише ті вітчизняні компанії, які реорганізують свої системи управління на основі вартісного підходу. Для цього українським компаніям, які в даний час відносяться до категорії середніх, можливо, доведеться перетворитися на великі, тобто увійти до числа олігополістів на відповідних ринках.

УДК 65.012

*Зборовська О.М., к.е.н., доцент*

*Дніпропетровський університет економіки та права*

#### ЛОГІСТИЧНИЙ ПІДХІД В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Новизна логістичного підходу в управлінні підприємством полягає в зміні пріоритетів господарської діяльності. В його основі не продукт, а процес у формі потоку (матеріального, інформаційного тощо). Управління потоковими процесами, їх перетворення і інтеграція є