

8. Слободянюк Н.О. Проблеми формування дохідної частини місцевих бюджетів в умовах фінансової децентралізації / Н.О. Слободянюк, М.О. Коніна // Економіка і суспільство. – 2016. – Вип. 2. – С. 611–616.

Калініченко З.Д.
доцент кафедри аналітичної економіки
Дніпропетровського державного університету
м. Дніпро, Україна

ДОСЛІДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ ЖИТТЄВИХ ЦИКЛІВ В ЕКОНОМІЧНОМУ АНАЛІЗІ

Взаємодія різноманітних методів дослідження і диференційованих інструментів систематизації в економічному аналізі дозволяють поглянути по-новому на вихідні результати, побачити нові закономірності, досі приховані одностороннім підходом до об'єкту спостереження.

Економіка з плином часу розділилася на численні дисципліни, кожна з яких характеризується власним аналітичним інструментарієм, власним підходом. У багатьох випадках виявляється, що досягнення одного напрямку дослідження практично не використовуються і навіть мало відомі економістам іншого профілю. Останнім часом чимало говориться про недосконалість механізмів аналізу життєвого циклу підприємств. Посилаються при цьому на приклади збанкрутілих компаній і особливості компаній високотехнологічних галузей.

Доцільно припустити, що оцінка компанії повинна проводитися не з точки зору короткострокового інвестора, націленого на спекулятивний дохід, а з точки зору зацікавлених в довгостроковому зростанні компанії. Тому для оцінки стадій розвитку необхідно знайти спосіб вимірювати не ринкову вартість, а якусь «фундаментальну» вартість компанії. Якщо вище керівництво компанії зацікавлене в підтримці її сталого розвитку в довгостроковому періоді, необхідний певний узагальнений показник «життєвого здоров'я».

З цієї точки зору особливо привабливою бачиться теорія життєвих циклів, бо розвиває ідею, що компанія, як і будь-який живий організм, проходить через ряд станів (стадій), а проблеми, з якими вона стикається, різні для кожної стадії. Залежно від того, на якому етапі розвитку знаходиться продукт або компанія, необхідно застосовувати відповідну саме до цього етапу стратегію. А для визначення можливостей компанії на ринку є важливим використовувати ще і теорію життєвих циклів галузі.

В статтях розкривається поняття життєвого циклу галузі через концепцію поширення інновацій. Автори виходять з того, що, знаючи

кількість і тип інновацій, можна судити про стадії життєвого циклу галузі.

Результати чисельних досліджень виключно важливі для ідентифікації життєвого циклу компанії через сукупність фінансових показників. Однією з найважливіших характеристик, задіяних при оцінці компанії, є стратегія фінансування, тобто прийняті рішення про структуру капіталу. Досить цікавими в цьому плані є статті, що акцентують увагу на цьому показнику в прив'язці до життєвого циклу компанії.

Всі емпіричні дослідження життєвого циклу починаються з визначення способу ідентифікації стадії життєвого циклу. Життєвий цикл – явище, що спостерігається швидше інтуїтивно, для нього не існує суворої науково обґрунтованої схеми для ідентифікації стадій. Є величезна різноманітність визначень життєвого циклу продукту. Багато авторів сходяться на думці, що продукт переживає 4-5 стадій: зародження (новаторська), виведення продукту на ринок (вступ, входження), росту (зростання), зрілості (зрілості) і спаду.

Всі автори сходяться на думці, що стадію життєвого циклу продукту не можна визначати, виходячи з розміру компанії або часу існування продукту на ринку. Вважають, що життєвий цикл продукту – узагальнена модель, що описує тенденцію продажів деякого певного продукту, починаючи з моменту його першої появи на ринку до тих пір, поки фірма не виведе його з ринку. Життєвий цикл галузі зазвичай характеризується показником динаміки кількості виробників. Крім традиційних концепцій життєвого циклу продукту і життєвого циклу галузі дослідники виділяють життєвий цикл компанії:

Стадія 1. Інновація (Innovation): один (або іноді декілька виробників) виходить на ринок з новим продуктом.

Стадія 2. Імітація (імітація): стрімке зростання кількості виробників.

Стадія 3. Повтори (Repeat): кількість виробників збалансовано, ніхто не приходить в галузь.

Стадія 4. Заміщення (Заміна): кількість виробників зменшується.

Стадія 5. Занепад (спуск): кількість виробників мала і збалансована. Триває до скорочення ринку, обумовленого старінням продукту, або фундаментальних змін у технології.

Ключовою у даному питанні є книга Іцхака Адізеса «Управління життєвим циклом корпорації». Адісес розглядає стадії життєвого циклу компанії через поведінкові шаблони, засновані на способі управління компанією, а також через особливості проблем, що виникають на різних стадіях. У відповідності з теорією Адізеса, організація проходить через десять стадій (рис. 1).

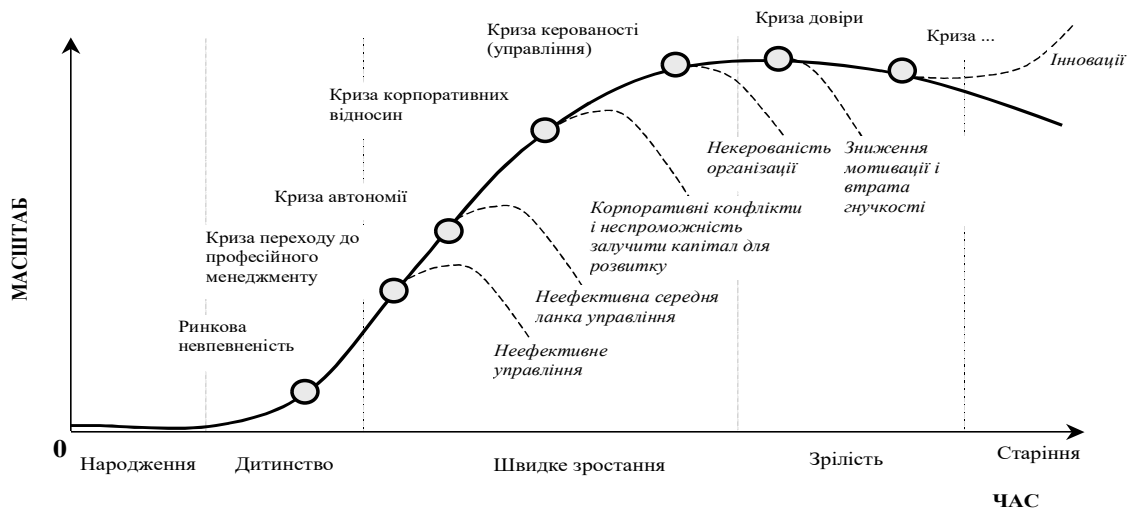


Рис. 1. Крива життєвого циклу підприємства за І. Адісесом [1]

Стадії визначаються через значущі проблеми та стилі управління. Кожна стадія залежить від набору багатьох параметрів, її не можна однозначно визначити динамікою якогось одного показника.

Необхідно також відзначити, що крива життєвих циклів ні в якому разі не є інструментом прогнозування. Це скоріше – зручний засіб візуалізації станів, в які потрапляє типова компанія протягом свого життя. Більше того, ніщо не заважає компанії потрапляти в ці стани в послідовності, відмінній від тієї, яка вважається загальноприйнятною.

Кожна стадія може бути охарактеризована з точки зору нормальних і аномальних проблем. Нормальні – це типові проблеми, властиві даній стадії. Рішення задач, породжуваних цими проблемами, переводить компанію на наступний етап розвитку. Аномальні – це проблеми, не властиві даній стадії, зазвичай є наслідками проблем, не вирішених на попередній стадії. Невирішені нормальні проблеми попередньої стадії переростають в аномальні проблеми подальшої. Якщо це відбувається, компанія може припинити існування на будь-якому з етапів розвитку. Важлива думка, що зустрічається не тільки в книзі Адісеса, але і в різних статтях інших авторів, така: існує можливість для компанії залишатися на стадії розквіту як завгодно довго, не переходячи кордон стабільності і подальшого спаду. Стадією розквіту Адісес називає стан балансу між гнучкістю і самоконтролем. На ранніх стадіях гнучкість переважає над контролем, на найпізніших – контроль переважає над гнучкістю. На етапі розквіту менеджери знаходяться в ейфорії від того, наскільки добре йдуть справи у компанії. Компанія має хороші показники прибутковості і проникнення на ринок. Однак саме на цьому етапі компанія може увійти в стадію занепаду, і це не буде відразу помітно.

Життєвий цикл компанії, для зручності, можна представити у вигляді п'яти стадій: (1) створення компанії – поява на ринку; (2) зростання компанії; (3) зрілість (розквіт) компанії; (4) стабільність і

(5) занепад компанії. У цьому випадку можливо дослідити показники грошового потоку, пов'язані з операційною, фінансовою та інвестиційною діяльністю фірми [2].

Оскільки будь-яка компанія у своєму розвитку прагне досягти стадії розквіту, то це прагнення має підтримуватися як на початкових етапах розвитку, так і в період стабільності і більш пізніх етапах, якщо є можливість провести оновлення компанії і запобігти її зникненню. На етапі розквіту компанія повинна прагнути утримати свої позиції.

Запропонований механізм дозволяє розпізнати стадію зростання, яка є більш узагальненим рівнем, ніж у Адізеса.

На додаток до механізму фінансових показників можна використовувати відомості про цілі, які ставить перед собою компанія, і порівняти з традиційним шаблоном, а також використовувати відомості про попередню історію компанії і порівняти її з кривою життєвого циклу.

моделі компанії в динаміці, включення в досліджувану модель ефекту запізнювання реакції моделі на зміну фінансових показників;

- виявлення узагальненого показника життєздатності компанії.

Робота з пошуку наявних досліджень на тему життєвих циклів дає позитивний результат. Подальші дослідження можуть включати в себе:

- емпіричне дослідження обраної групи фінансових показників;
- їх групування з метою виявлення стадій життєвого циклу як сукупності діапазонів показників;

- вивчення стилів поведінки компаній на різних стадіях життєвого циклу з метою виявлення успішних і неуспішних сценаріїв ведення бізнесу;

- опис результатів. Дійсно, дослідники вже задавалися питанням співвіднесення фінансових показників і стадій життєвого циклу компаній. Однак такі дослідження не надають сформованої теорії або моделі, якою можна було б користуватися як науковою основою для управління компанією.

Однак, механізм оцінювання компанії дозволяє розпізнати деякі ознаки початку спаду: це зміщення шаблону грошових потоків у бік стадії спаду, а також негативне зростання прибутковості. Результативність компанії повинна визначатися тим, чи вдається їй залишатися в стадії розвитку, чи дотримуються керуючі довгострокової мети існування.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Адизес И.К. Управление жизненным циклом корпорации. СПб.: Питер, 2007.
2. Міночкіна О. М. Методика створення статистичних моделей життєвих циклів підприємства. Проблеми науки. 2015. № 4. С. 23–27.