

Список використаних джерел:

1. Бобко Л.О., Мазяр А.В. Проблеми корпоративної соціальної відповідальності бізнесу в Україні. Ефективна економіка. 2019. №5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2019/39.pdf
2. Розвиток КСВ в Україні: 2010–2018. Укладачі: Зінченко А., Саприкіна М. – К.: Видавництво «Юстон», 2017. – 52 с.

Корнієнко М.О., студентка
Науковий керівник: Маліновська О.Я.,
кандидат економічних наук, доцент, доцент
кафедри економіки та менеджменту
Львівський національний університет імені
Івана Франка, м.Львів, Україна

ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

На сучасному етапу даній темі, як стратегічне управління, в розвинених країнах світу присвячено безліч багатотомних видань, зміст яких неможливо коротко переказати. Але головне полягає в тому, що детально описувати модель світового стратегічного менеджменту не має сенсу через неповторність досвіду, пов'язаного з різними умовами застосованості і з різною ментальністю народів.

Існує низка бачень того, що являє собою стратегічне управління, подані зарубіжними та вітчизняними авторами. Аналізуючи їх, можна сформулювати наступне: стратегічне управління - прийняття та реалізація рішень, спрямованих на досягнення бажаного стану об'єкта управління в майбутньому, що враховує безперервну зміну зовнішніх і внутрішніх умов його функціонування.

Стратегічне управління для багатьох українських підприємств є незвичним, але таким, що набирає силу явищем. Необхідність в ньому проявляється в складних, нестабільних умовах розвитку світової економіки та в процесі переходу від планової економіки до ринкової. Стратегічне управління спрямоване на розширення горизонтів передбачення, створення можливостей своєчасної реакції підприємства на певні зміни середовища на ринках товарів, послуг, в науково-технічній і політичній сферах.

В ринкових умовах кожен суб'єкт господарювання самостійно будує власне майбутнє і надалі його може супроводжувати як успіх, так і невдачі, наприклад банкрутство.

У процесі діяльності перед підприємством постають різні завдання, що в результаті позначаються на зміні системи управління. До основної об'єктивної проблеми відносять постійно зростаючу нестабільність, складність зовнішнього середовища, практичне вирішення якої вимагає розробки більш деталізованих систем управління та залежить від ступеня опанування керівниками організацій методології стратегічного управління.

Стрижнем стратегічного управління є стратегія, тобто система ринкових стратегій, до якої відносять ряд взаємопов'язаних організаційно-економічних, правових і трудових стратегій.

В сучасних умовах господарювання можна виділити такі підходи до вироблення стратегій:

1. Стратегія диференціації, її суть полягає в концентрації організацією своїх зусиль на декількох пріоритетних напрямках, де вона намагається мати більше переваг над іншими. Ці напрями можуть бути різними, тому варіантів стратегії існує дуже багато.

2. Контроль над затратами. Стратегії такого типу базуються на зниженні власних витрат в порівнянні із затратами конкурентів шляхом обов'язкового контролю над затратами, або шляхом регулювання розміру підприємства і обсягу продукції, завдяки чому досягається вища ефективність виробництва.

3. Стратегія фокусування. В цьому випадку підприємство цілеспрямовано орієнтується на якусь групу споживачів, або на обмежену частину асортименту продукції, або на специфічний географічний ринок.

Проблемами, пов'язаними з реалізацією стратегії, є: її невідповідність структурі фірми; високий ризик; відсутність навичок; слабкість інформаційних систем; недосконалість методів діяльності [1]. Підприємство може потрапити в кризу, якщо не передбачити певних обставин, які змінилися, і не звернути увагу на них вчасно. Дана криза може статися, якщо обставини зміняться надто швидко і підприємство зможе відреагувати не на останні, а на передостанні зміни. Ті підприємства, які давно існують в своїй галузі і займають в ній провідне становище, найшвидше реагують на зміну зовнішніх факторів. Одна із причин успіху цих підприємств — здатність весь час вносити корективи [2]. Тому, зростання динамічності зовнішнього середовища обумовлює необхідність вдосконалення інструментарію стратегічного управління підприємства. В таких умовах актуальним є забезпечення стратегічної стійкості підприємства, що дозволяє забезпечити йому стійкі конкурентні позиції.

Стратегічну стійкість характеризують як здатність підприємства досягати місії та поставлених стратегічних цілей за постійного нестабільного впливу чинників зовнішнього та внутрішнього середовищ, зберігаючи свою цілісність і гармонійний розвиток. Стійкість і цілісність системи зберігаються в довгостроковому періоді за достатньої гнучкості суб'єкта управління його стратегічного розвитку [3].

Наведемо основні характерні особливості стратегічного управління, необхідні для ефективного управління суб'єктами господарювання в сучасних умовах:

1. Щоб бути успішним, діяльність підприємства повинна бути цілеспрямованою, тобто воно повинне мати стратегію, яка визначає функціонування системи управління підприємства.

2. Ефективність діяльності підприємства визначається ступенем досягнення нею стратегічних цілей.

3. Стратегія не є непорушною, а повинна змінюватися при настанні істотних

змін у зовнішньому середовищі підприємства або в ході реалізації стратегічних планів.

Процес стратегічного управління загалом складається з трьох взаємопов'язаних етапів:

- підготовчого, який слугує основою інформаційного забезпечення розробки стратегії;
- головного етапу - етапу розробки стратегії;
- заключного етапу - етапу реалізації, корегування і зворотнього зв'язку.

На кожному етапі реалізуються певні функції:

1. Стратегічний аналіз і прогнозування зовнішнього й внутрішнього середовища організації.

2. Стратегічне планування.

3. Стратегічна організація і мотивація, контроль і регулювання.

Отже, основні функції виконуються в процесі певних взаємопов'язаних дій і втілюються в конкретні результати. Основні результати стратегічного управління можна представити у вигляді логічного ланцюга стратегічних результатів: оцінка – прогноз – стратегія – стратегічний план – програма – проект – оцінка результатів.

Наука управління пропонує різноманітні методи управління, зокрема, засновані на таких сучасних підходах як синергетичний та рефлексивний.

Синергетичний підхід є альтернативою кібернетичному, він характеризує управління як створення таких умов діяльності системи, за яких вона була б життєздатною. При цьому вважається, що розвиток – це процес, який характеризує незворотну, закономірну зміну системи та є її універсальною властивістю. Основним інструментом рефлексивного управління є формування «образів» тих елементів і підсистем, з якими необхідно здійснювати взаємодію. У системі підприємництва це вимагає забезпечення побудови та підтримки трьох основних типів образів. Перший – це образ підприємства як типового представника множини підприємств у «свідомості» органів державного управління. Другий – ідеальний образ підприємства в його власній свідомості, орієнтир для розвитку. Третій образ – ідеальна з точки зору підприємництва влада, яка формується в колективній «свідомості» недержавних громадських організацій та доводиться до відома представників влади з метою наближення реального стану влади до ідеального [4].

Отже, у дослідженні було розглянуто поняття стратегічного управління. Таким чином, запровадження системи стратегічного менеджменту в західних країнах було результатом об'єктивної необхідності. На вітчизняних підприємствах запровадження цієї системи стратегічного управління пов'язане з багатьма проблемами, передусім з усвідомленням того, що для отримання бажаного результату потрібно одночасно вирішувати поточні і стратегічні завдання.

Єдиного плану оптимального управління підприємством просто не існує, у кожного підприємства є свої особливості, для якого необхідно вибирати той тип управлінської поведінки, який найбільше відповідає певному виду проблеми в даній організації.

Список використаних джерел:

1. Маліновська О.Я., Особливості оцінки ефективності державного управління / О.Я. Маліновська, Ю.В. Жижка // Сучасна парадигма публічного управління [матеріали Міжнарод. наук.-практ. конф. (17-18 жовтня 2019 р., м. Львів)] / за наук. ред. к.е.н., доцента Стасишина А.В. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. – С. 53-57.
2. Маліновська О.Я. Особливості формування системи управління якістю діяльності органів виконавчої влади. / О.Я. Маліновська, В.І. Кухар // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: «Економіка і менеджмент – 2019. – № 36. – С. 86-90.
3. Довгань Л.Є. Стратегічна стійкість у системі стратегічного управління підприємством/ Довгань Л.Є., Мохонько Г. А.//Актуальні проблеми економіки. – 2010. - №11. - С.118
4. Кашуба Я. М. Вибір методів та підходів стратегічного управління розвитком підприємництва/ Кашуба Я. М.// Економіка та держава. – 2011. - №9. – С.16

Козлов О.Ю., студент

Науковий керівник: Громова О.Є.,

к.е.н., доцент

Вінницький торгово-економічний інститут
КНТЕУ, м. Вінниця, Україна

МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ ВПЛИВУ НА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧІВ

Розвиток ринкових відносин і посилення конкурентних процесів актуалізує необхідність вивчення і розуміння психології споживача та причин прийняття ним певних рішень. У конкурентній економічній системі для виживання і розвитку керівництву підприємства необхідне точне розуміння поведінки споживача: як він купує, чому купує, де купує, що саме купує і т. д. Тому сучасним менеджерам і маркетингологам слід знати, хто є їх клієнтами, чому вони вибирають певні продукти, мотиви їх вибору тощо, адже успішна діяльність підприємства залежить насамперед від того, наскільки кожна стадія бізнесу — продукт, реклама, післяпродажне обслуговування і т. д. — задовольняє потреби споживача.

Якісні дослідження використовують для первинного дослідження маркетингової проблеми і припускають невеликий обсяг досліджуваної проблеми, проте результати якісних досліджень не можна представити у кількісній формі. Якісні методи припускають збір інформації у вільній формі; вони фокусуються не так на статистичних вимірах, а спираються на розуміння, пояснення та інтерпретацію емпіричних даних, є джерелом формування гіпотез і продуктивних ідей. Завдання методів якісних досліджень – отримати розвідувальні дані, а не кількісний розподіл думок. У якісних методах для того, щоб пояснити, інтерпретувати поняття, використовуються не цифри, а слова. Іншими словами, вони відповідають не на питання «скільки», «як» і «чому».

Кількісні дослідження розраховані на аналіз великого обсягу даних і надання результатів дослідження у кількісному та відсотковому співвідношенні (наприклад, % споживачів, які відвідують заклад для дружніх або ділових зустрічей, для недільного обіду з сім'єю).