

Таким чином, з огляду на переваги та недоліки Інтернет-ресурсів комплекс переваг інструментів Інтернет-маркетингу дає змогу найбільш точно уявити вигоди, привілеї та цінності використання Інтернет-технологій підприємством за умов посилення трансформаційних процесів у суспільстві, інтернаціоналізації, глобалізації, інформатизації соціально-економічних процесів та розвитку міжнародних комунікацій.

Список використаних джерел:

1. Астахова І.Е. Особливості використання Інтернет-технологій в маркетинговій діяльності підприємства. Глобальні та національні проблеми економіки. 2018. № 22. С. 249–252.
2. Богуславська М.В. Новітні технології Інтернет-маркетингу. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». 2017. № 5 (27).
3. Войнаренко С.М. Інноваційні маркетингові технології як напрям підвищення ефективності комунікації. Економіка: реалії часу. 2013. №5(10). С. 70–74.
4. Зоріна О.І. Вплив маркетингових комунікацій на діяльність підприємства в сучасних умовах. Глобальні та національні проблеми економіки. 2018. № 21. С. 284–287.
5. Кузнецова Н. Інтернет-маркетинг в Україні: проблеми та перспективи. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. 2012. № 137. С. 64-67.
6. Ляшенко Г.П. Інтернет-маркетинг та його інструменти. Науковий вісник Національного університету ДПС України (економіка, право). 2013. № 3(62). С. 59-65.
7. Штельма Н. Маркетингові комунікації ХХІ століття. Галицький економічний вісник. – 2010. № 126. С. 61–65.

Сак Т. В., к.е.н., доцент

Жолоб К.О., магістр

Східноєвропейський національний
університет імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

ПОСЛІДОВНІСТЬ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА

Формування стратегії розвитку підприємства являє собою сукупність взаємопов'язаних і взаємообумовлених елементів, об'єднаних єдиною глобальною метою – забезпечити і підтримувати високий рівень конкурентоспроможності. Як і будь-яка система, стратегія схильна до впливу певних закономірностей, їй повинні бути притаманні такі характеристики, як цілісність, інтегративність, системність тощо. Суттєвий вплив на зміст стратегії розвитку підприємства має неоіндустріальна трансформація, основним завданням якої є реконструкція індустріального фундаменту і впровадження принципових нововведень, забезпечення стійкого зростання, дотримання екологічних вимог, збереження довкілля та ресурсоефективність [2, с.6]. В таких умовах процес вибору стратегії має опиратися на оцінку стартових умов функціонування та передбачення сценаріїв майбутньої поведінки підприємства в рамках переходу промисловості до технологій шостого укладу. Даний процес може складатися з двох основних частин: дослідження і формування сукупності можливих стратегій залежно від реального стану підприємства і від сценаріїв його майбутнього розвитку та вибору певного виду стратегії.

Сучасна стратегія підприємства – це майбутнє бачення органічного

поєднання ефективних бізнес-стратегій, у рамках яких досягається системний синергетичний ефект. Розробку стратегії розвитку підприємства доцільно здійснювати у взаємозв'язку з цілями інноваційного розвитку. Такий взаємозв'язок дозволяє проявитися ефекту синергізму. Синергетичний ефект стратегії збалансованої розвитку буде характеризуватися збільшенням доходів через впровадження інновацій, зниженням витрат за рахунок ресурсозбереження. Це дозволить підприємству вийти на новий рівень управління.

Враховуючи вищенаведені аспекти, розглянемо основні етапи розробки стратегії розвитку. Формування стратегії передбачає комплекс необхідних заходів – послідовних етапів.

На першому етапі аналізують внутрішні та зовнішні фактори, які впливають на діяльність підприємства. На другому – переглядають цілі розвитку підприємства в контексті їх збалансованості та адаптивності до умов сьогодення. Ключовими завданнями стратегічного керування у вирішенні цих питань є функції. Визначення функцій підприємства слугує основою формування його місії та стратегічного бачення.

На третьому етапі діагностують соціально-економічну систему взаємопов'язаних показників підприємства. Розрізняють глобальну експрес-діагностику і функціональну діагностику. Такий розподіл обумовлений відмінністю завдань, що передбачає оцінку ухвалених стратегічних рішень на основі проведеного аналізу.

Четвертий етап – «Розробка концепції стратегічного управління» є підґрунтям для проведення майбутніх перетворень. Головним у цей період є об'єднання зібраної інформації для опрацювання концепції стратегічного управління збалансованим розвитком. Призначенням концепції є визначення головних стратегічних напрямів розвитку підприємства з урахуванням змін зовнішніх факторів.

На п'ятому етапі здійснюється оцінка стратегічних альтернатив і вибір оптимальної стратегії розвитку, що дозволить перейти на наукомістке, прогресивне виробництво.

Шостий етап – це формування програми розвитку підприємства. Важливим на даному етапі є окреслення принципів управління. Бояринова К. О. визначає такі основні домінанти стратегічного управління в умовах неоіндустріалізації та розвитку нооекономіки: трансцендентність управління на мікрорівні з інтеграцією в мезо- і макропроцеси, що передбачає орієнтацію управління інноваційним розвитком підприємств на Європейську (континентальну) модель; зміна вектору інвестиційного забезпечення з інвестиційно-інноваційної моделі на інноваційно-інвестиційну – подолання протиріччя між рівнем інноваційного потенціалу та складністю і високовартісністю інноваційних проектів; орієнтація на управління інноваційно стійким саморозвитком – забезпечення інноваційного стійкого розвитку [1].

На заключних етапах здійснюється реалізація стратегії розвитку, проводиться контроль і оцінка результатів. На цьому етапі виявляють

відповідність фактичних результатів діяльності підприємства запланованим і вживають заходів щодо їх коригування.

Отже, процес формування стратегії розвитку підприємства досить трудомісткий і тривалий. Наявність стратегії розвитку підприємства сприяє більш ефективному використанню наявних ресурсів та можливостей, підвищує системність та обґрунтованість прийнятих управлінських рішень. Розробка стратегії розвитку – ефективний механізм підвищення рівня їх конкурентоспроможності. Стратегія розвитку підприємства повинна відповідати перетворенням у національній економіці, гармонізувати вплив і взаємозв'язки між факторами внутрішнього та зовнішнього середовища. У процесі формування стратегії особливу увагу варто приділити інноваційному напрямі розвитку, як основі неоіндустріалізації.

Список використаних джерел:

1. Бояринова К. О. Інноваційний розвиток підприємств машинобудування на засадах нооуправління. *Проблеми економіки*. 2014. № 2. С. 230-235.
2. Неоіндустріальна трансформація промислового потенціалу України : колективна монографія / [Дейнеко Л.В., Шовкун І.А., Шелудько Е.І. та ін.]; за ред. д-ра екон. наук, проф. Л.В.Дейнеко; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогноз. НАН України». К., 2016. 278 с.

Савченко В.С., студентка
Науковий керівник: Дорошенко Г.О.,
д.е.н., професор
Харківський національний університет
імені В.Н. Каразіна, м. Харків, Україна

ФОРМУВАННЯ ПОКАЗНИКІВ ДЛЯ УПРАВЛІННЯ МОТИВАЦІЄЮ ПРАЦІ

Протягом багатьох років обговорюється питання щодо організації відповідальності менеджерів за центрами виникнення прибутку та витрат. На практиці виявляється, що вже недостатньо генерувати прибуток та забезпечувати максимальну прибутковість компанії. Далекоглядні керівники розуміють, що їх компанія повинна формувати власні конкурентні переваги, які забезпечать процвітання організації [1].

Така стратегія вимагає не тільки сил, але і значних витрат на реалізацію. Великою її перевагою є те, що при чіткому виконанні вона забезпечує успішне майбутнє організації.

Після того, як буде розроблено стратегію розвитку підприємства, її головні цілі та завдання необхідно виконувати. Для цього існує спеціально розроблена збалансована система показників (Balanced Score System, BSS ЗСП), метою якої є переведення стратегічних цілей в оперативну площину. За допомогою ЗСП кожної миті можна відповісти на питання, з якою кількісною ефективністю сьогодні реалізується стратегічний план.

Перед сучасними компаніями виникли дві важливих проблеми [2].