

Попрозман О., к.е.н., доц.
НУФВСУ. м. Київ, Україна

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ КОРПОРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Вступ. Ринкова економіка формує нові вимоги до корпорацій, що обумовлюється не тільки наявністю конкуренції та високими вимогами до якості товарів та послуг, але й необхідністю гнучко реагувати на зміни ринкової ситуації, яка не завжди сприяє процвітанню корпорації. Успіх корпорації залежить від здатності передбачати та змінювати структуру роботи і управління, розробляти та впроваджувати нові види товарів та послуг, правильно планувати обсяги робіт, послуг, інвестиції та прибутки, щоб досягти найбільшого ефекту і забезпечити розвиток корпорації в довгостроковій стратегічній перспективі.

Основна частина. Стабільний довготривалий розвиток корпорації можливий лише за умови визначення чітких довгострокових стратегічних цілей і розробки конкретних шляхів їх досягнення. Однієї і тієї ж цілі можна досягнути різними методами та засобами. У зв'язку з цим виникає питання: як намічена ціль може бути практично реалізована, та в який спосіб? Намагаючись надати відповідь на ці питання, кожна корпорація повинна розробляти різні види корпоративних стратегій.

Перш, ніж приступати до початку розробки власної стратегії, корпорація повинна оцінити своє положення у економічній сфері бажаного сектору економіки, свої переваги та ризик зазнати банкрутства. Корпоративний менеджмент повинен враховувати як фактори макросередовища такі як, макроекономічна політика держави, рівень розвитку продуктивних сил країни в цілому і у окремих регіонах, так і умови мікросередовища які характеризують постачальників та споживачів, кон'юнктуру регіонального ринку рівень попиту тощо [1, 5].

Управлінська стратегія є одним з найважливіших видів корпоративної стратегії компанії, що забезпечує всі основні напрямки розвитку її управлінської діяльності та економічних відносин шляхом формування довгострокових цілей, вибору найефективніших шляхів їх досягнення, адекватного корегування напрямків формування та використання ресурсів при зміні зовнішнього середовища. Стратегічне управління виникло на основі розвитку методології стратегічного планування, що становить його сутнісну основу. На відміну від звичайного довгострокового планування, заснованого на концепції екстраполяції сформованих тенденцій розвитку, стратегічне планування враховувало не тільки ці тенденції, але й систему можливостей розвитку корпорації, виникнення надзвичайних ситуацій, змінити сформовані тенденції в майбутньому періоді [2, 3].

Корпорація, як об'єкт стратегічного корпоративного управління представляє собою відкриту комплексну систему, що інтегрує всі напрямки й форми діяльності різних структурних її підрозділів. Стратегічна зона діяльності представляє собою самостійний сегмент у рамках організації. Стратегічна

одиниця являє собою самостійний структурний підрозділ корпорації в рамках стратегічної зони діяльності, що здійснює як правило одно галузеву діяльність, керівництво якої, повністю відповідає за результати його роботи. Звичайною стратегічною одиницею виступає компанія, що має перспективи довгострокового розвитку.

Корпоративні стратегії формуються, як правило, за основними видами їх діяльності в розрізі найважливіших функціональних підрозділів. До числа основних стратегій цього рівня відносяться: управлінська, персоналу, економічна, маркетингова, виробнича, фінансова, інноваційна. Корпоративна стратегія спрямована на деталізацію місії корпорації.

Для визначення цілей і сфери застосування ресурсів корпорації потрібно поставити конкретні, засновані на розрахунках завдання. Вони можуть бути кількісними, наприклад реалізація деякої кількості товарів або послуг, а у економічній галузі організація може поставити таке завдання: досягнення коефіцієнтом ефективності або коефіцієнтом заборгованості певного рівня. На основі певної мети сфери застосування, поставлених завдань розглядається стратегія корпорації [2, 4].

Загальнокорпоративна стратегія зазвичай охоплює питання з побудови стратегічних зон господарювання, інвестиційних пріоритетів, синергії стратегічних зон господарювання. Стратегія окремих бізнес-одиниць або стратегічних зон господарювання концентрує увагу, як правило, на проблемах забезпечення успішної конкуренції визначених структур, на формуванні відповідної реакції останніх на зміну умов економічного середовища та корегування їх стратегічних ініціатив.

Корпоративна управлінська стратегія погоджується із суспільною стратегією розвитку компанії. Це фактор забезпечення нормального функціонування в майбутньому. Початкове завдання - розвиток здорової конкуренції, що визначається в процесі розробки, інноваційного, маркетингового, організаційного, цінового, збутового й іншого напрямків, як стратегії корпорації, так і її політики. У процесі розробки управлінської стратегії встановлюється мета та характер діяльності. Розглянута система управління корпорацією може бути доповнена відповідно до конкретних умов управлінської діяльності [1, 3].

В теоретичному плані корпоративна стратегія розглядається як невід'ємна частина загального планування діяльності корпорації. В економічній сфері здебільшого проявляється невпевненість та неоднозначність. Ризик вкладень грошей виявляється в двох видах ризику (систематичній та несистематичній) що пов'язано з економічною системою та відповідною діяльністю даної корпорації. Систематичний ризик визначається впливом зовнішнього середовища, а несистематичний – внутрішніми відносинами, суб'єктивними та об'єктивними.

Одночасно з встановленням цілі потрібно визначити можливу сферу використання ресурсів корпорації. Менеджери розглядають можливі нові ринки для залучення сировини, матеріалів, устаткування. Для визначення цілей та сфери використання ресурсів менеджмент може поставити конкретні, засновані на розрахунках завдання. Корпоративний менеджмент погоджується з загальною

стратегією розвитку корпорації. Це є фактор забезпечення нормального функціонування корпорації в майбутньому [3, 5].

Висновки та пропозиції. У сучасних економічних умовах стратегія корпорації повинна враховувати дію об'єктивних економічних законів, кон'юнктуру ринку та чинники зовнішнього середовища. Стратегія повинна бути випереджальною з використанням математичних методів прогнозування, тобто при її реалізації необхідно не пристосовувати стратегію розвитку системи корпоративного менеджменту до обставин, а формувати стратегію корпоративного менеджменту спрямовану на зміну обставин в інтересах власне корпорації.

Використана література:

1. [Давиденко Н М.](#) Корпоративне управління в акціонерних товариствах: монографія / Н. М. Давиденко. - К.: [б. в.], 2011. - 355 с.
2. [Квач Я. П.](#) Корпоративне управління організаційним розвитком: креативні засади: [монографія] / Я. П. Квач [та інші.]; наук. керівництво О. С. Редькін. - Ізмаїл: СМІЛ, 2008. - 272 с.
3. Корпоративне управління: сучасні світові тенденції розвитку та проблеми впровадження в Україні: зб. матеріалів I Всеукр. наук. конф. студ. та молодих учених, 9-10 листоп. 2011 р. / Держ. вищ. навч. закл. "Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана"; [редкол.: З. Є. Шершньова та ін.]. - К.: КНЕУ, 2011. - 84 с.
4. Корпоративне управління в Україні: процеси формування та розвитку: монографія / [Н. А. Хрущ та ін.]; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. Н. А. Хрущ; Хмельниц. нац. ун-т. - К. : Кафедра, 2012. - 299 с.
5. Попрозман О. І. Вплив інституціональної сфери на формування нової соціально-економічної моделі економіки України //Збірник наукових праць. Державний науково-дослідний інститут інформатизації та моделювання економіки. Формування ринкових відносин в Україні. Випуск № 1 (188). - Київ 2017. С. 23 – 29.

Порфіренко В., к.е.н., доц.
НТУ, Київ, Україна

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТА ЕФЕКТИВНОГО ЗАСТОСУВАННЯ ЕЛЕКТРИЧНИХ АВТОБУСІВ ПРИ ВИКОНАННІ МІСЬКИХ ПАСАЖИРСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

Міський пасажирський транспорт міст-мегаполісів оснащений, в основному, дизельними двигунами внутрішнього згоряння (ДВЗ) і є джерелом особливо шкідливих викидів в повітря. За оцінками ВООЗ через забруднення повітря українці втрачають близько 2,5 років життя, що є одним з найгірших показників у світі [1].

Окрім забруднення повітря, існує й фактор переважаючості міських автодоріг в мегаполісах[2]. Так, м.Київ увійшов у двадцятку міст світу із найбільшими заторами. Про це свідчать дані щорічного дослідження індексу руху транспорту в 2019 році Traffic Index на сайті компанії [TomTom](#), яка займається виробництвом навігаторів та створенням програмного забезпечення для них [3]. У рейтинг увійшли 416 міст у 57 країнах світу на шести континентах. У рейтингу міст з найбільшими заторами Київ посів 12-те місце у світі і третє місце в Європі. Гірша ситуація серед європейських міст лише в Стамбулі та в Москві. У порівнянні з 2018