

Тищенко М. – студент

Науковий керівник: к. е. н., ст. викл.
Г. Македон
ВП НУБіП України «Ніжинський
агротехнічний інститут»
м. Ніжин, Україна

Стратегічне управління сталим розвитком підприємства

Стратегічні інтереси організацій полягають в адаптації до впливу зовнішнього оточення і збереженні стійкості розвитку, що є складною і багатоаспектною проблемою. У процесі формування стратегії розвитку необхідно враховувати динамізм і мінливість кон'юнктури ринку, оскільки вони визначають майбутні фінансові надходження і їх можливі відхилення; вартість і динаміку виробничих потужностей; фактор часу, тобто моменти початку етапів, періоди їх реалізації.

Складність і динамізм зовнішнього і внутрішнього середовища, ускладнення вимог, що пред'являються до діяльності підприємств на кожному етапі розвитку економіки, викликає необхідність формування відповідної системи управління, мета якої – прийняття таких рішень, при яких стратегічні позиції і стан підприємства відповідали б критеріям ефективності діяльності організації.

Обов'язковою умовою існування будь-якої системи, в тому числі і соціально-економічної, є розвиток як ключовий фактор, що забезпечує конкурентоспроможність підприємства. Економічний словник трактує категорію «розвиток» як процес закономірного зміни, переходу з одного стану в інший, більш досконале; перехід від старого якісного стану до нового, від простого до складного, від нижчого до вищого [1].

Аналіз наукової літератури дозволив зробити висновок про те, що основним змістом економічної діяльності промислового підприємства є процес доцільних безперервних змін. Поняття «розвиток» визначається як необоротне, спрямоване, закономірне зміна його складу або структури, яка враховує специфічні особливості підприємства як економічної системи [2].

Сучасна економічна ситуація зумовила необхідність розглядати розвиток з точки зору комплексного підходу, що характеризує зміну підприємства з урахуванням як ступеня задоволеності цільових споживачів, так і ефективності розподілу і використання факторів виробництва. Виходячи з вищевикладеного, уточнимо визначення «розвиток підприємства». Розвиток підприємства – це процес цілеспрямованих змін фінансово-господарської діяльності підприємства, забезпечує його конкурентоспроможність з метою підвищення стійкості існування.

Особливістю комплексної системи показників фінансово-господарської діяльності є велика кількість вимірників, у чому суперечливо характеризують одні і ті ж сторони функціонування підприємства. Отже, виникає необхідність, по-перше, структурування показників господарської діяльності, щоб система відповідала принципом несуперечності; по-друге, агрегування безлічі показників з метою надання цілісності системі.

У якості керуючої системи виступають суб'єкти, що визначають процес розвитку підприємства як цілеспрямована зміна його стану. Суб'єкти, власники, керівники (топ-менеджмент), керівники та фахівці підрозділів і служб підприємства реалізують свої інтереси, формують інформаційні потреби, функціональні зв'язки, беруть адекватні управлінські рішення, спрямовані на збереження положення підприємства і його подальший розвиток.

В основі управління розвитком лежать наступні принципи:

- науковість – виражається в тому, що управлінські рішення базуються на об'єктивній, повній і достовірній інформації про стан і перспективи розвитку підприємства;
- системність – передбачає, що всі функції управління розвитком розглядаються у взаємозв'язку;

- комплексність – означає, що взаємодія здійснюється на всіх вертикальних і горизонтальних рівнях організації (а також комплексність робіт підрозділів і служб підприємства);
- процесність являє собою сукупність послідовних взаємопов'язаних дій щодо встановлення цілей, формування та використанню ресурсів організації, призначених для досягнення заданих параметрів розвитку;
- гнучкість полягає в обліку численних і різноманітних факторів зовнішнього середовища і в оперативності реагування на їх зміни;
- ефективність має на увазі, що результативність системи управління визначається співвідношенням ступеня досягнення системою поставлених цілей і витратами на досягнення отриманого результату.

Сполучною ланкою між підсистемами виступають функції управління: планування, організація, мотивація, контроль, координація. Взаємозв'язок і взаємодія підсистем забезпечує досягнення поставлених перед підприємством цілей розвитку. До параметрів, які характеризують розвиток підприємства, можна віднести характер процесу розвитку, ступінь гнучкості системи управління, характер стратегій, використовуваних при вирішенні проблем розвитку, напрямки розвитку підприємства, ставлення до фактору часу, ступінь відхилення від траєкторії розвитку. Відхилення від заданої траєкторії розвитку, що виникають в керованій підсистемі викликають необхідність вжиття заходів управлінського впливу, спрямованих на збереження стійкості системи.

Джерела та література

1. Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020»: Указ Президента України від 12 січня 2015 р. № 5/2015. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5/2015> (дата звернення 05.10.2020).
2. Пакулін С. Л., Пакуліна А. А. Управління сталим розвитком сучасного підприємства. *Траєкторія науки*. 2016. № 3 (8). С. 201–217.
3. Скриль О. К. Синтез механізмів управління економічною стійкістю підприємств: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04. Полтава, 2016. 21 с.

Тітєвська Д. – студентка

Науковий керівник: доц. Н. Бочарова
Таврійський державний
агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного
м. Мелітополь, Україна

Маркетинг-менеджмент в сьогоденній економіці

Жодна організація не може існувати заради самої себе, її головне завдання – задоволення потреб тих груп населення, для обслуговування яких вона й була створена. Методи та інструменти маркетингу найкраще підходять для вирішення цього завдання.

Метою даної роботи є ознайомлення з таким аспектом керування як маркетинг в управлінні організацією. В сьогоденній економічній ситуації роль маркетингу в управлінні організацією стає більш актуальною та потрібною. Переорієнтація виробництва на споживача, його інтереси й переваги можлива лише за умов насичення ринку та здорової конкуренції. Тому нині підприємствам необхідно налаштовуватись на маркетингову філософію бізнесу, на активну економічну й господарську діяльність з чітко сформованими цілями та адекватно обраними засобами для досягнення цих цілей.

Маркетинг – єдина можливість утриматися «на плаву» в бурхливій течії часу. Роль маркетингу в успішній організації настільки значна, що до нього неможливо підходити вузько-спрямовано.