

сті - організаційно-економічних відносин у науково-інноваційній сфері, методів активізації інноваційної діяльності, збереженні кадрового потенціалу та забезпеченні конкурентоспроможності підприємств, а також розвитку нових форм інноваційного підприємництва.

Література

1. Боярська М.О. Управління інноваційними процесами на підприємствах: особливості реалізації / М.О. Боярська // Економіка підприємства та управління виробництвом. – 2011. – №4. – С.112-116.
2. Варфоломієва В.О. Підвищення якості й оптимізація управління інноваційною діяльністю. // Актуальні проблеми економіки. – 2008. - №7. – С.100-106.
3. Козловський В.О. Інноваційний менеджмент: навч. посіб. / В.О. Козловський. – Вінниця: ВНТУ, 2007. – С. 156-158.
4. Колінко Н.О. Управління інноваційною діяльністю як основа якісних зрушень / Н.О. Колінко// Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – №4. – С. 98-105.
5. Микитюк П.П. Інноваційна діяльність: навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / П.П. Микитюк, Б.Г. Сенін. – К.: Центр навчальної літератури, 2009. – С.244-250.

Маркович І.Б.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ ІЗ ВРАХУВАННЯМ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ЧИННИКІВ

Традиційний підхід до планування розвитку промислового підприємства, в основу якого покладені принципи раціоналізації організації виробництва, постійного зниження витрат за рахунок виявлення внутрішніх резервів, тобто зосередження уваги на підприємстві як закритій системі, вичерпаний. Виявилось недалекоглядним вважати цілі і завдання підприємства заданими та такими, що залишаються сталими, чітко прогнозованими протягом тривалого періоду часу. Тому побудова стратегії розвитку організації, яка базується лише на оперативних адаптивних заходах, не може вважатися перспективною.

Реалізація короткострокових планів іноді дозволяє отримати відповідні короткотермінові успіхи – це може бути збільшення обсягів реалізації продукції, зменшення абсолютних чи відносних розмірів певних статей витрат і т.д. Але в сучасних умовах ключовим фактором успіху стає розробка та планомірна реалізація стратегічних планів, в яких комплексно та багатовекторно враховані внутрішні можливості підприємства, зовнішні фактори, особливості економічних процесів, які відбуваються як в національних межах, так і за кордоном.

Безумовно, не можна ігнорувати ролі держави в процесах зростання потенціалу вітчизняних підприємств. В умовах глобалізації та необхідності інтегрування у світовий економічний простір універсальним критерієм стратегії розвитку будь-якої країни, а тим більше України, що пішла шляхом утвердження самостійності та національної ідентичності, має стати міжнародна конкурентоспроможність як можливість реалізації конкурентних переваг на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Забезпечення конкурентоспроможності промисловості України в XXI столітті пов'язане з вирішенням ряду стратегічних завдань, спрямованих на реалізацію її факторних переваг, інфраструктурного, наукового, інноваційного та матеріально-ресурсного потенціалу. Розв'язання поставлених завдань значною мірою залежить від того, наскільки ефективно національна промисловість буде впроваджувати пріоритетні науково-технічні досягнення та інноваційні розробки, орієнтуватися на світовий досвід використання конкурентних переваг.

Дуже важливу роль у зростанні можливостей адаптуватися до глобальних змін відіграють організаційні форми інноваційної діяльності, взаємовідносини учасників цього процесу на всіх рівнях. Враховуючи те, що така діяльність значною мірою є мало регламентованою і слабо формалізованою, забезпечення її раціональності, ефективності та економічності для підприємства є досить складною проблемою. Це пов'язано з наявністю досить великої сукупності факторів та критеріїв оцінки, які характеризуються неоднозначністю результуючих показників та значною варіантністю факторів ризику. Тому вибір напрямків та особливостей проведення заходів на підприємстві в напрямку зростання адаптованості не може ґрунтуватися виключно на економіко – математичних розрахунках, а передбачає поєднання формалізованих та неформалізованих підходів.

Як свідчить практика, сьогодні реалізуються менше 10% сформованих стратегій. Причина цього явища не лише в недосконалому управлінні процесами запровадження стратегії, а й у некоректному стратегічному формулюванні. У процесі формулювання стратегії, оцінюючи її складно передбачити всі нюанси, які супроводжуватимуть її реалізацію. Саме тому більшість запроваджених стратегій відрізняється від запланованих, тобто їх початкових варіантів [3, с. 20-23]. Ефективність проведення будь-яких змін на підприємстві суттєво залежить від правильності організації цього процесу. Саме це підкреслював Л. Боссіді: «Стратегія не має жодної цінності, якщо не враховує здатності організації до її впровадження» [2, с. 3].

Вже стало загальноновизнано, що успіх в жорсткій конкурентній боротьбі залежить від якості стратегічного управління. Це пов'язано з тим, що застосування методів і форм довгострокового і поточного планування, які мають в своїй основі оптимізаційне моделювання та економічне прогнозування на основі продовження минулих тенденцій було виправдано у XX столітті в умовах більш стабільних бізнес-процесів.

За твердженням Живко З. та Керницької М. [1, с. 23], характерними ознаками системного (комплексного) підходу до інноваційної діяльності промислових підприємств є:

1. одночасне охоплення проектуваннями великої кількості завдань;
2. максимальна типізація та структуризація рішень;
3. багатоаспектне уявлення про структуру інноваційної системи галузі як про систему, що складається з кількох класів компонентів, та відносно автономна їх розробка;
4. ключова роль баз даних інноваційних характеристик;
5. локальне впровадження та збільшення функціональних завдань.

Отже, стратегія розвитку промислових підприємств повинна обов'язково будуватися на врахуванні особливостей глобалізованого світового промислового простору, що поєднано із дослідженнями національних рис економіки.

Література

1. Живко З.Б. Тенденції машинобудування / З.Б. Живко, М.І. Керницька // Автострада. – 2008. -№8 – 35 с.
2. Bossidy L. The Discipline of Getting Things Done / L. Bossidy, R. Charan // Crown Business, New York, 2002. – p. 21
3. Kaplan R.S. Aligment / R.S. Kaplan, D.P. Norton // Harvard Business Review, February, 2006, 115 p.

Мельник Н.І.

МЕТОДИЧНІ ПОЛОЖЕННЯ З ВИВЧЕННЯ СТРУКТУРИ ПОПИТУ

Орієнтація виробників чи постачальників у вподобаннях споживачів є вагомою перевагою перед конкурентами. Тому, процес структуризації попиту потребує ґрунтовних вивчень та досліджень, метою якого є максимізація прибутків та задоволення потреб споживачів.

Кількість методів, яка дозволяє оцінити структуру попиту є досить великою. Проте, як свідчить досвід, жоден з них не є повністю досконалим. Тому, завдання полягає в аналізуванні всіх існуючих методів, виявленні їхніх переваг та недоліків, і розробленні альтернативних варіантів структуризації попиту.

До основних методологічних принципів, на яких повинні базуватись методи структуризації попиту належать об'єктивність, систематичність, комплексність, безперервність, оперативності. Об'єктивність є одним з основних принципів, суть якого полягає в незалежній від будь-якого суб'єкта ринку оцінці реальної ситуації. Принцип систематичності відповідає за узгоджену, послідовну роботу дослідника, яка є організованою та впорядкованою. Такий принцип як