

Социальная ответственность ТНК как часть стратегии большого бизнеса играет огромную роль, занимает значительную часть корпоративного управления. И эта деятельность отражается в системе экономических, экологических и социальных показателей устойчивого развития, осуществляется через регулярный диалог с обществом, являясь частью стратегического планирования и управления компаниями.

Список использованных источников:

1. Геєць В. М. Суспільство, держава, економіка: феноменологія взаємодії та розвитку: монографія / В. М. Геєць. – К.: НАН України; Інститут економіки та прогнозування, 2009. – 863 с.
2. Винникова Татьяна Александровна. Современные ТНК: проблемы экологической и социальной ответственности: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.14: Москва, 2001. – 150 с.
3. Кравцова О.М. Інноваційні підходи до подолання загрози банкрутства мономіст / О.М. Кравцова // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2014. – № 2(26). – С. 38-42.
4. Кочерженко Л. Социальная ответственность бизнеса: вчера и сегодня. 17.10.2014. Официальный сайт журнала «Статус. Экономические известия»: Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://statuspress.com.ua/publications/socialnaya-otvetstvennost-biznesa-vchera-i-segodnya.html>

Чорнуха І.В.

аспірант,

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

ЩОДО ПИТАННЯ ВИБОРУ СТРАТЕГІЧНИХ АЛЬТЕРНАТИВ ТА ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Побудова стратегії розвитку підприємства базується на методології стратегічного планування. Як правило, під стратегічним плануванням розуміють, довгострокове планування, орієнтоване на виконання перспективних завдань підприємства, охоплює усі сторони його діяльності і спрямоване на розробку, організацію та реалізацію стратегічних планів, проектів і програм.

Важливість проблеми запровадження стратегічного планування у практику діяльності вітчизняних підприємств доведена значною кількістю публікацій та наукових праць вітчизняних та зарубіжних вчених, таких як Голяш І. Д., Будник Л. А., Пащенко О. П., Романишини М. І., Шпак Н. О. [1; 2; 3] та ін., що досліджували питання стратегічного управління розвитком підприємств, формування стратегії їх діяльності та оцінки стратегічних альтернатив.

Основною метою стратегічного планування є досягнення довгострокових (стратегічних) цілей підприємства, що можуть забезпечити його ефективне функціонування і високий рівень конкурентоспроможності.

Стратегічне планування запроваджене у вітчизняну практику управління підприємствами із зарубіжного досвіду, відповідно до якого, систематичне використання стратегічного планування спроможне значно покращити фінансові показники та результати діяльності підприємства. Досягнення позитивних результатів запровадження стратегічного планування на вітчизняних підприємствах має ряд переваг, а саме: забезпечення найбільш ефективного розподілу ресурсів; використання комплексного підходу до підприємства і його оточення; мінімізація нераціональних дій підприємства у подоланні несподіваних ризиків та покращення координації його діяльності. Загалом, стратегічне планування є ефективним засобом підвищення спроможності підприємства долати зміни та сприяє баченню перспектив підприємства. Воно може здійснюватись будь-яким підприємством, яке має серйозні наміри щодо свого перспективного розвитку на даному ринку.

Окрім зазначених позитивних характеристик, запровадження стратегічного планування є вимогою часу, що обумовлено необхідністю реагування на зміни умов зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування підприємства, потребою в об'єднанні різних напрямів діяльності в умовах розвитку процесів децентралізації та диверсифікації, необхідністю створення нових або підтримки існуючих конкурентних переваг, посилення конкурентоспроможності підприємства, посиленням інноваційних процесів, необхідністю впровадження високої культури управління, орієнтованої на адаптацію до змін та стимулювання розвитку підприємства.

В ринкових умовах головною метою переважної більшості підприємств є адаптація до умов підвищеної динамічності зовнішнього та внутрішнього середовища. Відтак підприємствам необхідна відповідна стратегія розвитку, яка стала б основою прийняття ефективних управлінських рішень та досягнення безперервного зростання обсягів діяльності підприємства.

Особливість стратегії розвитку заключається у завданнях, які вона вирішує в процесі реалізації, а саме, з одного боку вона націлена на усунення диспропорцій, пов'язаних з відхиленням від запланованих показників розвитку, а з іншого – націлена на створення протиріч, що виступають джерелом, стимулом подальшого поступального розвитку підприємства [2, с. 101].

Процес формування стратегії доцільно здійснювати на основі певних принципів, дотримання яких покликане створити для суб'єкта господарювання сприятливі умови для подальшого ефективного функціонування та розвитку з максимальним врахуванням ймовірних змін, тенденцій та вимог ринкового середовища спрямоване [3, с. 9]. Серед основних принципів можна виділити: орієнтацію на досягнення довгострокових цілей підприємства та забезпечення економічних інтересів його власників; багатоваріантність можливих напрямків розвитку, яка обумовлена можливими змінами зовнішнього середовища та комплексність у розробці стратегії, що передбачає ієрархічний підхід тобто узгодженість стратегій різного рівня між собою, їх ранжування, взаємозв'язок і підпорядкованість.

Тому, при формуванні стратегічних альтернатив та виборі стратегії розвитку підприємства важливим є врахування не лише тих умов, які склались у даний момент часу, але й можливих їх змін. Загалом, факторів, що визначають стратегію компанії, надзвичайно багато. Послідовність дій, які визначають рішення щодо вибору основної стратегії розвитку підприємства, наведена на рис. 1.



Рис. 1. Послідовність прийняття рішення щодо вибору стратегії розвитку підприємства

Джерело: розроблено автором

Успіх сформованої стратегії залежить від якості проведеного аналізу внутрішньої та зовнішньої ситуації, набутих конкурентних переваг підприємства на ринку та ефективності його діяльності. Відповідно до чого, першою складовою процесу формування стратегії розвитку є оцінка зовнішніх та внутрішніх факторів конкурентного середовища підприємства. До зовнішніх відносять: політичні, соціальні, суспільні умови, законодавчу базу, інвестиційну привабливість галузі, потенційні можливості та загрози [1, с. 69].

Друга вагома складова процесу вибору стратегічних альтернатив – визначення конкурентних характеристик внутрішнього середовища підприємства, до яких належить його інвестиційна привабливість та конкурентні позиції на ринку. Саме такі характеристики є визначальними при прийнятті потенційним інвестором рішення щодо вибору об'єкта інвестування.

Взаємодія факторів зовнішнього та внутрішнього середовища зазвичай є комплексною і має специфічні відмінності для різних видів діяльності та підприємств.

Підсумовуючи результати проведеного дослідження варто зауважити, що вибір і формування стратегії дозволяють підприємству визначити напрямки та способи руху до цілей. Але навіть у випадку створення комплексу необхідних умов для її реалізації з часом можуть виникати певні труднощі і проблеми, які є наслідком впливу протиріч зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства. Врахування визначених обмежень та вирішення поставлених проблем, пов'язаних з необхідністю розвитку будь-якого суб'єкта господарювання, забезпечить ефективність розробки та впровадження стратегії розвитку підприємства, що у свою чергу є вимогою часу.

Список використаних джерел:

1. Будник Л. А. Оцінка системи внутрішнього контролю при дослідженні стратегічних ініціатив підприємства / Л. А. Будник, І. Д. Голяш // Інноваційна економіка . – 2013. – № 6. – С. 68-71.
2. Пащенко О. П. Стратегічне управління розвитком підприємства / О. П. Пащенко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 2. – Т. 2. – С. 99-103.
3. Романишин М. І. Основні принципи формування стратегії забезпечення економічної стабільності підприємства / Н. О. Шпак, М. І. Романишин // Materiály VI mezinárodní vědecko-praktická konference [«Vědecký pokrok na rozmezí tisíciletí – 2010»], (м. Прага, 27 травня – 5 червня 2010 р.). – Ekonomické vědy: Praha. Publishing «Education and Science» – Str. 7–10.

Шимко О.В.

*кандидат економічних наук, доцент,
Рівненський державний гуманітарний університет*

РЕСТРУКТУРИЗАЦІЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ АУТСОРСИНГУ

Функціонування підприємств у ринкових умовах господарювання зумовлює необхідність постійного вдосконалення всіх аспектів їх діяльності, пошуку нових технологій, інструментів, способів, методів ефективного управління на різних етапах їх життєвого циклу.

В умовах глобалізації та загострення конкуренції на споживчому ринку одним з інструментів адаптації торговельних підприємств до ринкового середовища є реструктуризація.

Поняття «реструктуризація підприємства» розглядається науковцями і практиками як сукупність різного роду трансформаційних заходів. Однак, мають місце різні підходи до бачення реструктуризації як процесу та його місця у системі стратегічного менеджменту підприємства (системний механізм реформування підприємств, процес підвищення конкурентоспроможності підприємства, інструмент антикризового менеджменту) [2; 3; 4; 6].

На відміну від розвинених країн основним мотивом реструктуризації українських підприємств розглядається криза, що загрожує виживанню підприємства або його банкрутство. Ми підтримуємо думку [6], що метою