

5. Річна фінансова звітність ПАТ «Азовмаш» [Електронний ресурс] // 2015 – Режим доступу до ресурсу: <http://www.azovmash.com/ua/investors/1380720038>

Вівденко М.А.

аспірант,

Харківський державний університет харчування та торгівлі

АДАПТИВНІ ПРОЦЕСИ ПІДПРИЄМСТВ ТА ЇХ ІННОВАЦІЙНІСТЬ

На сьогоднішній день особлива увага приділяється розробці інновацій. Кожне велике підприємство в умовах сучасної економіки розробляє інноваційні технології, що дозволяють ефективно пристосовуватися до змін середовища і вибрати найбільш оптимальні інноваційні технології.

Для здійснення адаптивного управління фірмою потрібно враховувати чинники як внутрішньої, так і зовнішнього середовища. Керуючись факторами внутрішнього середовища, підприємство ставить перед собою оперативні і поточні цілі, тоді як, з огляду на фактори зовнішнього середовища, компанія розробляє стратегічні цілі.

Поточне адаптивне управління включає комплект виробничих програм і фінансових кошторисів (бюджетів), які розробляються для кожного підрозділу. Зазвичай ці детальні програми і бюджети складаються на рік і з меншою деталізацією – на 3-5 років.

Адаптивне управління має кілька складових. У ній можна виділити два напрямки: управління операціями, тобто поточною діяльністю фірми, і управління розвитком, заснований на розробці і впровадженні інновацій. Вибір інновацій найчастіше визначено змінами зовнішнього середовища.

Існує три основні методи оцінки невизначеності середовища:

– П'ятирівнева шкала нестабільності середовища, яка заснована на аналізі темпів, передбачуваності змін і величини;

– Лінгвістична дев'ятибальна шкала нестабільності, в якій невизначеність бізнес-середовища оцінюється по нечітким змінним: швидкості, глибини і рівня передбачення;

– Трирівнева шкала нестабільності середовища: стабільне, турбулентне, гіпер турбулентне середовище.

Чим середовище невизначеніше, тим складніше буде прийняти ефективне рішення.

Залежно від рівня невизначеності середовища вибирається тип стратегії фірми. Зіставлення змін прибутку і прийнятих керівництвом інноваційних рішень показує різний вплив впроваджених інновацій на результати роботи фірми. Дану тематику можна розглянути в розрізі ряду компаній.

Компанія «Нестле» – найбільша в світі компанія – виробник продуктів харчування і напоїв, експерт в області правильного харчування та здорового способу життя. Сильні бренди, налагоджена логістика, оптимальний розподіл виробничих майданчиків, що постійно розширюється асортимент продукції дозволяють «Нестле» мати високі рейтинги на всіх п'яти континентах. Серед

виробників продуктів харчування «Нестле» відрізняється найбільшими у світі обсягами інвестицій в наукові дослідження і технічні розробки.

Адаптивне управління даного підприємства полягає в тому, що вони керуються зовнішніми факторами. В основі стратегії компанії лежить орієнтованість на довгострокове зростання бізнесу, впровадження і розвиток інноваційних технологій у виробництві, маркетингу та дистрибуції продукції, розширення і зміцнення партнерської мережі.

В умовах посилення конкуренції і все зростаючих вимог споживачів до асортименту і якості продукції компанія «Нестле» продовжить розробляти і впроваджувати інновації для підвищення ефективності бізнесу і максимального задоволення споживчого попиту.

Пивоварна компанія «Оболонь» – один з найбільших виробників пива, слабоалкогольних («IceLife» (IceLife Грейпфрут, IceLife Лайм, IceLife Екстрім), «Бренді-кола», «Ром-кола», «Джин-тонік»), безалкогольних напоїв («Живчик» (Живчик з соком яблука, Живчик зі смаком груші, Живчик зі смаком лимона), «Лимонад», «Ситро», «Лайм», «Кола Нова», «Квас Богатирська») та мінеральної води («Оболонська» (Оболонська, Оболонська-2, Оболонська плюс лимон), «Прозора» (Прозора. Вершина якості газована, Прозора. Вершина якості негазована), «Охтирське», «Підгірна») на Україні. Окрім цього, компанія має дозволи на гуртову та роздрібну торгівлю напоями, діяльність транспортних агентств. Наразі портфель компанії формують вісім пивних торгових марок: «Оболонь», «Nike» (hike premium beer), «BeerMix» (BeerMix Вишня, BeerMix Лимон, BeerMix Малина, BeerMix Energy), «Зіберт», «Десант», «Охтирське» (Охтирське світле, Охтирське козацьке). «Оболонь» є постійним учасником і переможцем вітчизняних та міжнародних конкурсів якості, починаючи з 90-х років. Напої виробництва підприємств корпорації здобули вже близько 450 нагород.

Основними цілями є виведення бренду «Оболонь» на лідируючі позиції в світі та збільшення частки на пивному ринку України при збереженні високої прибутковості і високої якості продукції. Для досягнення поставлених цілей «Оболонь» використовує наступні стратегії: фокус на побудові сильних брендів, преміалізації і інноваціях; лідерство у всіх цінових сегментах, регіонах і каналах продажів; підтримка високої якості продукції та рівня обслуговування; постійний розвиток компетенцій та підвищення професіоналізму співробітників; підвищення ефективності бізнес-процесів і операційне вдосконалення; пошук додаткових джерел прибуткового зростання (за рахунок розширення географії продажів; за рахунок розвитку суміжних напрямів).

Компанія Coca-Cola – американська харчова компанія, яка є виробник і постачальник концентратів, сиропів і безалкогольних напоїв більш ніж в 200 країнах. Протягом останніх шістнадцяти років вона є найвартіснішим брендом у світі. Компанії належить 5 із 6 найбільш продаваних світових брендів безалкогольних напоїв (Coca-Cola, Diet Coke, Fanta, Schweppes і Sprite). На підприємстві працює більше 150 тисяч високопрофесійних співробітників. Сьогодні компанія Coca-Cola випускає більше 200 різноманітних напоїв і знайома 94% населення Землі.

Мільйони споживачів і десятки тисяч клієнтів постійно контактують з ними за допомогою придбання товарів і послуг. Ці контакти – стратегія, яку

вони обрали (ідеологічна стратегія). Для того, щоб клієнти і споживачі продовжували віддавати перевагу «Coca-Cola», вони повинні запропонувати їм виняткову якість обслуговування.

Для цієї мети розробляється внутрішній кодекс компанії, що базується на чотири основні принципи: «Повага – Емоційність – Ідея – Плідність». Ці принципи визначають характер всієї поточної діяльності. Контакт із споживачем, обумовлений вищевказаними принципами, є пріоритетним напрямком стратегії, що забезпечує високий рівень обслуговування, задоволення та користь для клієнтів.

Таким чином, проведене дослідження дозволяє зробити висновок про те, що теоретичні і практичні проблеми управління інноваційною діяльністю підприємств базуються на адаптивному управлінні і принципах інтеграції управління стратегічним і інноваційним процесами мають важливе господарське значення, вирішення яких є вельми актуальним. Управління по методу адаптивних інновацій вимагає особливого підходу, який кардинально відрізняється від того, який застосовувався в традиційних організаціях, що працюють за принципом централізованого прийняття рішень. Адаптивне управління не можна контролювати і планувати в традиційному інженерному сенсі, тут конкретні результати можуть виявитись непередбачувані, а централізовані відповіді повинні бути не прямими, а систематичними. Розпорядження керівництва повинні сприяти посиленню підрозділів, які приймають рішення, а також координаційної інфраструктури, а не диктувати результати і процеси. Розробка і вивчення нових методів управління та оцінки діяльності в міру просування вперед стане новим результативним напрямом, тому, що багато минулих моделей управління вже недостатні для функціонування сучасної складної організації.

Грушко Т.І.

магістр;

Селезньова Ю.О.

магістр,

Науковий керівник: Панасейко С.М.

кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри,

Університет митної справи та фінансів

КОНТРОЛІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Досвід діяльності сучасних підприємств показує, що наявність відлагодженої і успішно функціонуючої системи контролінгу є важливим чинником комерційного успіху будь-якого господарюючого суб'єкта. Концепції контролінгу ґрунтуються на розумінні підприємства як системи, яка знаходиться в процесі постійного реагування на внутрішні і зовнішні зміни. Це вимагає широких горизонтальних зв'язків між великою кількістю вузько спеціалізованих сфер управління, характерних для сучасного підприємства.