

Щоб реалізувати промисловий маркетинг на практиці, необхідно, щоб на підприємстві була змінена філософська концепція виробничо-комерційної діяльності і здійснений перехід від традиційної орієнтації на вимоги виробництва до орієнтації на вимоги ринку. Ці дві стратегічні орієнтації по ряду аспектів тісно зв'язані між собою. Однак в умовах перетворення ринку виробника в ринок споживача, що відбувається по більшості галузевих напрямків, потрібно відповідний світогляд на значення, роль, місце і сутність виробничо-комерційної діяльності із соціально-економічних позицій.

Важливо підкреслити, що орієнтація на ринок — це більш висока ступінь у діяльності промислового (оптово-посередницького) підприємства. Її суть полягає в тім, щоб не обмежуватися рішенням задач внутрішньо системного характеру, а встановлювати кінцеву мету, зв'язану, у першу чергу, із задоволенням попиту і чекань покупців.

Слід зазначити, що промисловий маркетинг стосовно маркетингу споживчих товарів, послуг має дуже багато відмінностей і особливостей.

В основі маркетингу товарів виробничого призначення лежить, насамперед, облік вимог не окремих осіб, а виробництва і характеру підприємницької діяльності. Це означає підвищену прагматичність господарської діяльності, що виражається через раціональність, оптимальність, твердість, погодженість, підвищену відповідальність тощо.

Реалізація промислового маркетингу передбачає системний підхід, при якому послідовність, комплексність і погодженість дій повинні утворювати стрункий технологічний процес, починаючи від задуму товару виробничого призначення (чи моделі пропозиції) і закінчуючи його використанням інституціональними споживачами.

ДОСЛІДЖЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Покладюк А.В.

Науковий керівник – Запорожець Г.В., канд. екон., наук, доцент

На сучасному етапі входження України в загальноєвропейські та регіональні структури актуальним є питання розробки методики впровадження стратегічного планування у діяльності підприємств. Сучасні темпи зміни і збільшення знань є настільки великими, що стратегічне планування є єдиним способом формального прогнозування майбутніх проблем і можливостей.

Для того, щоб стратегічне планування на підприємстві здійснювалось ефективно, необхідно знати та розуміти його сутність, а

також етапи та методи розробки стратегії.

Особливе місце в плановій організації діяльності фірми займає перспективне, стратегічне планування, що є однією з основних функцій управління і представляє процес визначення цілей створення організації, а також шляхів їхнього досягнення. Стратегічне планування формує основу для всіх управлінських рішень. Функції організації, мотивації і контролю менеджменту орієнтовані на розробку і реалізацію стратегічних планів. Динамічний процес стратегічного планування є тією парасолькою, під якою укриваються всі управлінські функції. Не використовуючи переваг стратегічного планування, фірма й окремі її співробітники будуть позбавлені реального способу оцінки цілей і напряму розвитку підприємства. Процес стратегічного планування забезпечує основу для управління колективом фірм. Можна відзначити, що стратегічне планування стає дедалі більш актуальним і для українських підприємств, що вступають у жорстку конкуренцію як між собою, так і з іноземними компаніями.

Стратегічне планування визначає характер стратегічного управління. Реалізація стратегічних планів, стратегічний контроль і виявлення проблем, що виникають, відносяться до сфери оперативного управління і тому не можуть розглядатися як стратегічні фактори.

Дослідженню проблем використання стратегічного планування на підприємствах присвячують наукові праці такі вчені-економісти, як Владимирова Л.П., Балабанова Л.В., Пономаренко В.С., Антоні Р. та інші. В українській літературі це питання вивчене недостатньо, висвітлені тільки окремі питання, тому підприємцям в Україні доводиться використовувати такі методи розробки стратегії, які не адаптовані до умов функціонування підприємств у вітчизняному бізнес-середовищі та не випробувані достатній відрізок часу.

Мета даного дослідження полягає в узагальненні та розвитку теоретичних і методичних основ, а також розробленні практичних рекомендацій щодо стратегічного планування розвитку підприємства.

Поставлена мета зумовила необхідність вирішення таких задач:

- визначення сучасних особливостей концептуальних основ стратегічного планування;
- узагальнення теоретичних засад системного підходу щодо формування цільових стратегічних орієнтирів підприємства;
- розробка підходу до визначення резервів розвитку підприємств на основі вивчення ситуації і конкуренції у галузі та конкурентоспроможності підприємства на основі визначення ступеня

впливу факторів, які характеризують галузь, на діяльність підприємства, а також прогнозування їх впливу у майбутньому;

- обґрунтування можливостей оцінки впливу чинників зовнішнього та внутрішнього середовища на діяльність підприємства;

- розробка інструментарію визначення результативних напрямів розвитку промислових підприємств;

- сформувати системний набір цільових стратегічних орієнтирів підприємства як інструмент стратегічного планування.

В роботі визначено теоретичні засади системного підходу щодо формування цільових стратегічних орієнтирів підприємства як інструменту стратегічного планування та сформовано системний набір цільових стратегічних орієнтирів підприємства як інструменту стратегічного планування.

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ МОТИВАЦІЙНИХ МЕХАНІЗМІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Пархоменко Я.В.

Науковий керівник – Шевченко В.С., канд. екон. наук, доцент

Розробка мотиваційного механізму управління персоналом вимагає вирішення ряду завдань:

- необхідність виявлення факторів, що визначають структуру мотиваційного механізму;

- конкретизація їх сутності в умовах певного соціального середовища, вплив на мотивацію факторів внутрішнього і зовнішнього середовища;

- визначення можливості їх самовільної або навмисної зміни відповідно до умов розвитку виробничої системи;

- вибір відповідних методів впливу на мотивацію, їх розумне поєднання;

- вибір відповідного комплексу інструментів впливу на трудову поведінку персоналу;

- вироблення важливих функцій даного комплексу; виявлення мотиваційних ресурсів в управлінні (організації праці, принцип соціального партнерства, можливості соціальної політики підприємства);

- оцінка ефективності мотивації.

Основний вплив на фактори мотивації надає персонал фірми, тому що саме персонал є об'єктом дослідження мотивації праці. Струк-