

МЕТОДИКИ ПРИЙНЯТТЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Дужикова А.Ю.

Науковий керівник – Калашнікова Х.І., канд. екон. наук, доцент

В загальному розумінні управлінське рішення – це напрямок розвитку та дій у певній сфері роботи підприємства, що обраний з альтернативних, що дозволяє досягти менеджменту підприємства поставлених перед ними цілей.

Сукупність рішень керівників різних рангів, що перебувають у певному підпорядкуванні, складає ієрархію прийняття рішень, яка визначає структурні зв'язки між ними.

Існують різні теоретичні підходи до визначення суті процесу прийняття та реалізації управлінських рішень – якщо одні науковці бачать в основі раціональність та прийняття виважених рішень на основі об'єктивної інформації, то інші науковці вбачають у прийнятті рішень вплив попереднього досвіду, намагання знаходити подібні ситуації та повторювати сукупність успішних дій.

Говорячи про процес прийняття та реалізації управлінських рішень важливо розглянути методику прийняття та реалізації управлінських рішень. Існує велика кількість методів прийняття та реалізації управлінських рішень.

До основних методів здійснення планування та прийняття управлінських рішень відносять: експертний метод, метод порівнянь, метод сценаріїв, метод математичного програмування та інші.

Експертний метод заснований на сукупній думці фахівців, зазвичай в пересічних областях діяльності, наприклад, в соціології, психології, економіці та інші. Такий метод вважається суб'єктивним.

Метод порівнянь ґрунтуються на зіставленні фактичних і планових (нормативних, цільових) показників і виявлення відхилень та основних причин цих відхилень.

Метод сценаріїв, як наближений до реальності опис тенденцій, які можуть проявлятися у діяльності підприємства, можна ефективно використовувати при виробленні управлінського рішення.

Метод математичного програмування дозволяє розраховувати кращий варіант рішення за критеріями оптимальності (наприклад, мінімум часу, максимум якості й ін.) програми дій управлінського рішення.

Тому реалізація рішення складається з організації виконання рішення, аналізу й контролю виконання й здійснення зворотного зв'язку.

Саме управлінське рішення - це результат колективної творчої праці, воно завжди носить соціальний, суспільний характер; навіть коли керівник один розробляє рішення, колективний інтелект неявно впливає на цей процес. Праця по розробці управлінських рішень повинна бути високо професійною, такою, що використовує теоретичні й методичні наробітки вітчизняних і закордонних учених, а також накопичений і систематизований практичний досвід.

Іншими словами, при розробці управлінського рішення слід орієнтуватися не тільки на необхідність досягнення тих чи інших стратегічних цілей підприємства (які в умовах ускладнення зовнішнього середовища набувають імовірнісний характер), але і на результати діяльності конкурентів або просто схожих, близьких за своїми параметрами господарюючих суб'єктів.

МАРКЕТИНГОВА СКЛАДОВА МЕХАНІЗМУ ВПРОВАДЖЕННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Павленко Ж.В.

Науковий керівник – Калашнікова Х.І., канд. екон. наук, доцент

Проблема дослідження маркетингових можливостей в після перебудовні часи є дуже актуальними, оскільки більшість державних підприємств не мають оптимальної системи організації маркетингу.

Серйозний внесок у розуміння і змісту внесли такі відомі вчені економісти, як Котлер Ф., Ансофф І., Абель Д., Брюс Д. Хендерс. Ними були розроблені фундаментальні положення основ маркетингу; модель розвитку товару / ринку; дано аналіз актуальності продуктів компанії, виходячи з їх положення на ринку щодо зростання ринку даної продукції і займаної обраної для аналізу компанією частки на ринку.

Поряд із розвитком концепції класичного маркетингу, що полягає в орієнтації діяльності на запити споживачів, пройшло становлення та розвиток концепції інноваційного маркетингу, яка передбачає створення та розповсюдження інновацій (продуктів, послуг, технологій) та використання інноваційних підходів у маркетингу.

Слід зазначити, що інновації є рушійною силою успішного розвитку підприємств сьогодення. Саме тому, величезний вплив на ефективність діяльності підприємства має інноваційний маркетинг. Він представляє собою сукупність стратегій, філософії бізнесу, функцій і процедур управління підприємством.

Справедливо стверджувати, що у процесі розроблення маркетингових заходів не всі покупці однаково сприймають інновації. За готов-