

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Сумський державний університет

Економічні проблеми сталого розвитку

Экономические проблемы устойчивого развития

Economical Problems of Sustainable Development



Матеріали

Всеукраїнської науково-технічної конференції студентів,
аспірантів і молодих учених, присвяченої 80-річчю
від дня народження професора Олега Балацького
(Україна, Суми, 21 – 25 квітня 2017р.)

Суми
Сумський державний університет
2017

rescheduling in the seasonal business, so the coordination of materials, capacities, resources and works takes place both interactively and synchronously.

After the end of the season the company should analyze the mistakes because in the next season they will turn into peculiar "mines" and "traps" and deprive them of flexibility, mobility and multiplying the risks.

REFERENCES

1. Реальные истории малого бизнеса / Мастерская бизнеса [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <http://www.dvmb.ru/masterskaya-biznesa>.

2. Финансовая логистика: финансирование "сезонного" бизнеса [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <http://www.sitebs.ru/blogs/8648.html>.

3. Бизнес в стиле Flex [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <http://businessflex.by/>.

Scientific supervisor: professor assistant D.O Smolennikov

МЕТОДИ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

*професор Божкова В. В., методист Носонова Л. В.
Сумський державний університет*

Невідповідність існуючих бізнес-процесів на вітчизняних підприємствах машинобудівної галузі сучасним вимогам господарювання обґрунтовує необхідність застосування новітніх методичних підходів до формування інноваційної стратегії розвитку підприємств. Для визначення конкурентоспроможності та подальшої розробки стратегічних планів діяльності підприємства у конкурентному середовищі найчастіше застосовуються методи стратегічного аналізу.

Стратегічний аналіз – це аналіз середовища підприємства, на основі якого будується маркетинговий план і майбутня ринкова стратегія на ринку [1, с. 14]. Метою проведення стратегічного аналізу розвитку машинобудівних підприємств є визначення чинників стратегічного успіху.

Основними задачами стратегічного аналізу є [2]:

- визначення рівня конкурентоспроможності та переваг підприємств-конкурентів;
- аналіз зовнішнього середовища підприємства, макроекономічних тенденцій та їх впливу на майбутній розвиток підприємства;

- аналіз внутрішнього середовища, кадрового потенціалу підприємства та його структури.

При формуванні стратегічних альтернатив та виборі конкретної стратегії розвитку використовують формальні (модель накопиченого досвіду, життєвого циклу продукту, життєвого циклу технологій, продукт-ринок тощо) й матричні моделі (модель BCG, GE/McKinsey, Shell/DPM, Hofer/Schendel, ADL/LC, SWOT- та SPACE-аналіз).

З метою формування інноваційної стратегії розвитку, яка б враховувала всі особливості підприємства, пропонуємо використовувати комбінації відомих інструментів стратегічного аналізу зовнішнього і внутрішнього середовища:

- для аналізу макросередовища підприємства – проведення PEST-аналізу з подальшим виділенням факторів найбільшого впливу та розділенням їх на фактори позитивного та негативного впливу [3];

- для аналізу мікросередовища підприємства – проведення SNW-аналізу з подальшим виділенням факторів, які впливають на конкурентні позиції підприємства (зміцнюючи чи послаблюючи) та розділення їх на ті, що описують сильні та слабкі сторони підприємства [3];

- для аналізу конкурентних перспектив підприємства – проведення SWOT-аналізу (приймаючи за можливості та загрози фактори найбільшого впливу, виокремлені за результатами PEST-аналізу, а за сильні та слабкі сторони – фактори, виокремлені за результатами SNW-аналізу [3]); також, вважаємо за доцільне проведення SWOT-аналізу за декілька періодів (місяців, кварталів, років) з подальшим виділенням повторюваних та неповторюваних сильних і слабких сторін підприємства та повторюваних можливостей і загроз [4];

- для аналізу стратегічного стану підприємства – проведення SPACE-аналізу з використанням у якості критеріїв повторюваних та неповторюваних внутрішніх факторів (сильних та слабких сторін підприємства) та повторюваних факторів зовнішнього середовища (можливостей та загроз) виокремлені за результатами попередньо проведеного SWOT-аналізу [5].

За результатами проведення комплексного стратегічного аналізу створюється інформаційна база, яка дозволяє розробити ефективну інноваційну стратегію розвитку, що дасть змогу підприємствам машинобудівної галузі сформувавши позитивний імідж своєї продукції та отримувати стабільний рівень прибутку. Апробація вказаних авторських пропозицій проведена на прикладі підприємства ПАТ «Сумський завод Насосенергомаш» та підтверджує їх об'єктивність, ефективність і доцільність. Дані пропозиції можуть бути покладені в основу подальших наукових досліджень щодо аналізу факторів впливу на діяльність

машинобудівних підприємства при формуванні інноваційної стратегії їх розвитку та використанні в практичній діяльності суб'єктів господарювання.

ЛІТЕРАТУРА

1. Овсієнко Н.В. Методичні підходи маркетингового стратегічного аналізу діяльності підприємств. / Н. В. Овсієнко // Моделювання та інформаційні системи в економіці. – 2013. – Вип. 88. – С. 12-23. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mise_2013_88_4.
2. Дроздова О.С., Карпенко Т.В. Стратегический анализ как инструмент стратегического планирования / О.С. Дроздова, Т.В. Карпенко // Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки: сб. ст. по мат. VI междунар. студ. науч.-практ. конф. № 6. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sibac.info/archive/economy/6.pdf>.
3. Божкова В.В., Носонова Л.В. Комплексний аналіз конкурентної стійкості машинобудівних підприємств / В.В. Божкова, Л.В. Носонова // Науковий вісник Херсонського державного університету. – Херсон: Херсонський державний університет, 2016. – В.19. – С.42-48.
4. Носонова Л.В. Застосування SWOT- аналізу для визначення конкурентоспроможності АТ «Сумський завод «Насосенергомаш» / Л.В. Носонова // Електронне наукове видання «Глобальні та національні проблеми економіки». – Миколаїв: Миколаївський національний університет ім. В.О. Сухомлинського, 2015. – В.4. – С. 506-512.
5. Носонова Л.В. Визначення рівня стратегічного потенціалу машинобудівних підприємств / Носонова Л.В. // (стаття прийнята до друку у Електронному фаховому виданні Мукачівського державного університету «Економіка та суспільство» Вип. № 9. квітень 2017 р.).

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА

студент гр. М-41/1у **Бугасько Д. В.**
Сумський державний університет

На сьогоднішній день для кожного підприємства найголовнішою ціллю є успішне ведення господарської діяльності. Впровадження інвестиційної діяльності дає змогу залучити певні ресурси для подальшого розвитку та змогу реалізувати найдоцільніші напрями власної діяльності. Інвестиційний потенціал є важливим елементом системи, який необхідно ретельно аналізувати саме при бажанні впровадити певну інвестиційну діяльність. Саме інвестиційний аналіз дає змогу побудувати ефективну стратегію, котра дозволить розвинути весь виробничий комплекс на підприємстві. Взагалі розробка інвестиційного потенціалу знаходиться на одній сходинці з фінансовим потенціалом підприємства, тому потрібно не забувати про їх взаємодію та реалізовувати одночасно. Потенціал відіграє досить значну роль в здійсненні інвестиційної діяльності, тому розробка теоретико-практичних засад є досить важливою. Взагалі інвестиційний потенціал можна представити як певну сукупність усіх ресурсів, які можуть безпосередньо бути як власними так і залученими, але котрі дозволять реалізувати