

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет

**Економіка та менеджмент:
перспективи розвитку**

**Экономика и менеджмент:
перспективы развития**

**Economics and management:
development perspectives**

Матеріали
IV Міжнародної науково-практичної конференції
(Суми, 20 листопада 2014 року)



Суми
Сумський державний університет
2014

Одним з головних завдань менеджера – це уміло підібраний трудовий колектив. Це повинна бути команда однодумців і партнерів, здатних усвідомлювати, розуміти і реалізовувати задуми керівництва підприємства.

Трудові відносини – певно, один її найскладніших аспектів роботи підприємства. Набагато простіше виоратися з технічними і технологічними недоліками, ніж розв'язувати конфліктні ситуації, які виникли в колективі, де потрібно враховувати індивідуальні інтереси, психологічні аспекти.

Які б технічні можливості не відкривалися перед підприємством, воно не дає працювати ефективно без відповідного людського ресурсу. Але все в кінцевому підсумку залежить від людей, від їх кваліфікації, вміння і бажання працювати.

Підвищення конкурентоспроможності персоналу є процесом багатофакторним: в ринкових умовах різноманітні чинники, внутрішні і зовнішні, на різних рівнях впливають на персонал з різною силою, обумовлюючи прагнення до набуття конкурентних переваг.

Досить важливою умовою формування ефективної команди є постійний розвиток персоналу, що в майбутньому обов'язково призведе до ефективної кадрової політики, це в свою чергу до високого рівня кваліфікації персоналу, що, як уже відомо, призведе до ефективного виробництва та підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства.

Отже, роль персоналу у підвищенні конкурентоспроможності підприємства дуже висока, тому що саме персонал створює продукцію, за рахунок реалізації якої підприємство отримує прибуток, створює імідж підприємства, генерує нові ідеї та впроваджує нові методи виробництва або управління. Таким чином, персонал є однією зі складових підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Науковий керівник: к.е.н., доц. Шевченко Г.М.

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КРИЗИ

Шульга С.О., студент, **Артеменко Л.П.**, к.е.н., доцент
Національний технічний університет України «КПІ»

В сучасних умовах швидкоплинних змін зовнішнього середовища важливо приймати рішення щодо зміни стратегії підприємства. Кризовий стан економіки країни впливає на стратегію діяльності підприємства та може кардинально змінити цілі і мету підприємства. Стратегічне управління змінами на підприємстві в умовах кризи вимагає комплексних рішень, які

мають здатність вирішувати проблеми, які можуть бути зафіксовані в роботі підприємства.

Основні принципи стратегічного управління в умовах кризи: рання діагностика кризових явищ у фінансовій діяльності підприємства; оперативне реагування на кризові явища для зміни стратегії підприємства; повна реалізація внутрішнього потенціалу підприємства для виходу з кризи [1, с. 258].

Дослідження підприємств України виробили комплекс дій в умовах економічної кризи:

1. «нічого не робити» – цій стратегії збираються дотримуватися близько 25% керівників підприємств;

2. перегляд бізнес-плану, відкладення або зменшення інвестицій, зміна асортименту продукції, енергозберігаючі заходи. Цю стратегію збираються використовувати більш успішні підприємства – це близько 20%;

3. скорочення обсягу виготовлення продукції, звільнення працівників – також близько 20%;

4. підвищення цін, цю стратегію планують використовувати близько 25%.

5. Існує п'ять основних акцентів, питань, на які необхідно звернути увагу для успішного виробу стратегії під час кризи:

1. Яка карта «проблемних точок» наших покупців?

2. У нас товар хороший, дуже хороший чи притягуючий?

3. Чи побудували ми найкращий «задній план» в своєму секторі, індустрії? Яка передісторія нашого товару?

4. Що дає імпульс, є каталізатором того, щоб покупець придбав наш товар або послугу?

5. У нас найстрімкіша траєкторія поліпшення в індустрії?

Для успішного існування в умовах кризи не потрібно створювати новий спосіб мислення і управління підприємством. Потрібно лише взяти існуючі принципи відомих компанії і пристосувати їх до потреб свого підприємства. Однак більшість підприємств під час кризи обирає дві найпоширеніші стратегії розвитку: динамічна та статична [3].

Динамічна або зовнішня стратегія передбачає, що підприємство проводить активну політику в зовнішньому середовищі: пошук нових ринкових можливостей, освоєння нових ринків, просування нових товарів, злиття-поглинання та інше. Вона тому і називається динамічною, що йдеться про швидкі дії для отримання швидкого результату.

Статична або внутрішня стратегія означає, що пошук нових можливостей проводиться всередині підприємства. Це активна зміна компанії для відповідності новим умовам: пошук внутрішніх резервів, розробка нових товарів, реінжиніринг, управління асортиментом, тощо. Не дивлячись на те,

що динамічна стратегія дає швидкий результат більшість вітчизняних підприємств обирає саме статичну стратегію, оскільки вона потребує менших фінансових затрат. Тільки стратегічне мислення та вміння оперативно приймати важливі рішення для компанії можуть принести підприємству додаткові прибутки навіть під час кризи.

Отже, успішне функціонування підприємства в умовах кризи можливе за рахунок формування і реалізації виваженої маркетингової, фінансової та інвестиційної політики. Таким чином, будь-які стратегічні зміни мають здійснюватися з урахуванням того, що вони забезпечать кращі умови для досягнення організацією своїх цілей, підвищать ефективність управління нею.

1. Василенко В.О. Антикризове управління підприємством: Навч. посібник для студ. Вищих навч. закл. – К.: ЦУЛ, 2008.

2. <http://www.ukrstat.gov.ua>

3. <http://strategy.com.ua/Articles/Content?Id=15>