

Також одним з найдієвіших методів підвищення ефективності збутової діяльності є підвищення особистої зацікавленості працівників збутових відділів в реалізації продукції чи послуг [4].

Пошук шляхів рішення проблем збутової політики на сучасних українських підприємствах є актуальним. Адже задля виживання у суворих ринкових умовах підприємствам необхідно розробляти ефективну збутову політику. Значущість збутової політики у контексті стратегічного управління зростає. Так як будь-яке підприємство направлене на довгостроковий успіх, а досягнення всіх цілей можливе тоді, коли вироблений товар успішно реалізується.

**Список використаних джерел:**

1. Балабанова Л. В. Управління маркетинговою діяльністю підприємства : моногр. / Л. В. Балабанова, Н. М. Гуржій. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2010 – 184 с.
2. Балабанова Л. В. Стратегічне управління маркетинговою діяльністю : моногр. / Л. В. Балабанова, Ю. М. Логвіна. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2012 – 250 с.
3. Гамалій В. Ф. Сучасні проблеми збутової політики українських підприємств [Електронний ресурс] / В. Ф. Гамалій, С. А. Романчик, І. В. Фабрика. – Режим доступу : [http://www.kntu.kr.ua/doc/zb\\_22\(2\)\\_ekon/stat\\_20\\_1/02.pdf](http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_22(2)_ekon/stat_20_1/02.pdf)
4. Мостенська Т. Л. Основи маркетингу : навч. посіб. / Т. Л. Мостенська. – К. : Кондор, 2006. – 240 с.
5. Ямкова О. М. Зміст формування збутової політики виробничих підприємств / О. М. Ямкова // Економіка і управління. – 2012. – № 2. – С. 52–59.

**Петьков В. Л.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ  
ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ**

Якщо організація не змогла попередити небажаний розвиток подій на передкризовому етапі і проблема переросла в кризу, вона має вдаватися до нових заходів, для її подолання. В такий момент життєвого циклу підприємства найбільшого випробування зазнає потенціал підприємства, його ресурси і можливості. Від того, як організація поведе себе в умовах кризи, буде залежати її майбутнє положення. Непрофесійні дії або бездіяльність не тільки спаплюжать репутацію організації, а й завдадуть їй значних матеріальних збитків. Тому в умовах кризи важливо максимально ретельно підходити до розробки інтегрованої економічної стратегії, тим більше, що це не потребує значних додаткових витрат.

Реалізація конкурентної стратегії розвитку економічної системи відбивається в зміні її стану через такі параметри як зростання, стабільність (або скорочення) основних показників: частки ринку, виручки, клієнтської бази, капіталізації, ліквідності організації, ефективності її функціонування. Безліч стратегій, що розробляються в організаціях, часто не витримують перевірки практикою, оскільки створюються без урахування важливих елементів: стану ринкового середовища, кадрового потенціалу, фінансових ресурсів та інших структурних складових економічного потенціалу підприємства.

Вибір стратегій здійснюється в результаті аналізу альтернатив, зіставлення цілей, сценаріїв, ресурсної бази, інвестицій, застосування тих чи інших маркетингових ходів. Оцінюється здатність приймати і організовувати виконання стратегічних рішень всередині і поза організації.

Відомо, що більшість стратегічних рішень, які приймає будь-яка компанія, особливо в умовах кризи, знаходяться в сфері виявлення та розвитку конкурентних переваг. Тому, одним із головних завдань розвитку підприємства стає розробка конкурентної стратегії розвитку. Така стратегія необхідна для забезпечення ефективної діяльності компаній, особливо таких, які характеризуються складною корпоративною структурою [2].

На основі підходів до визначення стратегій і їх елементів виділяють базовий комплекс елементів стратегії.

Визначення чітких, вимірних і досяжних цілей розвитку організації є етапом управління, який значно впливає на всі інші елементи економічної стратегії. Даний елемент відображає якість системи прийняття стратегічних рішень компанії. Ухвалення помилкових стратегічних рішень або помилкове визначення цілей розвитку може спровокувати накопичення системних помилок в управлінні компанією.

При визначенні стратегічних варіантів розвитку необхідно забезпечити огляд максимально широкого спектру варіантів стратегічних рішень, дозволяючи оцінити можливі плани дій і зміни статусу компанії при реалізації або зриві тієї або іншої стратегії.

Ресурси включають в себе клієнтську базу, якість технічної оснащеності і технологічного забезпечення компанії, а також інші ресурси (кадрові активи, інтелектуальна власність та інші нематеріальні активи). Операційна ефективність,

поточний і перспективний стан компанії залежить від того, якими ресурсами вона володіє, а також від ефективності їх сприйняття і використання.

Інвестиції як частина ресурсу – один з найбільш важливих факторів зростання компанії. Наявність, доступність і вартість фінансового капіталу зумовлюють плани розвитку компанії і її прибутковості. Прогноз трансформації цього фактору пов'язує стратегічні цілі розвитку компанії з її фінансовими можливостями.

Інноваційна діяльність як елемент стратегії організації враховує такі види науково-дослідних робіт (фундаментальні, пошукові, прикладні), проектні, технологічні, дослідні та конструкторські розробки, реалізацію інновацій.

Для реалізації конкурентної стратегії системи, її управління повинно бути орієнтовано на забезпечення умов для раціонального використання потенціалу підприємства і ринкового росту за рахунок врівноважування організації із зовнішнім середовищем, тобто її пристосування до зовнішнього середовища за рахунок реалізації конкурентних явних або потенційних переваг. За своєю суттю конкурентні адаптивні механізми є сукупністю конкретних дій (чи їх відсутності) системи. Їх основна функція полягає у допомозі при виборі стратегії розвитку конкурентних переваг.

Механізми розробки, реалізації, контролю здійснення стратегії на підприємстві повинні мати властивість цілісності і, одночасно, раціональної відокремленості його елементів. Це означає, що зміна будь-якого елемента механізмів повинно приводити до деяких зрушень у змінах інших механізмів.

Тобто, конкурентну стратегію підприємства можна визначити як сукупність дій, спрямованих на формування оптимального напрямку розвитку підприємства за допомогою узгодження потенційних чинників конкуренції. Підприємство повинно обирати ті стратегії, які відповідають особливостям, потенційним конкурентним перевагам, наявним ресурсам і активам і конкретним задачам. Збереження сталого стратегічного положення на ринку забезпечується шляхом підтримання ефективної діяльності підприємства. Несвоєчасна зміна задач, стратегії, цілей, і, в цілому, системи управління може призвести до спаду, а відповідно і до припинення функціонування підприємства. Реалізація розробленої стратегії неможлива без адекватного стратегічного управління з постійним контролем і оцінкою досяжності поставлених стратегічних цілей за допомогою ефективних інструментів.

**Список використаних джерел:**

1. Виханский О. С. Стратегическое управление / О. С. Виханский. – М. : Экономистъ, 2010. – 154 с.
2. Минцберг Г. Структура в кулаке: создание эффективной организации / Г. Минцберг. – СПб. : Питер, 2014. – 351 с.
3. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер; пер. с англ. под ред. В. Д. Щетинина. – М. : Международные отношения, 2013. – 244 с.
4. Стратегический менеджмент / под ред. Петрова А. Н. – 2-е изд. – СПб. : Питер, 2012. – 421 с.
5. Економічне управління підприємством : навч. посіб. / А. М. Колосов, О. В. Коваленко, С. К. Кучеренко, В. Г. Бикова ; за заг. ред. А. М. Колосова. – Старобільськ : Вид-во держ. закл. «Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка», 2015. – 352 с.

**Поліщук М.Т.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**МОТИВАЦІЯ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ  
ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Одна з проблем, вирішенню якої приділяється велика увага – це мотивація. Українська стратегія мотивації зазвичай дуже бідна. Адже вона обмежується лише оплатою праці та фіксованими тарифними планами. Це є малоефективним. Також втілюють в основному економічну зацікавленість у формах сплати премій та забувають про наявність трудових та професійних стимулів. В той час, як на зарубіжних підприємствах, мотиваційна теорія вивчається великий проміжок часу, знання поглиблюються та успішно застосовуються на практиці. Тому в нашій доповіді основна увага приділена проблемам мотивації з точки зору менеджменту людських ресурсів.

Основною базою для розробки ефективних стратегій та інструментів мотивації працівників може стати саме **закордонний досвід**. Мотивація це дуже складний процес, адже він потребує індивідуального підходу до кожного підприємства. Адже на це впливає стан навколишнього середовища, в якому функціонує окреме підприємство та потреби працівників. Виявити пріоритети мотивації для нового робітника – половина успіху. Відомо, що людина, яка зацікавлена лише у матеріальній винагороді не буде приймати участі у творчих завданнях, нововведеннях та навчанні.

Треба відмітити, що на вибір засобів мотивації суттєво впливає вік, освіта та стать працівників [2].