

финансовой системы, а также позволяют дальнейшее экономическое и социальное их развитие.

В качестве достижения цели – полученная оценка финансового состояния предприятия, проявляет себя и в качестве поиска резервов увеличения его прибыльности, платежеспособности и рентабельности. То есть, проявление комплексности оценки финансового состояния определяет тенденцию наиболее общих экономических показателей, которые из разных сторон характеризуют деятельность предприятия.

Факторами положительного финансового состояния предприятия могут быть стойкая платежеспособность, эффективное использование капитала, своевременные расчеты, оптимальное наличие финансовых ресурсов. А показателями и факторами неудовлетворительного финансового состояния – неэффективность размещенных средств, их нехватка, наличие стойкой платежной задолженности, негативные тенденции производственного характера.

Таким образом, основным заданием повышения управленческой составляющей финансовым состоянием предприятия, сводится к определению основных факторов его формирования в современных условиях и выявления тенденций их изменений с целью поиска резервов укрепления и обоснования предложений относительно увеличения темпов развития предприятия. Кроме того, с целью недопущения кризисного финансового аспекта, предприятия снижают себестоимость продукции путем сокращения непроизводственных расходов, эффективного и экономного расходования товарно-материальных ценностей.

Список использованных источников:

1. Артеменко В. Г. Финансовый анализ : учеб. пособ. / В. Г. Артеменко, М. В. Беллендир. – М.: Дело и Сервис, 2012. – 365 с.
2. Кизим М. О. Оцінка і діагностика фінансової стійкості підприємства : монографія / Кизим М. О., Забродський В. А., Зінченко В. А. та ін. – Х.: Вид. дім «ІНЖЕК», 2013. – 144 с.
3. Выборова Е. Н. Диагностика финансовой устойчивости рынков хозяйствования / Е. Н. Выборова // Аудитор. – 2016. – № 12. – С. 37–42.

Панькова А. В., Курінна І. Г.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У наші дні українські підприємства мають проблему відсутності стратегічних інструментів управління, адаптованих до ринкових умов. А саме – базовий індекс, після якого можна вимірювати прогрес реалізації стратегії та ефективність роботи фірми відсутня.

У сучасному, дуже динамічному бізнес-середовищі тверде функціонування підприємства в перспективі пов'язане з його спроможністю гнучко прогнозувати та реагувати на умови зовнішнього середовища, які змінюються, утримуються та набувають нових конкурентних переваг зараз і в майбутньому. Ефективним інструментом забезпечення постійного розвитку є стратегічне планування діяльності підприємства та стратегічне управління, засноване на розробці та активному використанні системи збалансованих показників стратегічного розвитку підприємства.

Крім того, використання українськими підприємствами новітніх підходів, інструментів та методів стратегічного управління підприємством для забезпечення їх конкурентоспроможності є досить проблематичним через несумісність таких інструментів з реальністю та особливостями національного бізнес-середовища. Це визначає необхідність глибоких досліджень та вдосконалення інструментів стратегічного планування, їх адаптації до особливостей конкретних підприємств з метою забезпечення їх більшої ефективності та практичності при використанні [1].

Стратегічне управління є складним процесом розробки майбутнього компанії, його довгострокової еволюції, в рамках якої формується стратегія, реалізація та моніторинг-оцінка. Стратегічне управління – це сучасна форма управління компанією, прогнозування, що базується на передбачуваних змінах середовища, оцінці внутрішнього потенціалу компанії та змін, необхідних для гармонізації з навколишнім середовищем для досягнення поставлених цілей та об'єктів. Стратегічне управління базується на внутрішніх та зовнішніх факторах, що впливають на компанію, і звідси розробляються та впроваджуються стратегії, які суворо та чітко дають змогу компанії, яка робить зміни, які можуть виникнути в навколишньому середовищі, що дозволяє йому вижити та адаптуватися [2].

Стратегічне управління допомагає визначити позицію, яку зараз займає компанія, та позицію, яка планується займатись у майбутньому, яка обов'язково передбачає аналіз і прогнозування еволюції всіх факторів, які можуть вплинути на компанію. Це означає: конкуренція знань, ринок, визначення цілей та розвиток навичок від компанії були спрямовані на сприяння успішній реалізації стратегії підприємства.

Стратегічне управління є концептуальним впливом, як економічним, так і соціально-політичним. Він вважається таким:

- процес, який має на меті полегшити управління компанією та використувати стратегію для керівництва діяльністю;
- форма управління для забезпечення найкращого поєднання екологічних вимог, вимог внутрішніх та зовнішніх партнерів та цілей управління;
- процес, за допомогою якого керівники визначають довгострокову орієнтацію компанії, пропонують конкретні цілі діяльності, розробляти стратегії для

досягнення цих цілей відповідно до зовнішніх та внутрішніх факторів та впровадження планів дій [3].

Стратегія включає основні цілі, основні шляхи досягнення та ресурси.

В Україні з'явилися спроби впровадження та використання збалансованої системи показників як інструменту стратегічного управління підприємством, хоча їх було мало. Тому актуальним є формування системи оцінювання показників, які дозволять швидко та ефективно відслідковувати зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі підприємства та своєчасну відповідь на них. Зростання масштабу адаптованих інструментів стратегічного управління до ринкових важелів у забезпеченні ефективної діяльності підприємства визначило необхідність перегляду стратегічних вимірювальних параметрів їх функціонування та розвитку.

Мета дослідження – наукове обґрунтування впровадження інструментів стратегічного планування на виробничих підприємствах в умовах нестабільного зовнішнього середовища.

Цілями статті є формування збалансованої системи показників та комплексна оцінка використання стратегічних можливостей підприємства; розрахунок показників стратегічного розвитку підприємства; розробка стратегічного контуру підприємства.

Основні підходи до організації стратегічного планування на підприємстві мають спільну мету – активну адаптацію до навколишнього середовища, адаптацію навколишнього середовища до потреб підприємства та кілька загальних етапів планування.

Базуючись на різноманітних характеристиках підприємства, можливі різні підходи до системи стратегічного управління в цілому та, зокрема, до стратегічного планування. Глобальні практики показали, що кожен підприємство вибирає певну систему, ґрунтуючись на загальних принципах, таким чином, вона орієнтована на окремі сторони діяльності підприємства, вводячи цільові рекомендації як основу планування. Визначення таких керівних принципів (система ефективності показників) є основною умовою ефективності системи стратегічного планування підприємства [4].

Список використаних джерел:

1. Галазюк Н. М. Стратегічне планування зовнішньоекономічної діяльності як основа управління підприємством на сучасному етапі розвитку / Н. М. Галазюк // Економічні науки. Сер.: Облік і фінанси. – 2013. – № 10. – С. 56–62.
2. Каплан Р. С. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Р. С. Каплан, Д. П. Нортон. – М. : Олимп-Бизнес, 2010. – 320 с.
3. Рульов В. А. Менеджмент / В. А. Рульов, С. О. Гуткевич. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 312 с.
4. Саєнко М. Г. Стратегія підприємства / М. Г. Саєнко. – Тернопіль : Економічна думка» 2006. – 390 с.

5. Ямпольський А. Гроші люблять розрахунок або бюджетування, як воно є / А. Ямпольський // Контакт. – 2012. – № 12. – С. 7–8.
6. Гринько Т. Проблеми впровадження стратегічного менеджменту на вітчизняних підприємствах / Т. Гринько, М. Скрипченко // Облік, економіка, менеджмент: наукові нотатки: Міжнародний збірник наукових праць. – Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2016. – Випуск 1 (9). – Ч. 1. – С. 206–210.

Паращенко К. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ІННОВАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У ГЛОБАЛЬНІЙ КОНКУРЕНЦІЇ ТА КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ

З точки зору збереження глобальної конкуренції, збереження конкурентоспроможності, підвищення економічних показників і зростання, інновації є важливим елементом для компаній. Економічне зростання, досягнуте за рахунок конкурентних переваг, збільшує зайнятість і виробництво і, в свою чергу, призводить до економічного розвитку і зростання соціального добробуту [1]. Компанії прагнуть до інновацій аби збільшити свою здатність задовольняти нові вимоги новими продуктами, новими послугами та новими процесами.

У глобалізованому світі приватний і державний сектор трансформувалися в усіх вимірах. Внаслідок змін на ринку також змінилося функціонування компаній та економік. Сьогодні вже існуючі сценарії не допомагають, а компанії потребують нових шляхів і методів у глобальній конкуренції. Хоча творчість та інновації стають головним капіталом компаній, досягнення успіху на невизначених та гнучких ринкових умовах можливе лише за допомогою інновацій [2].

Нездатність великої промислової політики досягти бажаного успіху змусила країни шукати нові навички. Захищені території для компаній і країн зменшуються через конкуренцію. Крім того, ринкові сили є недостатніми для того, щоб перенести компанії та економіку в вигідне становище. З цих причин необхідно підняти та впровадити нові ідеї [3].

Щоб досягти успіху в глобальній конкуренції, компаніям необхідно створювати нові ідеї, нові продукти та інноваційні стратегії, і їм потрібно правильно керувати ними. Розробка та управління інноваційними та творчими здібностями систематично підвищує конкурентоспроможність перших компаній, а потім і країн. Інноваційний менеджмент стає суттєвим для економічного зростання та стабільності компаній. Ефективне використання ресурсів, задоволення мінливих потреб ринку та забезпечення конкурентних переваг можливе лише шляхом формування сумісних стратегій з організаційною структурою, логікою та культурою з метою розвитку інноваційних навичок та ефективного управління інноваційним процесом.