

з якихось міркувань є кращим ніж інші можна назвати оптимальними. Попереднє кількісне обґрунтування оптимальних рішень можна вважати головною ціллю дослідження операцій. За підсумком можливо визначити або єдине строго оптимальне рішення, або виділити область практично рівноцінних оптимальних (раціональних) рішень, в рамках яких може бути зроблений кінцевий вибір.

На результат операції впливають 3 групи факторів:

1) Заздалегідь задані фактори (умови проведення операції)

$\alpha_1, \alpha_2, \dots, \alpha_n$

2) Фактори, що залежать від прийнятого рішення (елементи рішення)

x_1, x_2, \dots, x_m

3) Невідомі умови або фактори, які заздалегідь визначити або неможливо, або можливо з певною ймовірністю

y_1, y_2, \dots, y_s

Прийняття рішень, як вважають, не можна віднести до дослідження операцій. Його можна віднести до компетенції особи, яка є відповідальною, а точніше – декількох людей, що мають право кінцевого вибору, і які несуть відповідальність за свій вибір. Тоді, коли відповідальні особи визначаються з рішенням, вони можуть враховувати не тільки рекомендації, які виходять із математичного розрахунку, а ще й ряд міркувань (кількісного і якісного характеру), які не були враховані цим розрахунком.

Список використаних джерел:

1. Булгакова М.В. Математичне моделювання економічних процесів: навчальний посібник / М.В. Булгакова. – Челябинськ: Вид-во МОУ ВПО ЮУПІ, 2010. – С. 154.
2. Булгакова М.В. математичні методи при вирішенні практико-орієнтованих економічних задач, 2011. – Т. 6. – № 3. – С. 20-27.
3. Кузнецов А. В. Вища математика. Математичне програмування / А. В. Кузнецов, В. А. Сакович, М. І. Холод. Мінськ: Виш. шк., 1994. 286 с.
4. Шапкін А. С. Економічні та фінансові ризики. Оцінка, управління, портфель інвестицій / А. С. Шапкін. М.: Дашков і К°, 2003. 364 с.

Канд. фіз.-мат. наук Катан В. О., Кривуліна С. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

МОДЕЛЮВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ В НОВИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

Управління підприємством стає більш важким в сучасних умовах, що можна пояснити високими темпами розвитку ринків, а також постійно змінного характеру діяльності фірми на ринках. Все це викликає необхідність притримуватися певної стратегії при управлінні, особливо при плануванні діяльності фірми.

Здійснюється перехід від виробництва масового споживання до диверсифікованого споживання. Сучасні технології, і особливо інформація, дають можливість виробляти невеликі партії багатоваріантної продукції для задоволення різноманітних смаків споживачів.

Під стратегією підприємства розуміють генеральну комплексну програму дій, що використовується при визначенні пріоритетів фірми, а також її місію, цілі, а також використання ресурсів, необхідних для їх досягнення. Тим самим стратегія формує загальний напрям розвитку.

Змістовно, під стратегією розвитку розуміють результат планування, певний документ, в якому воно викладено. Саме ж стратегічне планування являє собою процес формування цілей на певний період, а також напрямки, в якому рухається фірма.

Можна виділити такі етапи при моделюванні стратегії розвитку фірми:

1. Формування підприємницької місії;
2. Визначення стратегічних цілей;
3. Аналізування зовнішнього середовища, а також його оцінювання стосовно актуальності і реальності діяльності фірми;
4. Аналізування підприємницького потенціалу, можливих перспектив для розвитку;
5. Визначення генеральної стратегії;
6. Аналізування стратегічних цілей;
7. Розроблення стратегій стосовно функцій та ресурсів;
8. Виконання, моніторинг та оцінювання результатів стратегії підприємства.

Але найбільшу і найсуттєвішу роль грає визначення з цілями фірми. Такі цілі об'єднанні в систему стратегічних цілей, яка характеризується такими вимогами:

- необхідність багаторівневості – тобто, вона визначає не тільки головну ціль підприємства, але й підрядні цілі;
- повинна бути динамічною та мінливою з часом;
- має відображати різноманітність змісту або предмету фірми, а саме конкретно описувати діяльність підприємства (виробництво, інвестиційна діяльність тощо);
- описуваний об'єкт має бути нерівнозначним.

Суттєво стратегічне моделювання можна описати так: сучасні умови зміни середовища економічного ринку, а також зростаюча мінливість характеру діяльності фірм потребує використання стратегічних підходів при управлінні підприємством, особливо при плануванні майбутньої діяльності. В той же час розроблення стратегій вимагає багато часу, і є доволі складним процесом, де необхідно враховувати постійні переоцінки і перевірки цілей підприємства, а також одночасно аналізувати стан як зовнішнього, так і внутрішнього середовища підприємства.

Складові стратегії фірми складають конкурентоспроможні дії та підходи, що впливають на успішність управління фірмою. Вона розробляється менеджерами з метою визначення напрямку розвитку, а також як діятиме підприємство в майбутньому. Під вибором стратегії означають визначення напрямку, в якому рухатиметься підприємство в процесі розвитку.

Під місією розуміють основне завдання, а саме це і є загальна ціль підприємства. Основними чинниками впливу на місію є зовнішнє середовище підприємства, а також особливості даного підприємства.

Інші стратегічні цілі ґрунтуються на місії фірми. Вони в свою чергу визначають наскільки ефективна та реально корисна обрана стратегія. Правильно обрані цілі мають бути чітко визначеними, з конкретними часовими межами, визначеним та досяжним обсягом потрібних ресурсів, і, головне, досяжними. За таких умов можна стверджувати, що стратегія підприємства обрана правильно.

Також слід дати визначення стратегії розвитку, яка є основним чинником, що впливає на галузеву позицію підприємства, його ринкова поведінка, а також визначає інтереси фірми. До того ж, стратегія є основним елементом при прийнятті ключових рішень ведення підприємницької діяльності. Вплив стратегії розвитку виражається у:

- виборі цільової аудиторії, а також аналіз їхніх потреб;
- виборі найефективніших виробничих стратегій, за даних ресурсів та технологічних обмежень;
- визначенні обсягів і місця розташування виробництва, які б були оптимальними для даного підприємства;
- збільшенні конкурентоспроможності підприємства;
- пошуку та впровадженні ринкових альтернатив.

Під стратегічною діагностикою розуміють наступний етап планування підприємницької діяльності. Перш за все визначають та аналізують зовнішнє середовище підприємства.

Під аналізом розуміють проведення постійного моніторингу, дослідження та контролю зовнішніх чинників, що допомагає при своєчасному визначенні впливу зовнішніх чинників (наприклад, політичний стан, економічні умови, науково-технічний прогрес тощо).

Список використаних джерел:

1. Електронний ресурс: Режим доступу: https://osvita.ua/vnz/reports/econom_pidpr/19056/
2. Електронний ресурс: Режим доступу: https://osvita.ua/vnz/reports/economy_pidpr/21944/
3. Електронний ресурс: Режим доступу: <https://works.doklad.ru/view/bmEa0J2BWao.html>