

Отже, в результаті застосування методу аналізу ієрархій визначили, що найбільш конкурентоспроможною та рентабельною продукцією ТОВ «АФ Україна» є огірки та помідори.

Список використаних джерел:

1. Гуменюк А.В. Маркетинг в овочівництві / А.В. Гуменюк // Економіка АПК. – 2011. – № 10. – С. 60–63.
2. Шквиря Н.О. Стратегічний аналіз макросередовища підприємств галузі овочівництва/ Н.О. Шквиря // Сучасні наукові дослідження на шляху до євроінтеграції: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. форуму. – Мелітополь: ТГАТУ, 2019. – С.67-71.
3. Шквиря Н.А. Применение метода анализа иерархий для выбора стратегического управленческого решения / Н.А. Шквиря // Сборник материалов докладов Международной научно-практической конференции «Моделирование в технике и экономике», 23-24 марта 2016г., г. Витебск – С. 455 – 457.

Воінкова А. О., студентка

Науковий керівник: Колосок А. М.,

к.е.н., доцент

Східноєвропейський національний

університет ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Зарубіжна практика діяльності бізнес-структур в ринкових умовах засвідчує, що кінцевою ціллю стратегічного планування має бути сталий розвиток підприємства, що включає не лише отримання прибутків, а й розширення виробництва, покращення соціального захисту працюючих, розбудову місцевої інфраструктури, тощо. Тому, надзвичайно актуальним є використання стратегічного планування з метою адаптації підприємства до мінливих ринкових умов, забезпечення його успішного функціонування та комплексного розвитку в рамках певної громади.

Нині дана проблема детально висвітлюється в наукових працях таких вчених, як В. П. Биховченко, С. М. Бондаренко, В. В. Жихарева, М. С. Крочак, Л. Г. Ліпич, Л. В. Олійник, О. О. Орлова, З. Є. Шершньова, та вчених з країн ближнього зарубіжжя: О. С. Віханський, В. С. Єфремов, А. Б. Ідрісова, Т. П. Любанова, Р. А. Фатхутдінов тощо.

Проте у сучасних умовах гіперконкуренції та надзвичайної динамічності змін зовнішніх факторів середовища діяльності підприємства, підходи щодо формування і реалізації раціональної стратегії для конкретного бізнесу мають бути адаптивними та швидко змінюватись в залежності від чинників впливу. Тому питання формування та реалізації стратегії бізнесу є надзвичайно актуальним та потребує подальшого дослідження в контексті конкретного підприємства.

Об'єктом дослідження є виробничо-господарська діяльність товариства з обмеженою відповідальністю «Ентепрайз».

Предметом дослідження є теоретичні та методичні аспекти процесу стратегічного планування в умовах економічної невизначеності.

Метою дослідження є обґрунтування методологічних і практичних рекомендацій щодо формування та реалізації стратегії розвитку досліджуваного підприємства.

Відповідно до мети поставлені наступні завдання:

- визначити сутність категорій «стратегія», «стратегічне планування», «стратегія розвитку»;
- систематизувати й узагальнити методи та інструменти стратегічного планування;
- дослідити зарубіжний досвід формування та реалізації стратегії підприємства;
- здійснити загальну характеристику виробничо-господарської діяльності ТОВ «Ентепрайз»;
- дослідити та обґрунтувати стратегію розвитку ТОВ «Ентепрайз» відповідно до сучасних умов його функціонування у ринковому просторі;
- розробити пропозиції щодо удосконалення системи стратегічного планування на досліджуваному підприємстві.

Інформаційною базою дослідження є законодавчі та нормативні акти України; дані Державної служби статистики України; фінансова звітність підприємства; Internet-ресурси; монографічні та періодичні видання; власні аналітичні розрахунки. Аналізування отриманих даних проводилось із застосуванням сучасних інформаційних комп'ютерних технологій.

Аналіз принципів і методів розробки і реалізації стратегії в системі менеджменту підприємства дозволяє встановити, що стратегічне управління - це процес прийняття (планування) і реалізації стратегічних рішень (оперативне управління), основою якого є формування стратегії розвитку, розробленої на основі співставлення власного ресурсного потенціалу підприємства з потенційними можливостями і загрозами зовнішнього ділового середовища, в якій функціонує підприємство.

До пріоритетних напрямів вдосконалення стратегічного планування на ТОВ «Ентепрайз» відносяться: приділення уваги соціальній складовій стратегічного планування (створення умов праці, що сприяють високій продуктивності праці та ефективності); індивідуалізація стратегічного планування, недопущення шаблонів, розроблення планів під конкретні проекти; використання передового програмного забезпечення по стратегічному плануванню; деталізація стратегічного плану, за чітко за визначеною структурою; розроблення стратегічних планів, із врахуванням інтересів та побажань керівництва, працівників підприємства та місцевої громади; приділення значної уваги інноваційній складовій (впровадження нових технологій виробництва, модернізація та реконструкція потужностей підприємства, застосування нових видів вискоєфективного обладнання); професійне навчання майбутніх спеціалістів.

Вважаємо, що врахування вищезазначених факторів допоможе підприємству не тільки повернути свої позиції на ринку, але і значно їх розширити, вийти на новий якісний рівень виробництва та надання послуг.

Список використаних джерел:

1. Биховченко В. П., Марченко К. Л. Вітчизняний та зарубіжний досвід формування та реалізації фінансової стратегії підприємства. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. № 18. С. 439-442.
2. Бондаренко С. М., Готь О. Я. Стратегія підприємства як чинник його конкурентоспроможності. Ефективна економіка. № 6. 2017.
3. Бортнік С. М., Маленицький Д. С. Забезпечення конкурентної стратегії підприємства та підходи щодо її вивчення. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2016. № 7. С. 40-44.
4. Жихарева В. В., Савельєва Т. М. Формування стратегії розвитку підприємства в умовах невизначеності. Економіка і суспільство. 2017. №9. С. 423-427.
5. Крочак М. С. Формування стратегії розвитку промислових підприємств в умовах невизначеності. Науковий вісник Мукачівського державного університету. 2017. №1(7). С. 85-90.
6. Олійник Л. В., Кузнєцова А.П. Методологічні засади формування стратегії розвитку підприємства. Економіка і організація управління. 2018. № 3 (31). С. 118-126.

Гадючко Д.О., студент

Науковий керівник: Гусаковська Т.О,
к.е.н., доцент ВНЗ Укоопспілки «ПУЕТ»,
м. Полтава, Україна

УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ В МАЛОМУ БІЗНЕСІ

Процес управління збутом продукції вибудовується і функціонує відповідно до обраної збутової політики підприємства малого бізнесу. Збутова політика спрямована на вирішення питань, пов'язаних з доопрацюванням вироблених товарів, їх зберіганням і транспортуванням, оформленням угод та проведенням розрахункових операцій. Також збутова політика забезпечує інформування споживачів про підприємство та товар, і отримання даних про стан справ на ринку.

Процес управління збутом – це сукупність елементів, взаємозв'язаних один з одним для оптимізації управління товарними запасами підприємства малого бізнесу. До елементів, з яких процес управління збутом складається, відносяться суб'єкти, об'єкти, методи і функції, за допомогою яких підприємство малого бізнесу підвищує результативність збутової діяльності [2, с. 94].

Ефективне управління процесом збуту приносить підприємству малого бізнесу збільшення обсягу продажів, зростання прибутку та стабільність на ринку. Процес управління збутом продукції вирішує як стратегічні, так і тактичні завдання. До стратегічних завдань відноситься все, що пов'язано з формуванням, вибором і організацією каналів збуту, вибір прямого або непрямого типу збуту продукції, визначенням кількості посередницьких ланок на шляху від виробника до кінцевого споживача, логістикою і проведенням маркетингових заходів, що супроводжують товар на шляху до споживачів.

Тактичні завдання, які вирішує система управління збутом, пов'язані із залученням нових покупців, оптимізацією діяльності комівояжерів (торгових