

В условиях рыночной экономики предприятия и их объединения должны создавать службы маркетинга с функциями изучения рынков сбыта и определения спроса на продукцию предприятия, требований потребителей к ней, обеспечения ее конкурентоспособности, организации рекламы, сбыта и сервисного обслуживания. Организация управления на принципах маркетинга необходима даже в условиях дефицита, так как исключает возможность выпускать продукцию, не отвечающую нуждам и потребностям потребителей.

Для бизнеса необходимо, чтобы маркетинг и сбыт были интегрированы в единый процесс управления. ОАО «Осиповичский консервный завод» имеет удобное географическое положение, развитую сеть транспортной инфраструктуры, именно поэтому нельзя упускать такую возможность как освоение новых рынков и привлечение новых потребителей. При этом компания получает существенное подспорье для снижения потенциальных рисков и достижения устойчивого долгосрочного результата. Для компании действительно важно меняться в зависимости от рынка сбыта для того, чтобы быть на гребне успеха.

УДК 658.5

Ирина Капран

(Украина)

Научный руководитель Дмитрий Дячков, д.э.н., доцент, профессор
Полтавская государственная аграрная академия

ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Развитие экономических отношений, совершенствование и интеграция технологий, внедрения инноваций и преобразований, роста производительности функционирования, повышение результативности деятельности предприятия затрудняет формирование адекватной и своевременной реакции предприятия на эти изменения. Поэтому в условиях отсутствия эффективной системы стратегического управления и быстрых изменений внешней среды наблюдается неадекватная «навигация» предприятия руководством. Это происходит потому, что основные подсистемы предприятия функ-

ционируют неэффективно, низким являются показатели результатов деятельности предприятия в различных отраслях.

Исправить такую ситуацию можно с помощью нивелирования между проектированием и практическим внедрением системы стратегического управления, которая обеспечивала бы максимизацию эффективности функционирования предприятия в заданных условиях среды. Как показал анализ научных исследований, эффективность системы стратегического управления обусловлена качеством моделей, методик формирования и реализации ее стратегии. Однако инструменты разработки и реализации стратегий не соответствуют критерию максимизации эффективности деятельности определенного предприятия и конкурентного преимущества в заданных условиях среды [1].

Таким образом, к принципам модели системы стратегического управления предприятием, которые нужны в процессе его развития, относим принципы гибкости, комплексности и оптимальности (базовые принципы), а также все дополнительные принципы. Чтобы достичь цели развития предприятия формирование системы стратегического управления должно происходить по следующим базовым принципам, как эффективность и результативность [2]. Содержание базовых и дополнительных принципов формирования системы стратегического управления развитием предприятия заключается в следующем:

- базовые принципы:

гибкость как способность системы предполагать, противостоять и приспосабливаться к изменениям среды (по каждому элементу управления), способность корректировать управленческие решения с целью развития предприятия при изменившихся условиях функционирования;

комплексность как сочетание всех управленческих решений в единую систему, позволяющую определить приоритеты в управлении хозяйственной деятельностью, обеспечить взаимосвязь и взаимное влияние решений в процессе их реализации;

оптимальность – проявляется в обеспечении оптимального выбора между первоочередностью выполнения задач по каждому элементу системы управления и внутри каждого элемента;

эффективность предполагает на основе использования системного подхода к управлению достижения минимизации затрат по

ресурсам, процессам, видам деятельности во времени и по объемам, а также максимизации доходов по источникам их возникновения за каждым управляемым элементом системы стратегического управления предприятием;

результативность – получение положительных (необходимых и достаточных) результатов по показателям оценки (на основании абсолютных и относительных показателей оценки количественных и качественных характеристик) при управлении элементами системы стратегического управления предприятием, а также положительных результатов при управлении подсистемой производства и реализации продукции, подсистемами финансового и ресурсного состояния;

- дополнительные принципы:

рациональность, что проявляется в разумном, гармоничном, согласованном управлении всеми элементами системы, в достижении эффективности развития предприятия, в обоснованности управленческих решений относительно задач управления элементами системы;

соответствие, проявляется в правильном определении экономической ситуации в стране, области, непосредственно на предприятии; в учете мировых тенденций на рынках товаров, ресурсов, финансовых и фондовых рынках; в соответствующих отраслях как внутри страны, так и за ее пределами; в определении конкурентных позиций как среди отечественных, так и зарубежных производителей продукции;

динамизм, смысл которого заключается в необходимости учета состояния внешней среды, то есть показателей подсистемы внешнего состояния (экономических, политических, рыночных, социальных, экологических) при реализации целей развития по подсистемам внутреннего состояния, которые находятся под влиянием различных факторов;

контроль – осуществление постоянного контроля за процессом внедрения в действие управленческих решений на всех уровнях управления, по всем функциональным службам с учетом необходимости приспособления к изменениям во внутренней и внешней среде предприятия.

Таким образом, принципы формирования системы стратегического управления предприятием, которые выделены, в обобщенном виде соответствуют всем стадиям развития предприятия: формули-

ровка целей развития, управление развитием и достижения целей развития.

Список использованных источников

1. Дончак Л.Г., Ціхановська О.М. Сутність та удосконалення стратегічного управління підприємством. *Економіка. Управління. Інновації. Серія : Економічні науки*. 2016. № 2. – С. 49–56.

2. Харченко В.А. Принципи формування системи стратегічного управління розвитком промислового підприємства. *Схід*. 2014. № 4. С. 66–71. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Skhid_2014_4_12.

3. Zos-Kior M. The impact of migration processes on the management of socio-economic development and self-organization of the individual. *Вісник ЧНУ ім. Б. Хмельницького*. 2020. № 1. – С. 4–9.

4. Zos-Kior M., Shkurupii O., Fedirets O., Shulzhenko I., Rubezhanska V. Modeling of the Investment Program Formation Process of Ecological Management of the Agrarian Cluster. *European Journal of Sustainable Development*. *European Journal of Sustainable Development* (2021), 10, 1, 571–583.

УДК 338

Елизавета Клянченко
(Республика Беларусь)

Научный руководитель Н.А. Логвинович, ст. преподаватель
Белорусский государственный аграрный технический университет

ПРОБЛЕМЫ ТРУДОВОЙ МОТИВАЦИИ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ

Исходя из многовекового опыта общества, можно утверждать, что в любом производстве, прежде всего, должен быть интерес человека к этому производству. А для того, чтобы пробудить интерес работников к труду, надо их определенным образом мотивировать.

Мотивация – это процесс побуждения, стимулирования кого-либо (отдельного человека или группы людей) к деятельности, направленной на достижение личных целей и целей организации. Основные рычаги трудовой мотивации – стимулы и мотивы. Стимул – это внешняя побудительная сила работников к труду, а мотив – внутренняя побудительная сила, исходящая от самого человека, от его потребностей, устремлений.