

суму до \$6,32 млрд. Серед найдорожчих вітчизняних брендів також згадуються Nemiroff і "Оболонь". Їх вартість коливається в межах \$0,2 – 1 млрд. При цьому вартість українських брендів, не дивлячись на кризу, зростає.

Методика розрахунків вартості брендів базується на аналізі фінансових показників компаній, частоти згадування в ЗМІ, віку і позиції бренда на ринку, а також прогнозу зростання компанії і ринку.

За останні роки в Україні значно зросла роль засобів масової інформації щодо реклами брендів. Українські компанії більш професійно почали займатися питаннями просування торгових марок, розробки брендів, що призвело до загострення конкуренції та подорожчання послуг щодо виведення на ринок нових брендів та їх утримання. На думку В. Перції, директора групи компаній "BrandAid": "З розвитком економіки та зі збільшенням конкуренції, виробникам необхідно витрачати все більше і більше коштів на створення та просування своїх торгових марок. При цьому результат, як не дивно, буде не прямо пропорційним кількості вкладених коштів" [8, с. 164].

Висновки. Таким чином, найактуальнішими завданнями для України на сучасному етапі стосовно брендів є: збереження українських брендів, які успішно розвиваються; створення та розвиток нових брендів; формування глобального бренду країни "Україна" з позитивним іміджем. Переважна більшість вже існуючих брендів створювалася стихійно. Нині, необхідно навчитися мистецтву "народжувати" глобальні бренди високої якості цілеспрямовано. Для цього необхідно виховувати власних спеціалістів з бренд-менеджменту, враховуючи досвід міжнародних компаній, які вже спромоглися досягти значних успіхів у цій сфері. Це дозволить Україні стати повноправною частиною Європи.

Література

1. Гончаренко Ж.В., Радченко Е.А., Сабирова И.М. Бренды Украины, или Они и мы. – К.: Молодь, 2007. – 160 с.
2. Information Please® Database "Trademarks. A history of a billion-dollar business" by David Johnson <http://www.infoplease.com/spot/trademarks1.html>.
3. Офіційний сайт компанії Roshen: "Київська кондитерська фабрика імені Карла Маркса". – <http://www.roshen.ua/ukrbiz/about/factories>.

4. Офіційний сайт компанії Оболонь: "Історія компанії". http://www.obolon.ua/ua/company/history_and_traditions/histo/.
5. Офіційний сайт компанії Nestle: "Світоч" <http://www.nestle.ua>.
6. Штовба О.В. Товарний брендинг підприємств та шляхи забезпечення його ефективності: Автореф. дис. кандидата економ. наук. 08.06.01 – Хмельницький, – 20 с.
7. Офіційний сайт компанії "Союз-Віктан". – <http://www.sv.ua/ru/about>.
8. Перція В. Брендинг: курс молодого бойца. – СПб.: Санкт-Петербург, 2010. – 208 с.

Варченко Олена

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

"Полтавський університет економіки і торгівлі"

ПЛАНУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ДІЙ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ РИНКОВОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

Ключові слова: стратегія, конкуренція, конкурентне середовище, невизначеність, системний аналіз, задача взаємодії і протидії підприємств.

Постановка проблеми. При визначенні стратегії підприємства необхідно враховувати вплив багатьох факторів, серед яких значне місце посідає і конкурентне середовище. За умов постійних змін навколишнього середовища недостатнім є застосування лише традиційних аналітичних методів дослідження. Необхідні цілісні, комплексні та всебічні підходи, що акцентують увагу не тільки на самому економічному об'єкті, а й на дослідженні навколишнього середовища, в якому він функціонує. У такому випадку доцільним є системний підхід, що розглядає підприємство як складну цілісну систему в різних аспектах та допомагає дослідити і проаналізувати його зв'язки із зовнішнім середовищем.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Поступове поширення сучасних інформаційних та комп'ютерних технологій стало рушійною силою виникнення поняття системного аналізу, та зумовило його успішне застосування при вирішенні складних завдань. М.М. Моїсєєв наводить досить вузьке визначення системного аналізу: "Системний аналіз – це сукупність методів, заснованих на використанні ЕОМ та орієнтованих на дослідження складних систем [1].

Теоретичним аспектам системного аналізу у своїх дослідженнях приділяло увагу багато вчених, зокрема А.В. Антонов, Ф.І. Перегудов, Ф.П. Тарасенко, В.Н. Волкова, А.А. Денисов.

Методи формалізації та алгоритми розв'язання задач системного аналізу досліджуються у праці М.З. Згуровського та Н.Д. Панкратової [2]. Поняття невизначеності розкривається у працях Ф. Найта, В.В. Черкасова, Г.М. Коломійця, Г.М. Левицької. У книзі "Конкурентна стратегія" [3] М. Портером були досліджені фактори, що впливають на конкурентне середовище, та сформулювалося таке вагоме поняття, як модель п'яти сил конкуренції.

Формулювання мети. Об'єктом дослідження є комерційна діяльність ВАТ "Полтававтормет", показники якої потребують обробки та аналізу.

Предмет дослідження – підходи системного аналізу як засоби формування стратегії діяльності підприємства в умовах конкуренції.

Мета – дослідити теоретичні аспекти та засоби практичної реалізації планування стратегії підприємства в умовах конкуренції.

Для досягнення цієї мети було виділено наступні завдання:

- розглянути основні поняття системного аналізу, формалізацію задач системного аналізу стосовно діяльності підприємства;
- проаналізувати напрями удосконалення діяльності підприємства в умовах невизначеності;
- побудувати економіко-математичну модель діяльності підприємства, дослідити властивості побудованої моделі;
- вибрати, дослідити та обґрунтувати інструментальні засоби реалізації економіко-математичних моделей діяльності підприємства у задачах взаємодії та протидії підприємств;
- дослідити практичне застосування створеного інформаційного забезпечення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Методологія системного дослідження, що використовується для визначення стратегії дій підприємства, являє собою сукупність системних методів і засобів, спрямованих на розв'язання складних і комплексних проблем. Тут системний метод являє собою загальний підхід до розв'язання певної проблеми об'єкта із врахуванням його цілісності, способів досягнення цілі, певним чином впорядковану діяльність, а системним засобом виступає сукупність принципів і понять.

Застосування системного аналізу для розв'язання проблеми являє собою досить складну процедуру, яка включає представлення

об'єктів досліджень у вигляді систем, їх аналіз, організацію процесу колективного прийняття рішення з використанням різних методів моделювання. Для організації такого процесу потрібно виділити послідовність етапів та методи для виконання цих етапів та, при необхідності, забезпечити повернення до попередніх етапів. Така послідовність певним чином виділених і впорядкованих етапів з рекомендованими методами або прийомами їх виконання представляє собою методику системного аналізу.

В умовах невизначеності зовнішнього середовища підприємства не можуть повністю контролювати своє майбутнє і тому вимушені постійно пристосовуватися до зовнішнього середовища, до якого відносяться конкуренція, природно-кліматичні умови, вимоги ринку, політика держави та інше. Підвищення ступеню невизначеності сприяє тому, що у підприємства зростають вимоги до підвищення оперативності, гнучкості, адаптивності як процесу управління взагалі, так і до планування зокрема. У таких умовах процес планування повинен носити неперервний характер і використовуватися в якості повсякденного інструменту управління. Для успішного функціонування в сучасних умовах господарювання товаровиробники повинні враховувати ймовірність виникнення невизначеності умов здійснення підприємницької діяльності, наявність ризику та загроз економічній безпеці.

Щоб локалізувати вплив факторів невизначеності середовища потрібно продовжувати вивчати сутність невизначеності, вдосконалювати процес планування, посилювати адаптивність підприємства до умов зовнішнього середовища. Це дозволить підприємству в повній мірі адаптуватися до нестабільності зовнішнього середовища та найбільш ефективно планувати свою подальшу діяльність. Для мінімізації ризиків, протидії загрозам та підвищення рівня економічної безпеки підприємства, і відповідно розширення його адаптаційних можливостей до змін умов господарської діяльності, стабільного функціонування і розвитку повинен бути розроблений комплекс заходів.

До найважливіших напрямків покращення системи планування в сучасних ринкових умовах насамперед потрібно віднести:

- удосконалення інформаційного забезпечення, методології, системи планів;
- підвищення кваліфікаційного рівня спеціалістів;
- застосування комп'ютерної техніки;
- впровадження ефективних елементів контролінгу.

Невід'ємною складовою ринкової економіки є створення й розвиток конкурентного середовища – сукупності зовнішніх стосовно конкретного підприємства факторів, які впливають на конкурентну взаємодію підприємств відповідної галузі.

У праці [3] зазначається, що конкурентне середовище – це результат і умови взаємодії великої кількості суб'єктів ринку, що визначає відповідний рівень економічного суперництва і можливість впливу окремих економічних агентів на загально ринкову ситуацію. Найбільш поширеним інструментом для систематичної діагностики основних конкурентних сил, що впливають на ринок, оцінки ступеня впливу кожної з них та визначення характеру конкурентної боротьби на даному ринку є модель п'яти сил конкуренції Портера, за якою усі конкурентні сили поділяються на 5 складових: суперництво між продавцями однієї галузі; фірми інших галузей, що виробляють товари-замінники; можливості покупців; можливості постачальників; та вхід до галузі нових конкурентів.

Під стратегією підприємства слід розуміти систематичний план його потенційної поведінки в умовах неповноти інформації про майбутній розвиток середовища та підприємництва, що включає формування місії, довгострокових цілей, а також шляхів і правил прийняття рішень для найбільш ефективного використання стратегічних ресурсів, сильних сторін і можливостей, усунення слабких сторін та захист від загроз зовнішнього середовища задля майбутньої прибутковості. В основі будь-якої стратегії лежать конкурентні переваги, а стратегічне управління можна визначити як управління конкурентними перевагами. Основою конкурентних переваг, є унікальні активи підприємства чи особлива компетентність в сферах діяльності, важливих для даного бізнесу.

Практичний інтерес становить дослідження і розробка розв'язання системних задач взаємодії і протидії підприємств з врахуванням факторів ризику, оскільки їх вплив може змінити внутрішній напрям діяльності фірми та подальшу стратегію її поведінки на ринку. У даній ситуації важливо визначити гарантований дохід, що отримує підприємство від продажу товарів, якщо, наприклад, ціна товару становить x_1 , а рівень продажу товару – x_2 одиниць. Як відомо [2], такий гарантований дохід визначається за принципом максиміна:

$$\max_{x_1} \min_{x_2} f(x_1, x_2)$$

Підходи, принципи і методи розв'язання таких задач ґрунтуються на основних принципах системного аналізу.

Висновки. У роботі було досліджено основні поняття системного аналізу та його методик, формалізацію задач системного аналізу стосовно діяльності підприємств. Розглянуто поняття невизначеності зовнішнього середовища, в якому функціонує підприємство, причини її виникнення та заходи, яких необхідно вживати, що зробити функціонування більш ефективним за таких умов. Виявлено, що за основу стратегічних дій підприємства можна взяти задачу взаємодії та протидії підприємств, розв'язок якої дасть відповідь на питання, яку стратегію дії обирати фірмі на ринку, щоб мати визначений гарантований прибуток.

Література

1. Математические задачи системного анализа: [Учеб. пособие для вузов по спец. "Прикл. Математика"] / Н.Н. Моисеев. – Москва: Наука, 1981. – 487 с.
2. Згуровський М.З., Панкратова Н.Д. Основи системного аналізу. – К.: Видавнича група BHV, 2007. – 544 с.
3. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Е. Портер; Пер. с англ. – Москва: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с.

Сторожук Артем

Сумський кооперативний технікум

ІННОВАЦІЙНІ ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ "ЕКОНОМІЧНА АКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА"

В конкурсній роботі досліджено сутність понять "економічна активність підприємства", "ділова активність підприємства" й "ринкова активність підприємства". Надано пропозиції щодо методу вимірювання економічної активності підприємства та системи показників її оцінки.

Ключові слова: економічна активність підприємства, ділова активність підприємства, ринкова активність підприємства, показники, метод, поняття.