

Для деяких працівників завдання повинне містити відому частку ризику і можливість домогтися успіху. Присутність виклику, забезпечення можливостей кожного на своєму робочому місці показати свої здібності, виразити себе в праці, в його результатах, мати докази того, що він може щось зробити, причому це «щось» має отримати ім'я свого творця. Наприклад, відзначилися працівники отримують право підписувати документи, у розробці яких вони брали участь, що дає їм можливість відчувати свою значимість.

Потрібно мати на увазі, що перераховані організаційні та морально–психологічні чинники мотивують неоднаково залежно від часу перебування на посаді, і після 5 років жоден з них не забезпечує мотивацію в належним чином, тому вдовolenня роботою падає.

Використання в Україні напрацьованих методів з досвіду успішних іноземних компаній, підвищення продуктивності виробництва і стимулювання працівників до більш якісної роботи вимагає продуманості, бо пряме їх запозичення навряд чи одразу дасть бажані результати.

Отже, для того щоб робота приносила задоволення, керівники повинні обирати методи стимулювання персоналу індивідуально для кожного працівника чи підрозділу

Знання гендерних відмінностей в побудові кар'єри дозволяє ефективно впливати на мотивацію персоналу, а застосування індивідуального підходу є не менш ефективним в передбаченні очікувань працівників і діагностиці їх психологічних типів.

Література: 1. Качан Є.П. Економіка праці та соціально–трудова відносини: Навч.–метод. посібник. / За заг. ред. проф. Качана Є. П. – Тернопіль: ТДЕУ, 2006. 139–140 с. 2. Мельник Л.Г., Корінцева О.І., Ілляшенко С.М., Мішенін Є.В., Балацький О. Ф. Економіка підприємства: Підручник/ Л.Г. Мельник, О.І.Корінцева, С.М. Ілляшенко, Є.В. Мішенін, О.Ф. Балацький та ін. – Суми,: ВТД “Університетська книга”, 2004.– 648с. 3. Осовська Г.В. Комунікації в менеджменті : Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Г. В. Осовська; – Житомир, 2000. – 336 с. – Бібліогр.: с. 329–330 4. Саєнко М.Г. Стратегія підприємства. Підручник./ Саєнко М.Г. – Тернопіль: «Економічна думка». – 2006. – 390 с.

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ В УМОВАХ КОНКУРЕНТНОГО БІЗНЕС–СЕРЕДОВИЩА

Давуд А.Д.

*Магістр Київського національного університету
технологій та дизайну*

Науковий керівник к.е.н., доц. Лісун Я.В.

Сучасні умови конкуренції та інтеграція в європейське співтовариство обумовлює потребу у формуванні дієвої стратегії розвитку організації. Бізнес та підприємництво як види економічної діяльності людини відбуваються в двох взаємопов'язаних сферах: організаціях, які виробляють та продають товари чи послуги, та зовнішньому середовищі, яке створює умови та можливості для організації в проведенні цієї діяльності. Місцем їх складної взаємодії є ринкове бізнес–середовище.

Реакцією на зміну умов функціонування підприємств, що орієнтувались на виробництво, є нова система управління, яка поєднує в собі відоме тактичне

та оперативне управління та новий елемент – стратегічне управління – з притаманними йому загальними та конкретними функціями, відповідними організаційними структурами, технологіями.

Стратегією можна вважати діяльність організації, яка спрямована на вдосконалення діяльності бізнесу за різними сферами. Отже, розробка стратегії містить такі основні кроки, як стратегічне планування виробництва та стратегічне формування виробничого потенціалу (рис. 1).

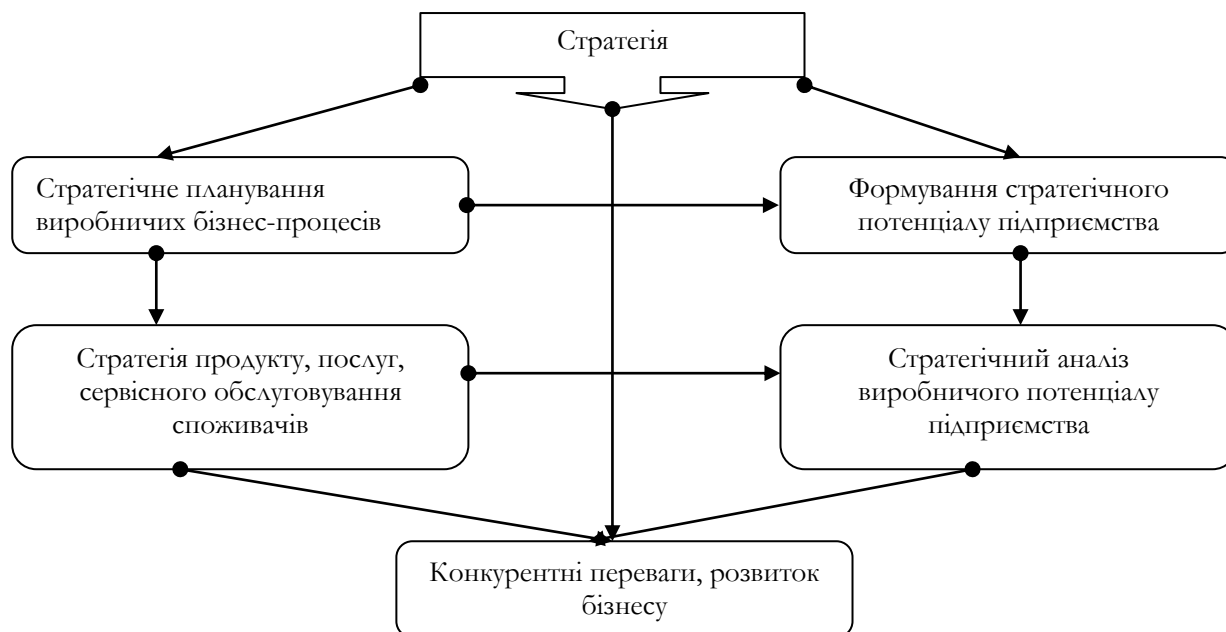


Рис. 1 Базові складові стратегічного управління в організації

Стратегічне управління, як діяльність в сфері бізнесу, ґрунтується на стратегічній орієнтації та спрямовується на досягнення цільових орієнтирів, з урахуванням конкурентних позицій підприємства. Стратегічне управління є забезпеченням спрямоване на забезпечення ефективності діяльності підприємства і досягнення динамічної рівноваги із зовнішнім середовищем.

Стратегічне управління і стратегія є невід'ємними компонентами успішного функціонування підприємства у довгостроковій перспективі в умовах глобалізаційних змін.

Особливостями концепції стратегічного управління є:

1. поєднання системного, ситуаційного та інших підходів до діяльності підприємства як відкритої соціально–економічної системи, що дозволяє розвиватися підприємству;

2. моніторинг умов функціонування підприємства та адаптація до них, завдяки чому створюються системи стратегічного управління;

3. побудова баз стратегічної інформації для прийняття стратегічних рішень;

4. прогнозування рішень щодо розподілу ресурсів, встановлення ефективних зв'язків та формування стратегічної поведінки персоналу;

5. формування та використання певних інструментів та методів розвитку підприємств (цілей, «дерева цілей», стратегій, «стратегічного набору», стратегічних планів, проектів і програм, стратегічного планування та контролю).

Стратегія підприємства вдосконалює діяльність підприємства за сферами бізнесу, у свою чергу стратегічне управління ураховує конкурентні позиції

підприємства, темпи розвитку та спрямовується на досягнення цільових орієнтирів. В стратегічному управлінні важливим є поєднання різних підходів до діяльності підприємства, дослідження умов функціонування підприємства, створення баз стратегічної інформації, прогнозування рішень із використанням інструментів та методів.

В процесі вибору напрямів стратегічного розвитку менеджери підприємства повинні оцінити наступні критерії оптимальності:

- стратегічну (інноваційну) ідею;
- наявну структуру, форму, в яку повинна втілитись стратегічна ідея;
- закономірності ієрархічної побудови причинно–наслідкових взаємозв'язків між підприємством та зовнішнім конкурентним бізнес–середовищем;
- наявну систему взаємодії між підрозділами підприємства та міжособистісні відносини персоналу;
- функціональну та суспільну ефективність існуючого стратегічного та інноваційного розвитку підприємства як системи;
- наявні конкретні плани дій (стратегію розвитку) з урахуванням конкретного простору діяльності, часу циклу та конкретних виконавців;
- необхідну технологію чи механізм впровадження ідеї, зразок узгодження дій, система контролю за їх виконанням; систему навчання персоналу, яка необхідна для ефективної реалізації стратегії з урахуванням системи спільних дій.

Головною метою напрямку стратегічного розвитку підприємства повинно бути забезпечення переходу в оптимальний термін організації економіки на інноваційну стратегічну модель розвитку, проведення в результаті цього структурних і функціональних змін у системі управління, які мають сприяти розширенню можливостей реалізовувати конкурентоспроможну продукцію, послуги, задовольняючи якісно зростаючі потреби економіки країни та особистого споживання населення.

Література: Сокиринська І.Г., Хохлова О.В. Аспекти стратегічного розвитку підприємства // Вісник СумДУ. Серія «Економіка», №4. – 2011. – с. 165–169.

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ НА ОСНОВІ РЕІНЖІНІРИНГУ БІЗНЕС–ПРОЦЕСІВ

Новікова Т.А.

*Магістр Київського національного університету
технологій та дизайну*

Науковий керівник к.е.н., доц. Лісун Я.В.

В сучасних конкурентних умовах, з метою забезпечення успішності діяльності українським підприємствам необхідно постійно розвиватися та змінювати, вдосконалювати свої бізнес–процеси у відповідності до ринкових умов та потреб споживачів.

Проблемам процесного управління, аналізу, оптимізації бізнес–процесів: Дж. Харрінгтона, С. Кук, Б. Андерсена, К.С. Еселінга, Х.В. Німвегена, А.В. Шеєра, В.Г. Єліферова, В.В. Репіна, В.В. Єфімова, І.Н. Ткаченко, О.В. Корзаченко [1–3]. Потребують подальшого дослідження питання управління підприємством на основі реінжинірингу бізнес–процесів, проектування комплексної системи управління на основі реінжинірингу бізнес–процесів.