

Висновки. Візуальний мерчандайзинг ґрунтується на концепції message, яку дизайнер намагається втілити різними художніми засобами: стилем, формами, емоціями, кольорами тощо. У модній індустрії вітрина – це унікальний інструмент маркетингу, який реалізує рекламу товарів та є комунікативним елементом для різних соціальних груп у жорстких умовах конкуренції. Застосування вітрин – це не просто пре-

зентація товарів, це науково обґрунтоване мистецтво, що спричиняє максимальний візуальний ефект, доносить інформацію та закликає аудиторію до дій.

Вітрини магазинів Києва змагаються у креативності, але водночас схилиються до простоти. Вони виступають як синтез моди та маркетингу, що повинен дивувати та підвищувати потік цільової аудиторії.

Список використаних джерел:

1. Витринистика: Визуальный мерчандайзинг. URL: http://elpasso.com.ua/oformlenie_vitriny
2. Витринистика: Построение витрин. URL: <https://trade-help.com/torgovie-tehnologii/vitrinistika.html>
3. Лагода О.М. Візуальний мерчандайзинг (вітринистика) як форма художньої репрезентації костюма / О.М. Лагода // Теорія та практика дизайну. 2013. Вип. 4. С. 96–104.
4. Лагода О.М. Вітринистика як сучасна форма художньої репрезентації в індустрії моди: стаття / О.М. Лагода // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Мистецтвознавство. Архитектура. 2013. № 3. С. 89–93.
5. Мурована Л.В. Візуальний мерчандайзинг – новий погляд на асортимент : стаття / Л.В. Мурована // Вісник Хмельницького національного університету. 2009. № 5. С. 96–98.
6. Оформлення зовнішніх вітрин магазину, його фасаду та входної групи. URL: http://pidruchniki.com/1521092061468/marketing/oformlennya_zovnishnih_vitrini_magazinu_yogo_fasadu_vhidnoyi_grupi
7. Розумей С.Б. Психологічні аспекти мерчандайзингу / С.Б. Розумей, Ю.В. Ладинська // Проблеми економіки підприємств у сучасних умовах : VI Міжнародна науково-практична конференція, 2010 р. К. : НУХТ. 2010. С. 48–49.

УДК 005.21:621:338.45(477)

Швец Ю.О.,

кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри фінансів,
банківської справи та страхування,
Запорізький національний університет

Сидоренко В.О.,

студентка,
Запорізький національний університет

ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ МАШИНОБУДУВАННЯ ТА ЙОГО КЛЮЧОВІ ПРОБЛЕМИ

Сидоренко В.О., Швец Ю.О. Особливості стратегічного управління на підприємствах машинобудування та його ключові проблеми. У статті подані результати дослідження стратегічного управління на підприємстві. Особливу увагу приділено суті стратегічного управління, його аспектам і основним питанням. Розкрито ключові проблеми стратегічного управління на підприємстві, їх джерело і наслідки. Сформульовано доцільність стратегічного управління на підприємствах машинобудування за допомогою визначення переваг та недоліків цього управління. Запропоновано варіанти вирішення проблем стратегічного управління.

Ключові слова: стратегія, стратегічне управління, прогнозування, планування, управлінське рішення, підприємство, мета підприємства, машинобудування, стратегічне управління на підприємствах машинобудування.

Сидоренко В.О., Швец Ю.В. Особенности стратегического управления на предприятиях машиностроения и его ключевые проблемы. В статье представлены результаты исследования стратегического управления на предприятии. Особое внимание уделено сущности стратегического управления, его аспектам и основным вопросам. Раскрыты ключевые проблемы стратегического управления на предприятии, их источник и последствия. Сформулирована целесообразность стратегического управления на предприятиях машиностроения с помощью определения преимуществ и недостатков этого управления. Предложены варианты решения проблем стратегического управления.

Ключевые слова: стратегия, стратегическое управление, прогнозирование, планирование, управленческое решение, предприятие, цель предприятия, машиностроение, стратегическое управление на предприятиях машиностроения.

Sidorenko V., Shvets Y. Peculiarities of strategic management in machine-building enterprises and it's key problems. In this paper, the results of the research of strategic management at the enterprise are presented. Particular attention is paid to the essence of strategic management, its aspects and the main issues. The key problems of strategic management at an enterprise, their source and consequences are revealed. The expediency of strategic management at the enterprises of mechanical engineering for today is formulated with the help of determining the advantages and disadvantages of this management. The proposed solutions to the problems of strategic management.

Key words: Strategy, strategic management, forecasting, planning, management decision, enterprise, enterprise goal, mechanical engineering, strategic management at mechanical engineering.

Постановка проблеми. Ефективне стратегічне управління машинобудівним підприємством в сучасних економічних умовах є досить складним і багатоаспектним напрямом дослідження сучасної науки та видом управлінської діяльності.

Зовнішнє середовище для вітчизняних машинобудівних підприємств сьогодні відзначається значними перешкодами в стратегічному управлінні, зокрема швидкістю змін та залежністю від політичних обставин в країні.

Також значно важче застосувати стратегічне управління у зв'язку із браком коштів для впровадження інноваційних процесів, складними умовами господарювання. Проблема стратегічного управління є також через небажання менеджерів та керівників підприємств впроваджувати щось нове та виходити за межі звичної їм зони комфорту.

В умовах зазначених чинників для постійного забезпечення ефективним та постійним процесом управління потрібен адаптивний до актуальних проблем управлінський інструментарій, що спроможний буде оцінювати управлінські стратегії машинобудівного підприємства та мінімізувати ризики в діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Стратегічне управління – це процес, який постійно перебуває у швидкому русі, і його завданням являється пошук та розроблення стратегій і управління організацією, а також покращення наявної стратегії підприємства і контролю над її виконанням. Дослідженням питання стратегічного управління підприємством займалися такі вчені, як І. Ансофф, А. Томпсон, О. Скібіцький, В. Василенко, З. Шершньова, М. Портер, В. Немцов, М. Хамель, А. Міщенко, Б. Мізюк, В. Пономаренко. Значний науковий внесок у дослідження теоретичних засад стратегічного управління зробила українська вчена Г.І. Кіндратська.

Аналіз та вивчення проблем щодо розвитку стратегічного управління на підприємствах машинобудування потребує додаткових досліджень. Необхідно розробити рекомендації щодо покращення стратегічного управління, що допоможе утримати конкурентну позицію на ринку.

Формулювання цілей статті. Метою статті є розкриття сутності стратегічного управління, визначення можливості його застосування на підприємстві для забезпечення ефективного існування і розвитку в ринкових умовах. Обґрунтування необхідності впровадження стратегічного управління підприємством, дослідження наявної системи управління, визначення проблем стратегічного управління підприємств машинобудування, формування шляхів його покращення.

Виклад основного матеріалу. Основними завданнями стратегічного управління є стратегічний аналіз, реалізація, розроблення та контроль за виконанням стратегій підприємства. В умовах сучасної економіки

саме підприємство є основним об'єктом мікроекономічного дослідження. Це пов'язано з тим, що сьогодні в економіці саме підприємства являються виробниками основної маси товарів та послуг, які спроможні задовольнити потреби людини.

Характер цілей підприємства визначається станом економіки загалом, тенденціями розвитку тієї чи іншої галузі, до якої відноситься її діяльність, а також стадії життєвого циклу самого підприємства. Особливістю ринку є те, що на всіх етапах життєвого циклу підприємства виникають кризові ситуації. Тобто на якомусь етапі підприємство може не виробляти продукцію або ж створювати збитки. Названі ситуації можуть легко бути усуненими, якщо вчасно задіяти оперативні заходи.

Нині гостро відчувається необхідність у свідомому управлінні змінами на основі науково обґрунтованих процедур їх передбачення, регулювання, пристосування до цілей організації, до зовнішніх умов. Тому стратегічне управління доцільно розглядати як складник менеджменту, заснованого на теоретичній роботі вищого керівництва, спрямованого на пошук рішень, які можуть допомогти підприємству вижити в умовах динамічно змінюваного середовища та підтримувати себе на високому рівні в умовах жорсткої конкуренції.

Деякі вчені висувають свої варіанти визначення поняття «стратегічне управління» (табл. 1).

Ми вважаємо, що під стратегічним управлінням слід розглядати вміння управлінських осіб спрямовувати підприємство на високий рівень розвитку, досягати поставлених цілей, а також швидко реагувати на зміни в зовнішньому та внутрішньому конкурентному середовищі задля довгострокового функціонування.

Частіше за все поняття довгострокового та стратегічного управління розглядають однаковими. Невміння відрізнити стратегічне управління від нестратегічного часто призводить до поразки в конкурентній боротьбі.

Бюджетування є головним інструментом довгострокового управління, воно полягає в розробленні довгострокових планів управління для всіх сфер діяльності. Отже, довгострокове управління є характерним для епохи масового збуту та масового виробництва.

Сутність стратегічного управління базується на припущенні про неможливість точного довгострокового прогнозування наявних тенденцій.

Під час нестратегічного управління довгострокові плани складаються в довгостроковій перспективі, а під час стратегічного управління прогноз складається з майбутнього часу до теперішнього.

Стратегічне управління вирішує найважливіші проблеми, пов'язані з головними цілями організації; проблеми, пов'язані з будь-яким елементом організації, а також проблеми, пов'язані з неконтрольованими зовнішніми чинниками сучасності. Стратегічне управління на

Таблиця 1

Визначення поняття «стратегічне управління»

Автор	Визначення
А. Роуз	Стратегічне управління – це прийняті рішення, які об'єднують внутрішні організаційні можливості із загрозами і сприятливими можливостями, що надаються зовнішнім середовищем.
М. Портер	Стратегічне управління – процес управління з метою здійснення місії організації за допомогою управління взаємодією організації з її оточенням.
М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі	Стратегічне управління – це комплексний план, призначений для того, щоб забезпечити здійснення місії підприємства і досягнення цілей.
А. Томсон	Стратегічне управління – планування дій щодо досягнення мети та заданих показників діяльності підприємства машинобудування.
М. Хемель	Стратегічне управління – це планування та розвиток дій, які мають спосіб розвитку ключових конкурентних переваг підприємства.

Джерело: [3, с. 396; 4, с. 208; 5, с. 213-214; 7, с. 302]

кожному конкретному етапі визначає те, що має робити організація в теперішньому часі, щоб досягти своїх цілей у майбутньому, беручи до уваги те, що оточення та умови роботи організації будуть змінюватися. Ці проблеми часто виникають внаслідок впливу численних зовнішніх чинників. Для контролю за їх впливом необхідно організувати постійний моніторинг зовнішнього середовища, що є найважливішою умовою ефективності та конкурентоспроможності підприємства.

Стратегічне управління сьогодні фокусується на всіх виробничих заходах, це дає змогу досить чутливо реагувати на запити споживачів, а також своєчасно здійснювати зміни на підприємстві, які задовольняють виклики ринку. Все це дає підприємству можливість досягти певних конкурентних переваг, що, в свою чергу, дає можливість вижити і досягти поставлених цілей.

Виділяють три види стратегічного управління:

- управління на основі екстраполяції, тобто довгострокове планування, але в умовах невисокого ступеня нестабільності підприємства;
- управління на основі передбачуваних змін, тобто вибирається стратегічна позиція за середнього ступеня нестабільності;
- управління з гнучкими експертними рішеннями, тобто відбувається відбір стратегічних завдань та управління в умовах стратегічних несподіванок. Цей вид застосовується в умовах нестабільної економіки [1].

Щодо підходів до стратегічного управління, то розрізняють:

- одноосібний підхід. Керівник є головним стратегом, за яким закріплюється вирішальний голос під час прийняття рішень;
- делегований підхід;
- підхід, який побудований на співробітництві. Керівник використовує допомогу майбутніх ключових виконавців завдань;
- конкурентний підхід. Формування стратегій відбувається за допомогою підлеглих, які в майбутньому є виконавцями.

Завданням стратегічного управління є побудова сучасної системи управління підприємством яка дасть змогу визначити місію та цілі підприємства машинобудування, спираючись на зовнішній та внутрішній стратегічний потенціал [2, с. 272].

Ефективність стратегічного управління залежить від дотримання процесу його здійснення, що має вісім основних етапів:

1. Керівник визначає орієнтацію та напрями виробництва підприємства машинобудування і формує бачення його розвитку.

2. На другому етапі встановлюються конкретні цілі підприємства в короткостроковому та довгостроковому періодах.

3. Розробляється оцінка та аналіз зовнішнього середовища.

4. Визначаються сильні та слабкі сторони підприємства порівняно з конкурентами.

5. Визначаються стратегічні можливості виробничих потужностей та альтернативи їх розвитку.

6. Відбувається розроблення стратегічного плану для досягнення бажаних результатів

7. Реалізація та виконання обраної стратегії.

8. Аналіз рівня досягнутих поставлених цілей та розгляд нових напрямів розвитку.

Підсумовуючи вищесказане, можна узагальнити такі особливості стратегічного управління:

1. Стратегічне управління впроваджується відповідно до цілей підприємства.
2. Під час стратегічного управління велика увага приділяється конкурентному середовищу.
3. Стратегічне управління поєднує в собі основні засади бізнесу та менеджменту.
4. Стратегічне управління забезпечує взаємодію підприємства із зовнішнім середовищем.

Розвиток українського бізнесу має свої вимоги щодо використання певних принципів у розробленні та впровадженні ефективних ділових стратегій на практиці через останні тенденції розвитку глобального бізнесу. Для прискорення розвитку підприємства на зовнішньому та внутрішньому ринках необхідно вміти переоцінити застарілі стратегічні пріоритети, розробити та впровадити підходи, які підштовхнуть до нової потужної економічної системи.

Для того щоб визначити доцільність стратегічного управління, необхідно виділити основні недоліки та переваги цього управління (табл. 2).

Сьогодні ринкові умови поставлені так, що у підприємств немає можливості досягати переваг над конкурентами з приводу комерційних характеристик товару та його просування. Тому необхідно підібрати пріоритети та розробити стратегії, які більше відповідають тенденціям розвитку ситуації на ринку та найкращим чином використовувати сильні сторони підприємства. За таких умов можливим вирішенням цієї проблеми є формування та

Переваги та недоліки стратегічного управління

Переваги	Недоліки
Прийняття поточних рішень має зв'язок із майбутніми результатами. Тобто осмислюють рішення та прогнозують наслідки.	Велика втрата часу для розроблення стратегічного плану управління.
Активний пошук альтернативних варіантів, які вплинуть на досягнення цілей.	Стратегічне управління не дає чіткого та детального майбутнього.
Визначаються всі можливості і загрози підприємства, відбувається пошук сильних та слабких сторін діяльності підприємства.	Розрив між стратегічною та поточною діяльністю, сподівання, що наявність стратегії вже забезпечує її здійснення.
Свідоме обґрунтування минулого, теперішнього і майбутнього.	Перевищення очікувань.
Розподіл відповідальності між поточною та майбутньою діяльністю.	Використання застарілих методів та інструментів стратегічного управління.
Спрямованість всієї організації на досягнення цілей.	Стратегічне управління забирає багато часу та вимагає величезних зусиль.
Допомагає керівним органам більш чітко реагувати на зміни та продумувати всі можливі загрози тенденції.	Відсутність чітких часових рамок та термінів.
Об'єднання усіх керівників управління.	Для створення сильного підприємства необхідна система мотивації.

Джерело: [6, с. 60-63]

впровадження ефективної конкурентоспроможної бізнес-моделі підприємства, яка буде приваблювати інвесторів та забезпечувати зростання ринкової вартості компанії. Бізнес-модель повинна бути пристосованою до умов ринкового середовища і до діяльності підприємства.

Виходячи з цього, сьогодні стратегічне управління може розглядатися саме як розроблення, реалізація та подальше управління бізнес-моделлю підприємства [6, с. 60–63].

Стратегічне управління підприємств машинобудування має низку об'єктивних і суб'єктивних проблем, виділимо найголовніші [8; 9, с. 16–17]:

1. Нерозвинені теоретичні та методологічні засади для стратегічного управління.

2. Низькокваліфіковані керівники та персонал організації, незнання сучасних методів або ж невміння їх застосовувати.

3. Відсутність стратегічного бачення технічного розвитку.

4. Негативний досвід стратегічного управління.

5. Нестабільна та невизначена ситуація в країні створює розгублені оцінки майбутніх шансів та загроз.

6. Необхідність залучення додаткових витрат для додаткового персоналу, для організації підрозділу управління.

7. Відсутність мотивації персоналу.

8. Потужне конкурентне середовище.

9. Конфлікт між стороною, яка розробляє стратегію, та стороною, що займається її впровадженням.

Більшість підприємств стикається саме з цими проблемами, оскільки вони є більш розповсюдженими та більш небезпечними для підприємства. Для подолання цих проблем є такі шляхи їх вирішення:

1. Ознайомлення з сучасними методами стратегічного управління.

2. Залучення усіх підсистем підприємства до участі в стратегічному управлінні.

3. Аналіз і вдосконалення стратегічного управління на підприємстві.

4. Проведення семінарів та тренінгів для підвищення кваліфікації персоналу.

5. Розроблення та впровадження нових альтернативних планів.

6. Налагодження зовнішніх і внутрішніх комунікаційних зв'язків.

7. Впровадження мотиваційних заходів для сприяння кращій роботі.

8. Залучення до процесу управління менеджерів та керівників середніх та нижніх ланок.

9. Удосконалення проведення аналітики та маркетингових досліджень.

10. Встановлення часових рамок для виконання завдань.

Основною проблемою для підприємств є економічна ситуація в країні, адже важко говорити про стратегічне управління та будувати довгострокові плани розвитку за теперішньої нестабільної ситуації. Зараз дуже швидко змінюються всі фактори впливу на функціонування підприємств (податкові норми, зміни законодавства, конкурентне середовище, нестабільність валюти), зокрема машинобудівної галузі. Отже, для підприємств сьогодні стратегічне управління відіграє дуже важливу роль і займає ключову позицію в їх майбутньому на ринку [10].

Висновки та напрями подальших досліджень. У цій статті була розкрита сутність стратегічного управління та можливості його застосування на підприємствах машинобудування для забезпечення ефективного існування і розвитку в ринкових умовах. Також було обґрунтовано необхідність упровадження стратегічного управління підприємством, розглянуто наявні системи управління підприємством та виділено основні шляхи покращення стратегічного управління на підприємствах машинобудування.

Сьогодні Україна характеризується нестабільною ситуацією на ринку, великою кількістю нових політичних рішень та законодавчих актів, а також зростанням агресивності навколишнього середовища. За таких умов необхідне застосування технологій стратегічного управління на вітчизняних підприємствах. Для розвитку стратегічного управління необхідно здійснювати низку нововведень у визначених підсистемах (управ-

ління, планування, організація виробництва), таких як: упровадження прогресивної технології, модернізація основних фондів, підвищення рівня підготовки кадрів, залучення новітніх форм управління персоналу, раціоналізація виробничих витрат. На державному рівні

необхідно сприяти залученню національного капіталу в інноваційну діяльність вітчизняних підприємств та створити систему ефективного стратегічного менеджменту, що забезпечило би планомірний процес технічного розвитку підприємства.

Список використаних джерел:

1. Войченко Т. Особливості стратегічного управління в Україні. URL: [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:8IajAOKUTYJ:www.maritime.kiev.ua/uploads/Jurnal/2\(14\)/93.doc+&cd=11&hl=ru&ct=clnk&gl=ua](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:8IajAOKUTYJ:www.maritime.kiev.ua/uploads/Jurnal/2(14)/93.doc+&cd=11&hl=ru&ct=clnk&gl=ua) (дата звернення 30.03.2018).
2. Дикань В.Л., Зубенко В.О., Маковоз О.В., Токмакова І.В., Шраменко О.В. Стратегічне управління: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2013. 272 с.
3. Василенко В.О., Ткаченко Т.І. Стратегічне управління: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2013. 396 с.
4. Забродська Л.Д. Стратегічне управління: реалізація стратегії: навч. посібн. для студ. екон. спец. Харків: Консул, 2010. 208 с.
5. Мельник Л.М. Функції і завдання системи управління операційними бізнес-процесами виробничого. Збірник тез доповідей IV Міжнародної науково-технічної конференції молодих учених та студентів «Актуальні задачі сучасних технологій» (Тернопіль, 25-26 листопада 2015 р.). Тернопіль: ТНТУ, 2015. Т. 2. С. 213–214.
6. Завальнюк В.В. Корпоративна стратегія управління підприємствами машинобудування. Реформування економічної системи країни в контексті міжнародного співробітництва: зб. тез наук. робіт учасників Всеукр. наук.-практ. конференції (Одеса, 22-23 липня 2016 р.). Одеса: ЦЕДР, 2016. С. 60–63.
7. Пастухова В.В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність: монографія. Київ: Вид-во КНТЕУ, 2009. 302 с.
8. Перевозчикова Н.О. Особливості формування стратегії розвитку машинобудівних підприємств. Наукові праці Донецького національного технічного університету. Сер. : Економічна. 2014. № 5. С. 130–137. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npdntu_ekon_2014_5_23 (дата звернення 28.03.2018).
9. Кашуба Я.М. Вибір методів та підходів стратегічного управління розвитком підприємництва. Економіка та держава. 2011. № 9. С. 16–17.
10. Ліпец Ю.В. Впровадження стратегічного управління на підприємствах України як прогресивного напрямку їх розвитку. URL: <http://ipdo.kiev.ua/files/articles/but4.pdf> (дата звернення 28.03.2018).

УДК 339.138:659.1.013

Скригун Н.П.,

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри маркетингу,

Національний університет харчових технологій

Метейко В.О.,

студентка,

Національний університет харчових технологій

АРХЕТИПИ ТА СТЕРЕОТИПИ В МАРКЕТИНГУ

Скригун Н.П., Метейко В.О. Архетипи та стереотипи в маркетингу. У статті розглянуто сутність архетипів і стереотипів та їхню роль у маркетинговій діяльності підприємства, зокрема, під час створення брендів. Визначено роль архетипів та стереотипів бренду щодо споживачів. Узагальнено види архетипів та стереотипів задля підвищення результативності управління ними. З метою формування успішного бренда проаналізовано та показано відмінність між архетипами та стереотипами. Розглянуто практику застосування архетипів та стереотипів відомими брендами. Систематизовано основні архетипи та узагальнено їхні головні функції в житті споживачів. Встановлено вплив архетипів та стереотипів на рівень свідомості під час здійснення купівлі товарів.

Ключові слова: архетип, стереотип, брендинг, споживач, маркетинг.

Скригун Н.П., Метейко В.О. Архетипы и стереотипы в маркетинге. В статье рассмотрена сущность архетипов, стереотипов и их роль в маркетинговой деятельности предприятия, в частности, при создании брендов. Определена роль архетипов и стереотипов бренда по отношению к потребителям. Обобщены виды архетипов и стереотипов с целью повышения результативности управления ими. С целью формирования успешного бренда проанализированы и показаны различия между архетипами и стереотипами. Рассмотрена практика применения архетипов и стереотипов известными брендами. Систематизированы основные архетипы и обобщены их основные функции в жизни потребителей. Установлено влияние архетипов и стереотипов на уровень сознания при осуществлении покупки товаров.

Ключевые слова: архетип, стереотип, брендинг, потребитель, маркетинг.