а значит и эффективность предприятия. Брендинг – это новая, неотъемлемая часть современного маркетинга и экономики в целом; действенный инструмент, позволяющий управлять уровнем добавленной стоимости продукта, увеличивать марочный капитал, повышать конкурентоспособность предприятия.

Научн. рук. Кулешова Н. В.

Литература: 1. Купчинская М. Что бренд грядущий нам готовит? / М. Купчинская // Маркетинг в Украине. – 2008. – № 5. – С. 41–43. 2. Любаренко Т. И. Инновационные технологии формирования международных брендов / Т. И. Любаренко // Экономика, финансы, право. – 2009. – № 11. – С. 3–6. 3. Полищук Т. В. Перспективные направления разработки успешных брендов в Украине / Т. В. Полищук // Актуальные проблемы экономики. – 2009. – № 7 (97). – С. 129–137. 4. Сухомлина А. Идентификация бренда: юридическое признание и маркетинговые реалии / А. Сухомлина // Маркетинг в Украине. – 2009. – № 6. – С. 62–67. 5. Сороковіст Л. Загальне управління брендами / Л. Сороковіст // Маркетинг в Україні. – 2005. − № 1. – С. 23–27.

Крижановська Т. І.

УДК [658:005.21](477)

Магістр 2 року навчання
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

ВИЗНАЧЕННЯ ПРОБЛЕМ ЗАПРОВАДЖЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ ШЛЯХІВ ЇХ ВИРІШЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Анотація. Розглянуто сутність та особливості стратегічного управління на вітчизняних підприємствах. Досліджено проблеми та недоліки впровадження стратегічного управління на підприємствах України. Розглянуто переваги для споживачів та підприємств від запровадження стратегічного управління на підприємствах.

Аннотация. Рассмотрены сущность и особенности стратегического управления на отечественных предприятиях. Исследованы проблемы и недостатки внедрения стратегического управления на предприятиях Украины. Рассмотрены преимущества для предприятий и потребителей от внедрения стратегического управления на предприятиях.

Annotation. The essence and features of the strategic management at domestic enterprises are considered. The problems and failings of implementation of the strategic management at enterprises of Ukraine are studied. The advantages of implementation of the strategic management for businesses and consumers are discussed.

Ключові слова: стратегічне управління, консультаційне забезпечення, зовнішнє середовище.

Сучасний етап розвитку української економіки характеризується значним зростанням конкурентної боротьби більшості промислових підприємств. Такі умови передбачають здійснення ринкових перетворень, що приведуть до переходу до нових методів управління, які зможуть забезпечити стійкий стан у мінливому зовнішньому середовищі.

Саме запровадження стратегічного управління на підприємствах є передумовою адаптації підприємств харчової промисловості до мінливих умов зовнішнього середовища, своєчасної реакції підприємств на зміни у ньому.

Вивченням питань, пов’язаних зі стратегічним управлінням, займались такі вчені: І. Ансофф, А. Томпсон, О. Виханський, В. Пономаренко, В. Порохня, З. Шершньова та ін. [1 – 6]. Однак існують окремі аспекти стратегічного управління, що потребують подальшого дослідження та розвитку, враховуючи постійні зміни середовища.

Метою даної статті є теоретичне обґрунтування процесу запровадження стратегічного управління на підприємстві та вирішення проблем, які виникають у цьому процесі.

Поняття "стратегічне управління" розглядається як система, що становить процес виділення, встановлення бажаних зв’язків підприємства і зовнішнього середовища, вибору стратегій, пла-

© Крижановська Т. І., 2013

нування, впровадження розроблених планів з метою досягнення значних конкурентних переваг, що дозволить виконувати свою місію, цілі у довгостроковій перспективі [7].

Стратегічне управління визначає сферу діяльності та досягнення довгострокових цілей, забезпечує організацію, формування стратегічних змін на підприємстві, своєчасний розгляд стратегічних альтернатив, прийняття стратегічних рішень, обґрунтовує розподіл ресурсів згідно зі стратегічними напрямами розвитку підприємства.

До переваг упровадження стратегічного управління слід віднести вибір місії, встановлення стратегічних цілей, інформування про них, розробку моделей, методик, здатних допомогти у зборі та аналізі інформації для прийняття стратегічних рішень, допомогу підприємствам у пристосуванні до динамічних змін зовнішнього середовища, ефективну реалізацію розроблених стратегій.

Стратегічному управлінню на більшості підприємств України надається недостатня увага, що призводить до запізнілого реагування на зміни, успіх таких підприємств має короткостроковий характер. Недоліками стратегічного управління українських підприємств є відсутність алгоритму формування та запровадження, чіткого інструментарію, брак ресурсів та часу, невпевненість в очікуваних результатах.

Значною проблемою впровадження стратегічного управління для підприємств України є відсутність необхідної інформації про зовнішнє середовище. Окрім того, спостерігається нестача компетентних спеціалістів, які займалися б формуванням, реалізацією стратегічного управління. До інших негативних факторів, що не дають змоги у повному обсязі застосовувати систему стратегічного управління і визначаються її бар'єрами, слід віднести нерозвиненість теорії, методів стратегічного управління, мінливість зовнішнього середовища, обмеженість у ресурсах, відсутність методичних рекомендацій та сумніви в доцільності впровадження стратегічного управління на підприємства України, непідготовленість персоналу.

Дослідження зазначених проблем та недоліків є подальшою основою для ефективного впровадження стратегічного управління на підприємства, що особливо важливо в сучасних економічних умовах.

Базою дослідження у даній статті виступає підприємство, яке виробляє харчові добавки. Підприємство має високі показники прибутковості та є конкурентоспроможним на ринку. У зв'язку з таким поточним становищем керівництво підприємства не бачить необхідності у стратегічній орієнтації. Стратегічна спрямованість управління у підприємства відсутня, стратегічні функції ні за ким не закріплені. Проте збереження конкурентних позицій на ринку та подальший розвиток підприємства вимагають запровадження стратегічного управління підприємством.

Автором визначено переваги запровадження стратегічного управління на досліджуваному підприємстві з позиції підприємства та споживачів продукції підприємства (таблиця).

Таблиця

Переваги від запровадження стратегічного управління на досліджуваному підприємстві

Завдання, пов'язані з процесом запровадження стратегічного управління	Переваги для підприємства	Переваги для споживача
Визначення місії	доступне розуміння підприємством змісту свого призначення; формування поглядів вищого керівництва на довгострокові плани фірми з подальшого процвітання; вираження цілей організації; служіння співробітникам стимулом до гарного виконання роботи	розуміння в яких сферах працює підприємство; розуміння робочого клімату організації
Визначення цілей підприємства	створення чіткої бази відліку для подальших рішень і оцінки ходу роботи підприємства; складання основи вироблення критеріїв, за допомогою яких можна виділити проблеми і приймати за ними обґрунтовані рішення; здійснення матеріального й морального заохочення працівників; спонукання ентузіастів добровільно брати на себе досить нелегкі обов'язки і додавати всі сили для їхнього виконання	розуміння загальної концепції діяльності й траєкторії розвитку підприємства
Визначення стратегії	зниження ризику недалекоглядного управління та прийняття необґрунтованих рішень; зменшення невизначеності поточної діяльності, що дозволяє діяти швидше і з великим ефектом, домагаючись задуманого з меншими витратами; контроль та оцінювання результатів діяльності, пов'язаної з реалізацією цих рішень	розуміння цільової аудиторії; розуміння позиціонування, що дозволяє споживачеві побачити в товарі майже завжди будь-яку бажану перевагу

Слід відмітити, що підприємства по-різному реагують на проведення стратегічних змін, бо реакція робітників на зміни має складний характер. Зміни найчастіше характеризуються опором різних рівнів керівництва. Це може бути протидія, затримання необхідних змін, перешкоджання, відсутність ініціативи. Основними причинами опору персоналу є дискомфорт робітників, викликаний змінами, страх невідомості, неприйняття методів проведення стратегічних змін, невпевненість, неприйняття авторитарного стилю управління при проведенні змін.

Зменшення опору може бути вирішено шляхом відкритого обговорення необхідності змін із працівниками, це дозволить їм розуміти сферу, тривалість та передумови стратегічних змін, залучення матеріальних стимулів для працівників, які чинять опір.

Таким чином, існує велика необхідність застосування стратегічного управління на підприємствах України. Передумовами для розвитку стратегічного управління на досліджуваному підприємстві буде формування значно виражених конкурентних переваг, необхідність їх створення та підтримки, посилення використання інноваційних процесів, рівня конкуренції. Застосування системного підходу при запровадженні стратегічного управління на досліджуваному підприємстві дозволить визначити оптимальну траєкторіє розвитку в довгостроковій перспективі.

У подальших дослідженнях автор сконцентрує увагу на особливостях організації стратегічного управління на досліджуваному підприємстві.

Наук. керівн. Іполітова І. Я.

Література: 1. Ансофф И. Стратегическое управление : учебн. пособ. / Ансофф И. – М. : Экономика, 2006. – 358 с. 2. Томпсон А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. – 12-е изд. – М. : Вильямс, 2007. – 328 с. 3. Виханский О. С. Стратегическое управление / О. С. Виханский. – М. : Экономист, 2006. – 293 с. 4. Механізм управління підприємством: стратегічний аспект : наук. вид. / В. С. Пономаренко, Е. Н. Ястремська, В. М. Луцковський та ін. – Х. : Вид. ХДЕУ, 2002. – 252 с. 5. Порохня В. М. Стратегічне управління : навч. посібн. / В. М. Порохня, Т. О. Безземельна, Т. А. Кравченко. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 224 с. 6. Шершньова З. Стратегічне управління [Електронний ресурс] / З. Шершньова // Економічний журнал. – 2009. – № 7. – Режим доступу : http://www.studentbooks.com.ua. 7. Довгань Л. Є. Стратегічне управління : навч. посібн. / Л. Є. Довгань, Ю. В. Каракай, Л. П. Артеменко. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 440 с.

Степаненко А. В.

УДК 657.44:339.37

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

ПОРЯДОК ДОКУМЕНТАЛЬНОГО ОФОРМЛЕННЯ ОБЛІКУ ПОВЕРНЕННЯ ТОВАРІВ У РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ

Анотація. Розглянуто облік та документальне оформлення повернення товарів у роздрібній торгівлі для продавця.

Аннотация. Рассмотрены учет и документальное оформление возврата товаров в розничной торговле для продавца.

Annotation. Keeping records and documentation of return of goos for a retail seller is considered.

Ключові слова: повернення товару, продавець, покупець, роздрібна торгівля, облік, документальне оформлення.

У теперішній час великої конкуренції на ринку продажу товарів (робіт, послуг) кожне підприємство намагається зберегти за собою позитивну репутацію. Від якості поставлених товарів залежить бажання покупця звернутися саме до цього продавця в майбутньому. Тому якість товару – це не просто один із методів просування товару на ринку, але й обов'язок продавця. Але через ряд причин виникають ситуації, коли потрібно здійснити повернення товару у порядку, встановленому законодавством. Завдання підприємства, яке займається торгівлею, полягає в тому, щоб забезпе-

© Степаненко А. В., 2013