**Чимшит Сергій Іванович. Організаційно-економічні засади формування стратегічного потенціалу підприємства : Дис... канд. наук: 08.06.01 – 2003**

|  |  |
| --- | --- |
|

|  |
| --- |
| Чимшит С.І. Організаційно-методичні засади формування стратегічного потенціалу підприємства. – Рукопис.Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.01 – Економіка, організація і управління підприємствами. - Дніпропетровський університет економіки та права, Дніпропетровськ, 2002.Дисертація присвячена дослідженню теоретичних та практичних аспектів стратегічного планування і стратегічного управління підприємством в умовах сучасного бізнес-середовища. У роботі обґрунтована необхідність доробки деяких теоретичних положень і приведення їх у відповідність із сучасними бізнес-процесами. Розкрито специфічні особливості сучасного бізнес-середовища і функціонування в ньому підприємства.Серед ринкових факторів, що найбільше впливають на успішне функціонування підприємства, головними вважаються особливості ринкового попиту, конкурентне середовище, товар та його цінність для споживача.Запропоновано конкретні рекомендації з управління бізнес-одиницею в сучасних умовах, що стосуються питань конкурентної боротьби, формуванню стратегії діяльності підприємства, створення товару, а також запропоновані нові методи і моделі формування стратегії і стратегічного управління підприємством. |

 |
|

|  |
| --- |
| У дисертаційній роботі на підставі проведених досліджень виконано теоретичне узагальнення і запропоновано нове рішення комплексу актуальних науково-методичних питань щодо формування стратегічного потенціалу підприємства в умовах сучасного бізнес-середовища.Основні наукові результати полягають у наступному:1.Сучасне бізнес-середовище характеризується невизначеністю, абстрактністю, туманністю явищ і подій. Події відбуваються у прискореному темпі, їм властива багатофакторність, тому у сучасному середовищі виявити взаємозв'язки і закономірності набагато складніше. Відсутність чіткої і ясної картини майбутнього не дозволяє з достатньою точністю будь-що планувати. Саме тому теорія менеджменту переходить від стратегічного планування до стратегічного управління. Сучасне середовище не характеризується дискретністю або наявністю функції, коли існують визначені чіткі позиції, викликані якими-небудь явищами. Воно характеризується безперервністю, наявністю нерозривного процесу.1. Конкурентна боротьба вийшла на якісно новий рівень і характеризується такими моментами: технологічна рівність виробників; зменшення вхідних бар'єрів практично на всіх ринках; присутність на будь-якому ринку виробників, що за обсягами виробництва і впливу на ринок перевершують країни, а іноді і континенти; мінімальний шанс на помилку; підвищення ролі інформаційних ресурсів; усунення територіальних перешкод у розвитку; збільшення значення нематеріальних складових виробництва, а саме: кадрового потенціалу, маркетингового потенціалу та якісних інформаційних потоків.
2. Сучасний товар - це сукупність деякої безлічі упорядкованих компонентів матеріального і нематеріального характеру, це відкрита система, що виходить далеко за межі свого фізичного вираження.
3. Сегментування і позиціонування - це єдиний, неподільний, взаємозамінний і взаємно перехідний процес. Суперечливі аспекти в процесі сегментування, наприклад, вибір змінних сегментування, які досить часто використовуються теоретиками і практиками, по своїй суті не несуть в собі змістовного навантаження.
4. Сучасні тенденції розвитку бізнес-середовища дали змогу сформулювати нові завдання. Їх розв’язання вимагає перегляду науково-методичних основ у таких питаннях як ухвалення управлінського рішення, комунікаційна система організації, оцінка і вибір стратегії діяльності та ін.
5. З урахуванням систематизованої і доробленої концепції товару доведено, що, незважаючи на технологічну рівність виробників, вони не прагнуть цілком скопіювати товар конкурентів і насамперед тому, що зробити це практично неможливо через те, що сьогодні істотне місце в понятті „товар” займає нематеріальна складова.
 |

 |