**Тихонов Сергій Іванович. "Стратегія розвитку підприємств-металотрейдерів в Україні" : Дис... канд. наук: 08.06.01 – 2007**

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

|  |
| --- |
| **Тихонов С.І. Стратегія розвитку підприємств-металотрейдерів в Україні. - Рукопис.**Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.01 - Економіка, організація ы управління підприємствами. - Приазовський державний технічний університет Міністерства науки й освіти України, Маріуполь, 2007.У дисертаційній роботі вирішено актуальне завдання вдосконалення механізму формування стратегії розвитку підприємств-металотрейдерів. Визначено економічний зміст понять «розвиток», «управління розвитком», «стратегія», «стратегічне планування». Доповнено альтернативні стратегії розвитку підприємства. Запропоновано цілісний методичний підхід до управління розвитком. Визначено етапи стратегії розвитку та їх змістовне наповнення.Проаналізовано сучасний стан споживання металопродукції в Україні; установлено чинники, які впливають на перспективи виробництва металопродукції. Досліджено фірмову структуру ринку металопродукції. Проведено аналіз систем збуту металопродукції виробників та металотрейдерів.Визначено методичний підхід до стратегічного планування під час формування стратегії розвитку. Запропоновано застосовувати для оцінки ефективності стратегії розвитку узагальнений критерій Гурвіца. |

 |
|

|  |
| --- |
| Проведені в роботі теоретичні і практичні дослідження дозволяють зробити наступні висновки:1. Визначено, що, з методологічної точки зору, актуальним питанням варто розглядати вирішення проблеми ідентифікації процесу розвитку стосовно діяльності різних господарюючих суб’єктів економіки, виявлення суттєвих характеристик цього процесу й уточнення критерію розвитку. У запропонованому й обґрунтованому в ході дослідження методичному підході до ідентифікації процесу розвитку хазяюючих суб’єктів економіки, поняття «розвиток» і «зростання» не є тотожними. Економічне зростання нами розглядається як складова частина процесу економічного розвитку, а критерієм економічного розвитку є зростання рівня якості життя населення країни, її регіонів. Запропонований у ході дослідження методичний підхід до ідентифікації процесу розвитку дозволяє уточнити відмінні риси прояву сутності розвитку і зростання стосовно діяльності різних хазяюючих суб’єктів економіки і підвищує об’єктивність обґрунтування відповідних показників та критеріїв досліджуваного явища. Під розвитком підприємств, що функціонують у конкурентному середовищі, нами розуміється процес безупинного нарощування підприємствами конкурентного потенціалу в інтенсифікації виробництва і зростання ресурсозбереження, підвищенні своєї рентабельної діяльності, підвищенні якості і рівня задоволення потреб замовників, інвесторів і потреб економіки.2. Проблема управління розвитком підприємств регіону нами бачиться слабо структурованою, тому для цілеспрямованого управління цим процесом доцільно, з методичної точки зору, структурувати виявлені у зв’язку із цим проблеми. У ході дослідження розроблено модель супідрядності і взаємозв’язку теоретико-методологічних і практичних проблем управління розвитком підприємств регіону, що зумовлює застосування методу «дерева проблем» за аналогією із застосуванням методу «дерева цілей» у теорії графів, який активно використовується в економічних дослідженнях.3. Здійснено обґрунтування принципів, виходячи зі спадкоємності наукових підходів до управління організаціями, - системного, комплексного, маркетингового, інтеграційного, відтворювального і загальноекономічного. Запропонована систематизація економічних параметрів економічної системи підприємства і управління його розвитком характеризує зміну ефективності функціонування економічної системи підприємства, виходячи зі зміни рівня управління його розвитком.4. З огляду на зміни, які відбуваються в основних структурних і функціональних характеристиках підприємств як підсистеми економіки, адаптовано модель екологічної сукцесії Ю. Одума до особливостей розвитку підприємств.5. Аналіз визначення стратегії дозволяє констатувати, що стратегія є поняттям багатогранним, і трактувати його з погляду будь-якого одного аспекта некоректно; стратегія повинна припускати напрямок дії (план, програму), саму дію (реалізацію заходів і процедур) і мету (попередньо сформульований результат). Стратегію в цілому можна розглядати як перспективу в процесі визначення ключових стратегічних питань і факторів успіху, при цьому прийняті стратегічні рішення мають спрямовуватись на створення значного і довгострокового впливу на поводження й ефективність підприємства і сприяти досягненню цілей підприємства.6. Установлено, що динамічність зміни маркетингового середовища визначає необхідність включення до класифікації стратегій розвитку ще однієї - інноваційної стратегії. Обґрунтування даного посилання лежить у площині того, що впровадження інноваційної стратегії призводить як до кількісних, так і до якісних змін саме зі стратегічної точки зору, тобто всі дії щодо її реалізації не є моментальними, а накопичуються в часі, створюючи синергічний ефект, що, починаючи з моменту впровадження, має тенденцію до посилення.7. Установлено, що всі складові інноваційної стратегії як різновиду стратегії розвитку підприємства є тісно взаємозалежними. Так, технологічна інновація є невід’ємною частиною товарної інновації, організаційні інновації взаємозалежні з управлінськими інноваціями і, як правило, призводять до технологічних інновацій, що визначає формування «кругообігу інновацій». Інноваційна стратегія розвитку підприємства являє собою системний, безупинний процес, який призводить до якісного і кількісного розвитку підприємства.8. Стратегічне планування являє собою процес управління розвитком підприємства, який передбачає формування концепції впровадження і реалізації стратегії, заснованої на системі стратегічного аналізу і прийнятті управлінських рішень, що сприяє досягненню довгострокових цілей підприємства.9. Запропоновано ASP-підхід до процесу стратегічного планування. Метою формування даного підходу є: з одного боку - усунення непорозумінь щодо необхідності стратегічного планування на підприємствах, а з іншого - формування інструменту, здатного підвищити ефективність стратегічної й операційної діяльності підприємства. Використання ASP-підходу сприяє мінімізації проблемності впровадження процесу стратегічного планування, з одного боку, і дозволяє побудувати алгоритм технології стратегічного планування, з іншого. Такий алгоритм являє собою деталізацію ASP-підходу, що надає можливість практично використовувати його в діяльності підприємства в процесі стратегічного планування. Запропонований підхід є синтетичним, тому що він сформований на основі пропонованого раніше ASP-підходу й етапів стратегічного планування.10. Оцінюючи перспективи виробництва металопродукції в Україні, відзначено такі визначальні фактори: світова тенденція до зниження виробництва металопродукції; нестабільність світових ринків металів, що характеризується частковим закриттям національних ринків для імпортної металопродукції; діючі і перспективні торгові обмеження на імпорт українського прокату світовими споживачами; знос і малий ступінь оновлення основних виробничих фондів, що шкодить упровадженню передових технологій і поширенню сортаменту виробленої продукції.11. Установлено, що поняття «сервісний металоцентр» визначається по-різному в кожній країні. Стосовно сьогодення, це торгово-виробниче підприємство, яке займається первинною обробкою металопрокату з часткою переробки більш 50%, з уточненням, що зараз практично всі діючі СМЦ працюють з тонколистовим прокатом. Стандартний набір містить лінії з розмотування рулонів, повздовжньо-поперечного різання листа і декілька профілювальних ліній та ще - верстати з розмотування бунтівничої арматури.12. Визначено методичний підхід до стратегічного планування. Запропонована модель стратегічного планування визначає основні вимоги до її технології. Усі ці вимоги сформульовані для всіх етапів, починаючи зі збору інформації і закінчуючи прийняттям рішень у сфері формування стратегії розвитку. Апробація запропонованої моделі показує, що, якщо оптимальність стратегій розуміти у сенсі запропонованого узагальненого критерію Гурвіца з коефіцієнтами, які обчислюються в небезпечній ситуації за принципом незростання середніх виграшів, то використання не тільки чистих, але і змішаних стратегій може збільшити виграш підприємства. Таким чином, цевиправдовує поширення узагальненого критерію Гурвіца щодо виграшів для чистих стратегій на змішані стратегії. |

 |