

М. Ю. Полищук,
аспірантка кафедри стратегії підприємств
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»
e-mail: polishchuk.m@gmail.com

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОЇ ЛІНІЇ ПОВЕДІНКИ ПІДПРИЄМСТВ ГІРНИЧО-МЕТАЛУРГІНОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ

Полищук Марина
Формирование стратегической
линии поведения предприятия
горно-металлургического
комплекса Украины

Polishchuk Marina
The strategic course of action
mining and metallurgical complex
Ukraine

Стратегічна лінія поведінки для підприємств гірничо-металургійного комплексу (далі — ГМК) визначається таким основними компонентами:

1. концепцією загальнодержавної цільової програми розвитку промисловості України на період до 2020 року;
2. фактичним техніко-економічний станом підприємств ГМК;
3. особливостями галузевого ринку.

Концепція загальнодержавної цільової програми розвитку промисловості України на період до 2020 року [1] передбачає:

— отримання конкурентних переваг за рахунок дешевих або дефіцитних національних ресурсів (людський капітал, мінеральна сировина, енергоресурси);

— здійснення модернізації виробничого апарату з використанням власних, а частіше запозичених досягнень науково-технічного прогресу;

— впровадження стратегії інноваційного прориву, яка передбачає суттєву активізацію інноваційних процесів, інтелектуальний розвиток людського капіталу, перехід до системної генерації ідей, розповсюдження і використання знань.

Україна належить до країн з низькою собівартістю виробництва металургійної продукції та низьким внутрішнім попитом. При цьому, металургійна галузь бере на себе виробництво з найбільш екологічними витратами за відносно низької собівартістю. Тому, на нашу думку, основними характеристиками сучасного стану вітчизняного ринку металургійної продукції є:

- низький, проте стабільний внутрішній попит;
- високий рівень конкуренції на глобальному ринку у сегменті дешевої та низькоякісної продукції;

— складність входу вітчизняних підприємств до сегменту високотехнологічної та високорентабельної продукції.

Відповідно, негативними характеристиками вітчизняних металургійних підприємств є низький рівень техніко-технологічної бази виробництва.

Враховуючи зазначене, стратегічна лінія поведінки підприємств ГМК повинна мати цілі, які корелюються з основними положеннями загальнодержавної Концепції розвитку промисловості, враховувати особливості галузевого ринку та сучасний техніко-економічний стан підприємства. На нашу думку, основним параметром, який формує стратегічну лінію поведінки підприємств ГМК, повинен стати пошук шляхів підвищення ефективності виробництва, з метою створення власного фонду матеріально-технічного розвитку. Ці накопичення мають спрямуватися на впровадження інноваційних технологій, що дозволить перейти в сегмент виробників з високою якістю та високою рентабельністю продукції.

Дослідження галузевого ринку металургійного комплексу та створення на основі цього ефективної стратегічної лінії поведінки окремого підприємства може проводитись на основі таких кроків [2—4]:

1. аналіз основних характеристик галузі (класифікація ринку за видами діяльності підприємств, що пропонують продукцію на ринок (за КВЕД); визначення та характеристика основних гравців на ринку; аналіз структури ринку: рівня ринкової концентрації, диференціації продукту, бар'єрів входження, структури витрат, вертикальної інтеграції; визначення фази життєвого циклу ринку, його динаміки, географічних та продуктових меж; визначення ступеню державного регулювання галузевого ринку);

2. аналіз конкурентної ситуації в галузі: виявлення потенційних і фактичних конкурентів і відповідних стратегічних груп;

3. аналіз потенціалу ринку, тобто виробничих і споживчих можливостей насичення попиту та пропозиції, їх врівноваження зі сторони суб'єктів господарювання;

4. реалізація стратегічної лінії поведінки підприємства.

Таким чином, розробка ефективної концепції стратегічної лінії поведінки підприємства ГМК повинна враховувати загальнодержавні цілі, сучасний стан підприємства та особливості поведінки на відповідному галузевому ринку. Основним стратегічним наміром при цьому має стати максимальне використання внутрішніх резервів підприємства для фінансування проекту переходу підприємства до якісно нового стратегічного сегменту.

Література

1. Розпорядження КМУ «Про схвалення Концепції Загальнодержавної цільової економічної програми розвитку промисловості на період до 2020 року» від 17 липня 2013 року, № 603-р.
2. *Игнатюк А. И.* Методология исследования функционирования отраслевых рынков // Экономическая теория. — 2009. — № 3. — С. 60—74.
3. *Азоев Г. Л., Челенков А. П.* Конкурентные преимущества фирмы. — М.: ОАО «Типография «Новости», 200. — 256 с.
4. *Аналоуи Ф., Карамі А.* Стратегический менеджмент малых и средних предприятий: Учебник для студентов ВУЗов, пер. с англ. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. — 400 с.

Л. О. Птащенко, д.е.н., доцент,
професор кафедри фінансів і банківської справи ПолтНТУ,
e-mail: lianaptaschenko@rambler.ru

ЯКІСТЬ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ: СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Птащенко Лиана
Качество человеческого
капитала: стратегические
направления социальной
политики предприятия

Ptashchenko Liana
The quality of human capital:
strategic directions of enterprise's
social policy

Активізація інтеграційних процесів національних економік і формування нової парадигми гуманізації суспільства потребують зосередження уваги України на проблемах збереження, поступового нарощування і використання її людського потенціалу. Це слугує підґрунтям виваженої державної політики та виступає головною умовою інтелектуального, економічного, соціального та духовного прогресу як національного господарства в цілому, так і підприємств зокрема, важливим ресурсом яких є можливості людського капіталу, його потенціал [1].

Не дивлячись на низку підстав і реальних ознак, що містяться в окремих законодавчо-нормативних актах і державних програмах, українські реалії свідчать про віддаленість національної соціально-економічної системи від досягнутого рівня моделей суспільства гуманістичної демократії країнами розвиненої економіки. Соціальна політика перебуває на периферії державної дія-