

РОЗДІЛ 1. Стратегії компаній підприємницького типу: методологія розробки та досвід реалізації

Федулова Ірина Валентинівна,
д.е.н., професор кафедри менеджменту КНТЕУ,
felina9@ukr.netmailto:shevchenko@i.com

ПРИНЦИПИ І ЗАДАЧІ ТЕХНОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Федулова Ирина ПРИНЦИПЫ И ЗАДАЧИ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА	Fedulova Iryna PRINCIPLES AND TASKS OF TECHNOLOGICAL MANAGEMENT
--	--

Досвід великих компаній промислово розвинувих країн свідчить про те, що організаційна структура підприємства повинна відповідати стратегії його розвитку. Професійний менеджер не повинен замикатись у колі своїх задач і обов'язків. Він повинен відслідковувати і визначати нові тенденції у розвитку підприємства, намагаючись за можливості впливати на них. У цьому разі знання і досвід можуть бути вчасно використані для підвищення ефективності розвитку підприємства.

Для інноваційного менеджера першочерговими задачами виступають [1]:

1) обґрунтування і розробка стратегії розвитку підприємства і адекватного механізму її реалізації;

2) розробка нових і модернізація існуючих методів управлінської діяльності на підприємстві;

3) обґрунтування і розроблення системи стимулювання інноваційної діяльності;

4) розробка нових форм організації інноваційного процесу;

5) формування в колективі підприємства творчого клімату;

6) розробка нових моделей використання робочого часу;

7) реалізація проектів впровадження інформаційних і комунікаційних технологій.

У відповідності із цим, в сучасних умовах особу актуальність набуває технологічний менеджмент, який передбачає розробку методів управління впровадженням нових технологічних процесів на підприємстві. Це пояснюється такими причинами: складністю вибору технологічного процесу в умовах динамічного розвитку; складністю вибору способу впровадження технологічних процесів на підприємстві; закупка технологій або їх власна розробка; перетворення технології у потенційне джерело отримання доходу.

Підприємство, яке орієнтується на використання сучасних технологій, повинно вирішити три пов'язані між собою завдання: розробка способів швидкого освоєння нових технологій; розробка способів ефективного використання нових технологічних процесів у відповідності з ринковими запитами; забезпечення поєднання способів залучення нових технологій і нових форм організації праці.

Для успішного вирішення цих задач підприємство повинно усвідомити необхідність інтегрального підходу до технологічного менеджменту.

У відповідності з вимогами технологічного менеджменту пропонується розробка і впровадження нових технологій на трьох рівнях управлінської діяльності: стратегічному, тактичному і оперативному.

Стратегічний технологічний менеджмент передбачає формування довгострокових технологічних цілей розвитку підприємства і їх облік у процесі розробки стратегії розвитку підприємства. У рамках цього повинно вирішуватись три пріоритетні задачі, які пов'язані із оптимізацією технологічного потенціалу підприємства: вибір технології, яка відповідає вимогам і потребам підприємства; вибір способів створення або придбання технології; вибір способу розпорядження технологією.

Тактичний технологічний менеджмент спрямований на вирішення таких завдань: вибір конкретних видів технологічних процесів і визначення технологічного потенціалу, які необ-

хідні підприємству для випуску продукції сьогодні і на довгострокову перспективу; визначення способів використання технологічних процесів для власних потреб або для надання в розпорядження інших підприємств; розробка організаційних структур, які необхідні для здійснення обраної технологічної стратегії.

Оперативний технологічний менеджмент передбачає розробку механізму реалізації обраної стратегії у відповідності із короткостроковими цілями розвитку підприємства. Він акцентує увагу на конкретних науково-дослідних розробках, їх кадровому і фінансовому забезпеченні.

Реалізація інтегрального підходу до технологічного менеджменту потребує відповідних змін в організаційній структурі підприємства. Для цих цілей можуть створюватись спеціальні підрозділи у вигляді технологічних груп (відділів), функції яких повинні відповідати змісту і задачам технологічного менеджменту на підприємстві. Інтегральна форма інноваційної діяльності на підприємстві передбачає використання матричної системи організації. У відповідності із цим поряд із функціональними і виробничими підрозділами зорганізуються спеціальні проектні цільові групи на чолі з керівником інноваційного проекту. Основною вимогою ефективного використання інтегральної форми інноваційної діяльності на підприємстві є чітке визначення функцій і відповідальності всіх членів цільових груп.

Список використаних джерел

1. Гвичия Г.М. Реализация инновационной стратегии предприятия / Г.М. Гвичия // Инновации. – 2004. – №1. – С. 108–112.

Гайванович Наталія Василівна

к.е.н., ст. викладач каф. маркетингу і логістики НУ «Львівська політехніка»,
n_hayvanovych@yahoo.com

ПІДХОДИ ДО ПЛАНУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ СИСТЕМИ ДИСТРИБУЦІЇ

Гайванович Наталія

**ПОДХОДЫ К ПЛАНИРОВАНИЮ
СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ
СУБЪЕКТОВ СИСТЕМЫ ДИСТРИБУЦИИ**

Hayvanovych Nataliya

**APPROACHES TO THE STRATEGIC
DEVELOPMENT DISTRIBUTION
SYSTEM SUBJECTS PLANNING**

Сучасні тенденції розвитку вітчизняного внутрішнього ринку, мереж товароруху, роздрібної торгівлі, елементів і суб'єктів ринкової інфраструктури обумовлюють потребу в удосконаленні стратегічного управління розвитком систем дистрибуції, обґрунтування як уточнених, модифікованих, так і принципово нових стратегій дистрибуції. У науковій літературі мало представлено фундаментальних досліджень про організаційно-управлінські аспекти дистрибуції, зокрема, немає наукових розробок щодо стратегічного розвитку системи дистрибуції в контексті формування сучасних організаційних форм і моделей на інноваційних засадах.

Майбутній стан розвитку системи дистрибуції товарів і послуг концепційно можна описати як динамічну систему із розмитими внутрішніми та зовнішніми межами та слабо структуровану. Її можна подати як певний порівняно стабільний «каркас», створений ключовими елементами системи дистрибуції і динамічне порівняно менш стабільне заповнення цього «каркасу» іншими бізнес-суб'єктами, зокрема, із середовища малих і середніх підприємств, завдяки яким система дистрибуції набуває таких властивостей мобільності, що це їй дає змогу досить успішно адаптуватися до змінних умов зовнішнього середовища та антисипативно діяти щодо очікуваних змін зі сторони клієнтів. Наукова орієнтація на такі засади зумовлює потребу в розбудові внутрішньої структури піраміди стратегій (загальна стратегія стратегічних одиниць бізнесу – функціональна стратегія) у горизонтальному та вертикальному вимірах, тобто конкретних функціональних стратегій, дотичних до окремих сфер і функцій на рі-