

Ціна може значно перевищувати розраховану собівартість виробів, якщо якість висока і на ринку є достатній попит на неї. Якщо ж продається продукція по цінах рівня собівартості або з незначною часткою прибутку в ціні, то підприємству необхідно впроваджувати відповідні заходи, що забезпечать підвищення рівня інтенсифікації виробництва і зниження витрат на продукцію.

Література

1. Масленнікова Н. П. Управление развитием организации. — М.: Центр економіки і маркетингу. — 2007.
2. Шериньова З. Є. Стратегічне управління: Підручник. — К.: КНЕУ 2004.

С. В. Тупкало, фінансовий директор,
ТОВ «ЛІГА ЗАКОН»,
вул. Шамрило 23, м. Київ, Україна, 03680,
e-mail: tsv@tupkalo.com.ua

СИСТЕМОУТВОРЮЮЧИЙ БІЗНЕС — ЦІЛЬОВИЙ ПІДХІД ДО СТВОРЕННЯ ПРОЦЕСНО-ОРІЄНТОВАНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

У доповіді викладається авторський підхід щодо рішення завдання створення науково-методичного апарату синтезу процесно-орієнтованих систем управління підприємствами, який зводиться до пошуку рішення задачі формування оптимальної організаційної структури процесно-орієнтованого підприємства на основі бієктивного направленою відображення топології дерева бізнес-цілей управління підприємством по всіх його стратегічним BSC-координатам управління (бізнес система координат, англ. Business System of Coordinates (BSC) в топологію дерева центрів управлінської (виконавської) відповідальності даного підприємства у вигляді піраміди процесного менеджменту з обов'язковим дотриманням чотирьох базових системоутворюючих принципів побудови організаційних систем: «ієрархічність», «синергетичність», «детермінованість» і «повнота і несуперечність» [1, 2]. На відміну від відомих методик побудови ієрархій центрів управлінської відповідальності підприємств на основі евристичних по суті рахункових карт Нортон—Каплана і моделі Дж. Захмана розроблена методика формування піраміди процесного менеджменту має обґрунтування з позицій теорії множин і графів і її наукова

новизна полягає в тому, що трансформація стратегічних цілей (BSC-цілей) по BSC-координатах (бізнес-метрикам) управління підприємством на його нижній операційний рівень створення споживчої цінності розглядається як завдання синтезу середньої управлінської ланки (управлінського графа) структурної «стиковки» синтезованого BSC-графа (верх управління) і центрів управлінської відповідальності синтезованої системи технологічних бізнес — процесів (виконавський низ). При цьому, оскільки піраміда процесного менеджменту є надбудовою, що управляє системою технологічних бізнес-процесів, то як основа її синтезу запропоновано використовувати концепт чотирьох зон розділення відповідальності по управлінню ланцюжком створення споживчої цінності відносно двох основних бізнес-функцій підприємства — комерційною і виробничою (інноваційною) [3]. У результаті доказаний методологічно значимий факт для теорії і практики процесного менеджменту — на основі запропонованої моделі рішення задачі бієктивного відображення дерева головної бізнес-цілі підприємства в структуру піраміди процесного менеджменту при обов'язковому дотриманні чотирьох відомих базових системоутворюючих принципів «детермінованість», «повнота і несуперечність», «ієрархічність», «синергетичність» кількість транзакцій управління (рівнів бюрократії процесного менеджменту) у «правильній системі процесно-орієнтованого управління» підприємством не повинна перевищувати п'яти. Цей доказ ґрунтується на використанні твердження, що ланцюжок створення цінності для споживачів цільового ринку підприємства є кортеж з чотирьох бізнес-функцій [4]: визначення цінності, яку необхідно створювати на користь споживачів цільового ринку підприємства; підготовка ресурсів (умов) для технологічних бізнес-процесів основної операційної діяльності підприємства з метою створення ними необхідної цінності для споживачів цільового ринку; створення цінності для споживачів цільового ринку; передача створеної цінності споживачам цільового ринку.

Література

1. Новиков Д. А. Теория управления организационными системами // Д. А. Новиков. — М.: МПСИ, 2005. — 584 с.
2. Тупкало С. В. Методика решения задачи оптимизации организационной структуры процессно—ориентированного предприятия на основе принципа «Структура следует за стратегией» / С. В. Тупкало, В. Н. Тупкало // Системи управління, навігації та зв'язку: зб. наук. пр. — К.: ЦНДІНУ, 2009. — Вип. 3 (11). — С. 69—76.

3. *Тупкало С. В.* Модель формування процесно-орієнтованої системи управління з урахуванням бізнес — стратегії підприємства / С. В. Тупкало // Формування ринкової економіки: зб. наук. пр. — К.: КНЕУ, 2010. — Спец. вип.: Економіка підприємства: теорія і практика: у 2 ч. — Ч. I. — С. 409 — 415.

4. *Тупкало С. В.* Метод синтеза піраміди процесного менеджмента підприємства / С. В. Тупкало, В. Н. Тупкало // Системи обробки інформації: зб. наук. пр. — Харків: ХУ ПС, 2010. — Вип. 8 (89). — С. 165—173.

І. В. Тяжкороб, канд. екон. наук, старший викладач
кафедри економіки підприємства та прикладної статистики,
Східноукраїнський національний університет
ім. Володимира Даля Інститут хімічних технологій (м. Рубіжне),
вул. 30 р. Перемоги, б.12, кв. 26,
м. Рубіжне, Луганська обл., Україна, 93012,
e-mail: nosach78@rambler.ru

ДЕЯКІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ПОТОЧНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Однією із важливих сучасних проблем будь-якого українського підприємства, яке працює в умовах ринку, є проблема його виживання, адаптації до впливу світових суспільно-економічних процесів та забезпечення безперервного розвитку. Ефективне розв'язання даної проблеми полягає в створенні й реалізації конкурентних переваг, що може бути досягнуто на основі грамотно розробленої стратегії розвитку підприємства. Проте, перш ніж розробити нову стратегію, необхідно мати чітке уявлення про стан, у якому знаходиться підприємство в даний момент та про його поточну стратегію.

Популярними та доволі поширеними інструментами оцінки поточної стратегії підприємства є формальні моделі дослідження певного виду діяльності (бізнесу) підприємства та матричні (портфельні) методи. На практиці їх використовують залежно від рівня і характеру агрегації та інтегрованості підприємства [1, с. 131]. Так, формальні моделі застосовують для діагностики і стратегічного аналізу бізнесу підприємства або вузькоспеціалізованого підприємства, до них відносять: модель накопиченого досвіду; модель життєвого циклу продукту; модель життєвого циклу технологій; матриця «товар—ринок» тощо. Матричні методи, серед яких модель BCG, модель GE/McKinsey, модель ADL/LC,