

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО
РАДА МОЛОДИХ УЧЕНИХ ТА СТУДЕНТІВ**



**МАТЕРІАЛИ
ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
МАГІСТРАНТІВ І СТУДЕНТІВ**

**За підсумками наукових досліджень 2020 року
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕСУ**



Мелітополь 2020

Науковий керівник: Бочарова Н.О., к.е.н, доцент кафедри «Менеджмент», Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

РОЛЬ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ У РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Марченко Я.В., *yana-march@ukr.net*

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

Життєвий цикл організації відіграє важливу роль в системі чинників її внутрішнього середовища, хоча й не завжди виокремлюється внаслідок того, що сприймається не як ситуативна змінна, а як загальносистемна властивість організації, що відображається на інших її складових частинах. Однак багато труднощів та проблем організації визначаються рівнем її зрілості [4, с. 250].

Науковці пропонують чимало моделей життєвого циклу організацій, які відрізняються за кількістю, змістовністю і послідовністю етапів. Сукупність стадій, які проходить організація за період свого життя - це народження, дитинство, юність, зрілість, старіння, відродження [1].

Народження організації пов'язане з пошуком та займанням вільної ринкової ніші. Ця стадія характеризується виживанням, що вимагає від керівництва організації віри в успіх, готовність ризикувати. Особливе значення на цьому етапі має надаватися всьому новому та незвичайному.

Дитинство — стадія небезпечна, так як в цей період відбувається зростання організації. На цій стадії більшість організацій, що утворюються, переживають крах через недосвідченість та некомпетентність своїх менеджерів. Головна мета організації на цій стадії зміцнення конкурентоспроможності.

Юність — це період коли керівники нарощують виробничий потенціал організації. Головною метою організації в цей період є забезпечення швидкого зростання і повне захоплення своєї частини ринку. На цій стадії керівництво організації додатково залучають найманих кваліфікованих робітників, щоб оцінити можливі втрати у результаті дії ризику.

Стадія життєвого циклу «зрілість» спрямована на користь збалансованого зростання на основі чіткого управління. Керівник організації задоволений логічністю системи управління, що зменшує його інтерес до адаптації до змін зовнішнього середовища та оновлення. Виділяють три стадії зрілості організації: рання, проміжна й остаточна. Період ранньої зрілості характеризується систематичним зростанням організації, у період проміжної зрілості відбувається збалансоване зростання, а стадія остаточної зрілості — це період формування індивідуальності та іміджу організації. Головна задача цього етапу максимально продовжити стадію стійкості.

Стадія старіння характеризується зниженням частки ринку, втрата частини клієнтів, зниження прибутку, порушення фінансової стійкості. Головним завданням організації в цей період є боротьба за виживання і стабільність [2].

У період відродження організації необхідна нова команда менеджерів, які мають дають змогу розробити внутрішню перебудову. У організації в цей період з'являється лідер, здатний дати поштовх структурі управління. Головна мета в цей період — поживлення організації.

Успіх організації залежить від ступеня різних стадій життєвих циклів. Ситуація постійно міняється на кожній стадії життєвого циклу та вимагає відповідної тактики поведінки організації.

Для ефективного управління менеджерів необхідно враховувати особливості управління на кожній з розглянутих стадій життєвого циклу організації [3].

Список використаних джерел:

1. Домбровський В. С. Фаза життєвого циклу підприємства як важливе джерело інформації при попередженні криз: [URL]: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/pprbsu/texts/2009_26/26.1.07.pdf
2. Коваленко О. В. Концепція життєвого циклу підприємства та кризові фактори: [URL]: http://nbuv.gov.ua/Portal/Soc_Gum/Biznes/2010_1/2010/01/100104.pdf
3. Корягіна С. В. (2004). Економічна оцінка та планування життєвого циклу розвитку підприємства. Львів : Вид-во НУ «Львівська Політехніка», С. 21.
4. Кузьмін О.Є. (2003). Основи менеджменту: підручник. К.: Академвидав. 416 с.

Науковий керівник: Агєєва І.В., к.т.н., викладач кафедри Менеджмент, Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

ВИЗНАЧЕННЯ ТА ВИКОНАННЯ ЕТАПІВ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Михайленко В.А. (ГР. 21МБМН), viktoria24023@ukr.net

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

Процес визначення складових процесу управління підприємством є важливим етапом у його діяльності. Визначені ж цілі діяльності є значущою частиною процесу стратегічного управління тільки в тому випадку, якщо вище керівництво правильно їх сформулює, ефективно інституціоналізує, проінформує про них і стимулює їх здійснення силами та ресурсами усієї організації.

Після встановлення місії і цілей керівництво підприємства має почати діагностичний етап процесу стратегічного планування діяльності. На цьому шляху першим кроком є дослідження зовнішнього середовища, а саме:

- оцінка змін, які впливають на різні аспекти поточної стратегії;
- визначення факторів, що становлять загрозу для поточної стратегії фірми; контроль і аналіз діяльності конкурентів;
- визначення чинників, які мають більше можливості для досягнення згальнофірмових цілей шляхом коригування планів.

Аналіз зовнішнього середовища допомагає контролювати зовнішні по відношенню до фірми чинники, отримати важливі результати - час для розробки системи раннього попередження на випадок можливих загроз, час для прогнозування можливостей, час для складання плану на випадок непередбачених обставин і час на розробку стратегій. Для цього необхідно з'ясувати, де знаходиться організація, де вона повинна знаходитися в майбутньому і що для цього має зробити керівництво.

Однією з причин того, що окремі підприємства опиняються у положенні банкрутів, є те, що «система управління, яка складається з таких основних блоків, як управління виробництвом, управління збутом, управління персоналом не є такою, яка у повній мірі орієнтована на ринок. За цим зізнанням стоїть ціла низка невіршених проблем. Нерідко підприємства, які виробляють продукцію, якої потребують на ринку, потерпають від таких вад, як управління «за звичкою», збут звичними каналами, планування «від можливого». Але «за звичкою» в епоху ринкових відносин працювати можна нетривалий час» [1]. Таким чином, можна стверджувати те, що визначальним етапом стратегічного управління підприємством має бути глибоке дослідження ринку. У цьому значну роль виконують професійні маркетингові організації або служби маркетингу самого підприємства [2, 3, 4].

Висновки. Визначення та чітко сплановане виконання етапів управління підприємством є обов'язковою умовою успіху господарської діяльності. Несистемність та організаційні помилки на початку діяльності можуть спровокувати загрози діяльності підприємства.