

Література:

1. [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_1?p](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?p)
2. <http://24tv.ua/n737066>
3. Рогатинський Р.М., Ковальчик О.А. Особливості використання моделі КЖЦ для автодорожніх проєктів / Формування ринкової економіки в Україні: зб. наук. пр. Серія економічна Вип. 32 / Львівський нац. ун-т ім. І. Франка. - Л.: Видавництво ЛНУ ім. І. Франка, 2014. - С. 122-126.

УДК 330.34

**Т.І. Кузь**

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

**МЕХАНІЗМ ПЛАНУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ  
АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ МАШИНОБУДІВНИМ  
ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ**

**T.I. Kuz**

**MECHANISM OF PLANNING AND IMPLEMENTATION STRATEGY  
CRISIS MANAGEMENT ENGINEERING COMPANIES DURING THE  
ECONOMIC CRISIS**

У будь-якому суспільстві як цілісній соціально-економічній системі, а також його окремих сферах час від часу відбуваються кризові явища.

Україна ж на сьогоднішній день опинилася на межі безпрецедентної соціально-економічної кризи, і, відповідно, подальше ігнорування цього факту неминуче призведе до критичного зниження рівня економічної активності, обсягу ВВП країни та зuboжіння населення.

До факторів, які найбільше дестабілізують ситуацію в Україні, відносяться воєнні дії на сході нашої країни, анексія Криму, неспроможність влади подолати корупцію, затягування із проведенням глибинних реформ економіки та державного управління, відтік капіталу з країни, відсутність продуманої валютно-курсової політики НБУ, неконтрольована девальвація національної валюти, скорочення зовнішньо-торговельної діяльності та обсягів промислового виробництва, відсутність рішучих дій з подолання зниження платоспроможності населення.

Тема антикризового управління машинобудівним підприємством є на сьогоднішній день актуальною та полягає у створенні ефективної та гнучкої системи господарювання в умовах постійної економічної кризи в нашій державі, а також виникнення і поширення такого виду управління, як антикризового, котре повинне ґрунтуватись на своєчасній діагностиці рівня та причин кризового стану, а також розробці адекватних та найменш ризикованих антикризових програм, за допомогою яких можна досягнути заданих цілей та позитивного результату.

Головною метою антикризового управління є забезпечення стабільного розвитку підприємства, «твердого» положення на ринку та стійкого фінансового стану при будь-яких економічних, політичних, соціальних ситуацій у країні, оптимальний вибір та правильне застосування раціональних управлінських рішень з метою подолання кризових подій та подальше їх діагностування на ранніх етапах діяльності підприємств машинобудівної галузі України.

Особлива увага повинна приділяється організації та вдосконаленню всіх аспектів антикризового управління. Це впровадження базових принципів та методів управління саме в кризових ситуаціях, проведення комплексу заходів щодо забезпечення їх стабільного функціонування, удосконалення кадрового управління для попередження та відновлення неплатоспроможності підприємств машинобудівної галузі.

Основними принципами антикризового управління виступають:

- принцип адекватності, який залежить від кваліфікації керівника і його команди;
- рання діагностика кризових явищ у фінансовій діяльності підприємства машинобудівної галузі;
- єдність цілей управління на різних рівнях ієрархічної структури;
- системний підхід до поставлених задач і цілей;
- адекватне реагування підприємства на ступінь реальної загрози його фінансовому добробуту;
- принцип оптимальності;
- реалізація внутрішнього потенціалу для виходу з кризи;
- цілеспрямованість.[1]

Особливу увагу при антикризовому управлінні слід приділяти вибору напрямків та стратегії підприємства по виходу з кризи. Адже, виходячи з суті антикризового управління, видно, що саме вибір адекватного заходу подолання кризового стану гарантує відновлення «здорового» стану машинобудівного підприємства.

Механізм планування й реалізації стратегії антикризового розвитку, заснований на теорії управлінського циклу, являє собою процес підготовки управлінських рішень, що складається зі строго визначеної послідовності етапів.

Даний механізм містить у собі такі основні етапи:

- обґрунтування способів оцінки ключових стратегічних індикаторів;
- обґрунтування системи ключових стратегічних індикаторів антикризового розвитку підприємства;
- розробку методики обґрунтування «критичних» значень системи ключових стратегічних індикаторів антикризового розвитку підприємства;
- розробку алгоритму вибору типу антикризової стратегії розвитку підприємства.

Відмінними ознаками механізму є:

- його використання винятково на стадії реалізації основної стратегії;

- включення двох циклічних алгоритмів: вибору стратегії подолання кризи (в оперативному режимі), вибір стратегії недопущення кризи (у стратегічному аспекті);
- проведення діагностики передкризового стану підприємства, що підсилює превентивну функцію антикризового керування, використання прогнозування системи ключових стратегічних індикаторів антикризового розвитку підприємства.

Механізм антикризового управління дозволяє сформувати його мету та завдання в контексті розробки та реалізації комплексу заходів щодо подолання кризових явищ на машинобудівних підприємствах України. Антикризове управління діяльністю суб'єктів господарювання має суттєве значення в сучасних економічних умовах розвитку підприємницьких структур, так як забезпечує ефективну діяльність на основі передбачення та своєчасного реагування на негативні ситуації.

Література:

1. Теория и практика антикризисного управления / под ред. С.Г. Беляева, В. И. Кошкина. — М. : Закон и право: ЮНИТИ, 2005. — 469 с

УДК

**Н.З. Мачуга, д.е.н**

**Р.О. Пасічник**

*Тернопільський національний економічний університет*

**СПІВПРАЦЯ ІЗ СПОЖИВАЧЕМ В ПОЛІТИЦІ СТВОРЕННЯ НОВОГО  
ПРОДУКТУ**

**N.Z. Machuga, Dr.**

**R.O. Pasichnyk**

**COOPERATION WITH CONSUMER POLICY IN CREATING NEW  
PRODUCT**

Підприємство, бажаючи діяти і домагатися успіху на ринку, повинно дивитись на свої товари очима покупців. Має надати оцінку своїй пропозиції і вдосконалювати її через додавання важливих для споживачів якостей або усунення небажаних або мало важливих атрибутів. Принципи і закономірності споживчої поведінки особливо важливі в розробці інструментів маркетингу, починаючи від розробки нового продукту до планування стратегії збуту, встановлення цін і акцій.

Термін "новий продукт" не є однозначним. Для виробника або продавця "новий" є синонімом продукту не пропонованого раніше. У свою чергу, для споживача ринковою новинкою є все, що раніше не можна було купити. У більшості випадків нові продукти, що з'являються на ринку, є результатом послідовної діяльності виробників шляхом придбання патентів, ліцензій або ноу-хау.