

МЕХАНІЗМ ТОВАРНОЇ СТРАТЕГІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Кривошеєва О.Ю., гр. МР-47

Науковий керівник – канд. екон. наук, проф. **Попова Л.О.**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Сучасна вітчизняна економіка характеризується подальшим удосконаленням економічної стратегії за всіма рівнями управління. Тенденції загальноекономічної стабілізації, насичення вітчизняних ринків, посилення конкуренції, перспективи входження підприємств у господарські зв'язки обумовлюють необхідність комплексного стратегічного управління і, у першу чергу, його головної складової – розробки і впровадження стратегії економічної діяльності підприємств.

Трансформаційні зміни, що повинні здійснюватись як у теорії стратегії, так і в її реалізації, загострюють необхідність наукового пошуку, спрямованого на створення теоретико – прикладних засад стратегії діяльності підприємств. З цих позицій системний підхід формує методологічну основу проведеного дослідження. Вирішення проблеми стабілізації і відродження економіки України, її подальший розвиток в умовах ринкових відносин можливі лише при створенні конкурентоспроможного промислового виробництва. Сучасним підприємствам необхідно враховувати ряд найважливіших чинників, що впливають на ефективність економічної стратегії, а саме ті, які складають зовнішнє і внутрішнє середовище, силу й активність конкурентної боротьби, потенціал маркетингу, економічні складники.

Насичення сучасного ринку товарами залежить від ефективної роботи підприємств промисловості. Проте кількість і якість продукції, що виробляється, залежать також і від обсягів попиту на відповідному ринку. Тобто для ефективної діяльності підприємства в умовах конкурентного середовища необхідне формування організаційно-економічного механізму на базі систематичного вивчення ринку, поведінки споживачів, їх вимог до товару. Це потребує створення переважно нової системи стратегічного планування і управління підприємствами, адаптованої до проблем розвитку економіки України, її трансформації на ринкових засадах.

Крім того, актуальність проблеми пов'язана з практичним впровадженням стратегії діяльності підприємств з урахуванням маркетингової орієнтації, яка ще недостатньо розвинута, а механізм її реалізації вимагає поглиблення і удосконалення.