

**Петрашевська А.Д.**

*К.е.н. доц. кафедри ЕП та КУ ННІЕМ  
Одеська національна академія зв'язку ім. О.С.Попова*

**Франчук О.П.**

[Franchuk\\_elena@ukr.net](mailto:Franchuk_elena@ukr.net)

*ДЗ «Київський коледж зв'язку»*

### **Стратегічний аналіз як елемент реалізації стратегії управління телекомунікаційними компаніями**

Сьогодні ефективне функціонування телекомунікаційних компаній визначається тим, що однією із основних умов для прийняття ефективних стратегічних управлінських рішень є наявність достовірної, аналітичної адекватної інформації як про внутрішнє та зовнішнє середовище об'єкта, так і про основні пріоритети та орієнтири його розвитку, оскільки для реалізації багатовекторної політики управління телекомунікаційними компаніями, необхідно мати комплексну систему стратегічних цілей і ключових показників, а також добре організовану і збалансовану систему стратегічного вимірювання. Як інструмент при цьому використовується стратегічний аналіз, який охоплює три стадії пов'язані з управлінським впливом:

по-перше, це стадія, що передуює управлінському впливу, вона виступає як попередній аналіз, що має більшою мірою прогностичне забарвлення;

по-друге, це аналіз у процесі самого управлінського впливу, він допомагає оперативно корегувати управлінський вплив залежно від оперативних результатів;

по-третє, це аналіз який проводиться після застосування управлінського впливу, тому він необхідний при формуванні стратегії розвитку телекомунікаційних компаній.

Функцією стратегічного аналізу під час здійснення управління телекомунікаційними компаніями є створення й нагромадження стратегічної інформації, що буде використовуватися для прогнозування й оцінки тенденцій зовнішніх факторів, оцінки стратегічних альтернатив, стратегічного потенціалу телекомунікаційних компаній і їх конкурентоспроможності. Тобто, за допомогою стратегічного аналізу відбувається створення інформаційного забезпечення стратегічного планування й стратегічного управління телекомунікаційними компаніями в цілому.

Змістова характеристика ознак стратегічного аналізу надає нам можливість визначити предмет стратегічного аналізу у процесі розроблення стратегії щодо управління телекомунікаційними компаніями в Україні. Так, на нашу думку, предметом реалізації стратегічного аналізу слід вважати основні, прогнозовані напрями функціонування і розвитку телекомунікаційних компаній, які регулюють організаційні, економічні, інформаційні ресурси та можливості цих компаній, з метою нарощування стратегічного потенціалу компанії та зміцнення її довготривалих перспективних конкурентних позицій на ринку.

Місце та роль стратегічного аналізу в стратегічному управлінні визначається трактуванням його суті та співвідношенням аналізу і процесу управління.

З урахуванням теоретичної багатоаспектності сутнісних ознак стратегічного управління, основними його елементами є: 1) аналіз середовища; 2) місія підприємства; 3) вибір стратегії; 4) процес виконання стратегії; 5) оцінка і контроль виконання стратегії.

Стратегічний аналіз, є початковим етапом розробки стратегії діяльності телекомунікаційної компанії, яка ґрунтується на дослідженні та оцінці внутрішнього та зовнішнього середовища, в якому знаходиться телекомунікаційної компанія. Аналіз середовища передбачає вивчення як макрооточення, безпосереднього оточення телекомунікаційної компанії, так і внутрішніх факторів її розвитку. Підприємство, а у нашому випадку телекомунікаційна компанія постійно взаємодіє із зовнішнім середовищем і забезпечує тим самим можливість свого виживання.

Стратегічний аналіз на відміну традиційного ретроспективного аналізу спрямований на вирішення довгострокових глобальних проблем з метою посилення конкурентоспроможності підприємства та його ринкової привабливості. Аналіз середовища і оцінка внутрішнього потенціалу підприємства дозволяє здійснити оцінку загального стану підприємства, його стратегічного рівня, з'ясувати сильні та слабкі сторони діяльності підприємства, виявити головні перешкоди (загрози), а також визначити можливості покращення діяльності підприємства.

Необхідність забезпечення здійснення процесу стратегічного аналізу, як обов'язкового елементу стратегічного управління телекомунікаційними компаніями обґрунтовується таким чином:

1. За допомогою стратегічного аналізу відбувається розкладання досліджуваного об'єкта на складові частини для більш точного розуміння й вивчення. На стадії стратегічного планування відбувається інтеграція результатів стратегічного аналізу в стратегічний план компанії.

2. Проведення стратегічного аналізу дозволяє створити основу побудови стратегічного управління телекомунікаційними компаніями шляхом інформаційного забезпечення процесів формулювання цілей, розробки й реалізації стратегій. На етапі стратегічного планування значення стратегічного аналізу обумовлюється: аналітичному обґрунтуванні цілей компанії на предмет досяжності, черговості, прийнятності та інших вимог до цілей, аналітичній підтримці процесу вироблення стратегії; оцінюванні початкового стану зовнішнього середовища й початкового стану компанії на здатність досягнення цілей; прогнозування майбутнього стану компанії й майбутнього стану зовнішнього середовища; розробці альтернативних стратегій; виокремити варіантів і виборі оптимальної стратегії.

3. Стратегічний аналіз є першим етапом процесу стратегічного управління оскільки, до початку формулювання цілей телекомунікаційної компанії необхідно чітко представляти або спроектувати майбутні прибутки від компанії.

4. На етапі стратегічного контролю завжди необхідно постійно проводити стратегічний аналіз з метою: своєчасного відмежування нереалізованих стратегій; підтримки процесу розробки нових, більш конкурентоспроможних стратегій.

Таким чином, значення стратегічного аналізу для розвитку телекомунікаційними компаніями в Україні виражається у використанні його під час планування діяльності, аналізу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища щодо наявності ресурсного потенціалу компанії, з метою визначення поточного стану компанії та виявлення майбутніх можливостей її подальшого розвитку.

### **Список використаної літератури.**

1. Ансофф И. Стратегическое управление. пер. с англ. / И. Ансофф – М.: Экономика, 1989 – 567 с.
2. Гранатуров В. М. Ризики підприємницької діяльності : Проблеми аналізу/ В. М. Гранатуров, О. Б. Шевчук. – 2000. – 192 с.
3. Гордієнко П.Л. Стратегічний аналіз : [навч. посіб.] / Гордієнко П.Л. – Л. : Алеута, 2006. – 404 с.
4. Редченко К.І. Стратегічний аналіз у бізнесі : [навч. посіб.] / Редченко К.І. – Львів : «Новий світ – 2000», 2003. – 272 с.
5. Левик І. С. Суть стратегічного аналізу, його місце та роль в системі управління підприємством / І.С. Левик // Основи фінансового аналізу. – 2009. – №3. – С. 173-178.

**Подонежко К.В.**

[Podon94@gmail.com](mailto:Podon94@gmail.com)

*к.е.н, доц. кафедри менеджменту та маркетингу ННІЕМ  
Одеської національної академії зв'язку ім. О.С. Попова*

### **Підвищення мотивації праці персоналу шляхом впровадження грейдингової системи оплати праці**

Зарплата - одне із найважливіших і найделікатніших питань на підприємстві у відносинах роботодавця і працівника. З одного боку, хочеться бачити у своїй компанії висококласних і мотивованих спеціалістів, які, певна річ, коштують недешево. З іншого боку, не хотілося б переплачувати і витратити зайве. Одним із найкращих інструментів, який не лише з максимальною точністю визначає золоту середину, але і чітко показує всім, що кожен має те, на що заслуговує, є система грейдів. Тому ми вирішили впровадити її на власному підприємстві «Електрозв'язок».

Дана система нам підходить так , як її мета це врахувати рівень відповідальності, результативність діяльності кожного працівника, унікальність досвіду, знань і навичок працівників на підприємстві. Також , в основі грейдів лежить опис посад працівників. Тому ми маємо сподівання ,що ця система задовольнить не тільки наше керівництво ,але й наших працівників. Також для