

**Гребьонкіна Є.В.**

## **ПІДПРИЄМНИЦЬКА СТРАТЕГІЯ ПОЛІГРАФІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА**

В наш час технології поліграфічного виробництва дозволяють не тільки скоротити час виробництва, а також зробити його привабливим. Оскільки вітчизняні друкарні не обладнані необхідним обладнанням для виробництва сучасної продукції, це стало необхідним, для введення нового технологічного обладнання, яке забезпечує краще технологію та організацію виробництва різної продукції; виник дефіцит фінансових ресурсів для технічного переозброєння підприємств, який потягнув за собою банкрутство завдяки фінансової неспроможності низки підприємств.

Підприємницька стратегія повинна бути на одному рівні з утворенням підприємств на основі ефективної організації і технології виробництва певної продукції і її здатність діяти в конкурентному середовищі. Ряд важливих аспектів стратегічного розвитку промисловості в нових умовах бізнесу розроблені недостатньо. Зокрема, не достатній мірі вивчені питання ефективності виділення цільового ринку, проблема інвестиційного процесу обладнання, немає системи контролю інвестицій в інновації. Нове розуміння стратегії завдяки високій змінності сучасного світу - майбутнє є непередбачуваними немає впевненості; немає надійних прогнозів; цілі рухомі також, як і зовнішнє середовище. Таким чином, докладні стратегії, не під власні можливим змінам, не можуть бути сформульовані. Часто доводиться налаштувати їх у цьому процесі. Секрет успіху є не стільки з конвергенції стратегії з реальністю скільки гнучкість політики, які забезпечують не тільки повернення грошей і приріст капіталу. Робота показує перехід до стратегій, які базуються на основі контексту, в якій компанія працює, значним кроком на шляху розвитку стратегічного менеджменту. Традиційний підхід до формулювання політики як реакція на минулі і нинішні зміни зовнішнього середовища, з урахуванням внутрішніх умов компанії.

Лише деяка частина процесу прийняття рішень на ринку може бути формалізована та описана у вигляді процедури або моделі, на основі повного переліку факторів, що впливають на нього. Щоб вибрати оптимальний ринок використовуються математичні та інструментальні методи які основані на порівняльному аналізі та багатокритеріальному відборі, здатні враховувати поєднання формалізованої та неформалізованої частин проблеми.

---

Робота виконана під керівництвом д.т.н., проф. кафедри ПВ і КГ Гордєєва А.С.

