

кваліфікацію співробітників проведенням семінарів, участю в конференціях та тренінгах із залученням провідних фахівців конкретних галузей. Ці та інші методи в подальшому мають вивести підприємства на рівень сталого розвитку і забезпечити економічну безпеку від впливу зовнішніх факторів.

Стратегія росту визначає зростання обсягів продажу, збільшення прибутку, капіталу та інших важливих показників фірми. Стратегії росту можна поділити на такі різновиди: стратегія інтенсивного росту, стратегія інтеграційного росту та стратегія диверсифікації. Стратегія інтенсивного росту передбачає збільшення частки ринку збуту існуючої продукції, пошук нових ринків збуту, пропозицію нових товарів та послуг.

Стратегію інтеграційного росту можна розглядати як інтеграцію підприємства з торговими посередниками, постачальниками або конкурентами для збільшення прибутковості та обсягів продажу. Стратегія диверсифікації використовується, коли підприємства виходять на нові сфери ведення бізнесу. Інколи так буває, коли існуючий ринок зменшується або втрачає свою актуальність і фірми змушені повністю або частково переходити в іншу сферу діяльності, випускати нові товари і послуги і знаходити себе в іншому середовищі.

Отже, виходячи з вищезазначеного, в умовах війни сучасні торгівельні компанії на різних етапах розвитку все частіше прибігають до частих змін стратегій, від виживання до стабілізації, від росту до виживання і навпаки, тому що економіка країни знаходиться в нестабільному, турбулентному стані.

Таким чином, неправильна аналітика ситуації у навколишньому середовищі підвищує ризики обрати невірну тактику стратегічних дій, яка може призвести до непередбачених наслідків. Тому, щоб обрати стратегію, необхідно у першу чергу дослідити внутрішній стан фірми і зовнішні чинники, враховуючи всі особливості, керівник може розробити правильну стратегію, що буде сприяти досягненню поставлених цілей, задач і запланованих фінансових результатів.

Коваленко С.В., викладач

Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький, Україна

PR – МЕНЕДЖЕР: ПРОФЕСІЯ НАШОГО ЧАСУ

PR-менеджер - це експерт, який працює над встановленням та формуванням громадської думки між компанією або фізичною особою та аудиторією.

Основна мета його роботи - створити позитивний імідж установи, організації, компанії, бренду і особистості серед широкої публіки і цільової аудиторії за допомогою цілеспрямованих дій. Для цього він створює можливості для отримання експертної інформації, пише і поширює прес-релізи з інформацією про новини, статті та події. Він також організовує прес-конференції, іміджеві заходи та керує розробкою та виробництвом рекламної продукції. Певною мірою це "обличчя" компанії, і співробітники, які передають інформацію через комунікаційні канали, такі як засоби масової інформації, продумують стратегії просування бренду.

Як стати менеджером з PR? Слід пам'ятати, що, незважаючи на важливість професійних навичок, м'які навички (з англ. *soft skills*) виходять на перший план. Дипломатія і вміння добре спілкуватися з людьми, активний спосіб життя і знання в таких областях, як психологія, соціологія, стресостійкість.

Послуги PR-менеджера потрібні практично в будь-якій організації, установі чи компанії. Жодна урядова або корпоративна структура, жодна команда політиків або художників не може обійтися без таких співробітників.

Якщо Ви плануєте стати PR-менеджером, зверніть увагу на вимоги, які зазвичай пред'являються до професіоналів у галузі PR:

- Вища освіта, досвід роботи в галузі реклами, журналістики, маркетингу, часто в галузі психології, соціології та інших гуманітарних наук;
- Грамотна усна і письмова мова, гарний зовнішній вигляд;
- Бажане знання іноземної мови;
- Комунікабельність, комунікативна гнучкість;
- Організаторські здібності, лідерські якості, які допоможуть Вам краще пізнати себе в професії.

Щоб стати успішним PR-менеджером і ефективно виконувати свої обов'язки, Вам в першу чергу допоможе знайомство зі сферами діяльності компанії або організації, розуміння основних цілей організації, ідей бренду, нові знайомства, медіа-"виходи". Крім того, корисно знати:

- Основи економіки, маркетингу і права;
- Основні інструменти зі зв'язків з громадськістю;
- Свою цільову аудиторію;
- Структуру, функції та форми засобів масової інформації;
- Ефективні способи передачі інформації про компанію, бренд або людину.

Професія менеджера з public relations дуже популярна на внутрішньому ринку праці, а відмінних фахівців шукають у великих компаніях, PR і рекламних агентствах. Однак цього мало, щоб продовжувати залишатися затребуваним спеціалістом, а тому курси, тренінги та семінари для фахівців з паблік рілейшнз є обов'язковими.

Колісник О. С., здобувач гр. ФС-22м
Сибірцев В. В., д-р. екон. наук., професор
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький, Україна

СИСТЕМА ПРОГНОЗУВАННЯ БАНКРУТСТВА ПІДПРИЄМСТВ

Для запобігання кризового стану підприємств М.П. Войнаренко, І.В. Троц І.В. пропонують «сформувати відповідну і адекватну реальним соціально-економічним процесам систему попередження, прогнозування та подолання банкрутства підприємства, яка породжує здатність промислового виробництва до функціонування в умовах підвищеного ризику і загроз» [1].

Науковці Сейсебаєва Н.Г., Топчанюк О.В. стверджують, що «для нормального існування підприємства необхідне створення такої системи управління, яка чітко реагувала б на часті зміни зовнішнього і внутрішнього середовища, розвиток і конкурентоспроможність партнерів, створення оптимальних трудових, матеріальних і фінансових ресурсів, своєчасне прийняття управлінських рішень оперативного і стратегічного значення. Саме для запобігання кризового стану підприємств слід сформувати відповідну і адекватну реальним соціально-економічним процесам систему попередження, прогнозування та подолання банкрутства підприємства, яка породжує здатність промислового виробництва до функціонування в умовах підвищеного ризику і загроз» [2]. До складових елементів системи попередження, прогнозування та подолання банкрутства автори віднесли: моніторинг, прогнозування, контролінг, антикризове управління, санацію, реорганізацію і реструктуризацію та діагностику.

Ключовим інструментом для ефективного управління підприємством, максимізації його стійкості та попередження фінансових труднощів, включаючи банкрутство ми вважаємо систему прогнозування банкрутства, оскільки прогнозування:

- дозволяє виявити економічні, фінансові та інші ризики задовго до того, як вони