

Студент 3 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

ПРОБЛЕМИ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ РИНКОВИХ УМОВАХ

Анотація. Розглянуто основні проблеми стратегічного менеджменту на підприємствах у сучасних ринкових умовах та запропоновано ефективні шляхи розробки стратегії підприємства.

Аннотация. Рассмотрены основные проблемы стратегического менеджмента на предприятиях в современных рыночных условиях и предложены эффективные пути разработки стратегии предприятия.

Annotation. We consider the basic strategic management problems of businesses in modern market conditions and propose the effective ways of development of business strategy.

Ключові слова: стратегія, стратегічний менеджмент, підприємство.

Стратегічний менеджмент заснований на уявленні про підприємство як про відносно стабільну і відокремлену систему, що інтегрує в часі й економічному просторі різні форми ресурсів і зусиль. В основі стратегічного управління лежать спроби менеджера проникнути за межі керованого процесу або підсистеми, передбачити результати і фактори функціонування, запобігти несприятливим подіям і потраплянню в ризиковані ситуації. З позицій економічної безпеки стратегічне управління робить ставку на культивування "здорових" сторін цього підприємства, його внутрішню стійкість, здатність до самовідновлення в разі небажаного впливу зовнішнього середовища [1].

Дослідженню теми стратегічного маркетингу приділяється значна увага в наукових працях таких вчених, як Клейнер Г. Б., Акмаєва Р. І., Винокуров В. А. та ін. У своїх працях основну увагу вчені концентрують на вивченні та подальшій розробці основних моделей формування стратегії підприємств, а також визначенні механізму прийняття стратегічних рішень. Але, беручи до уваги той факт, що ринкові умови на сучасному етапі постійно змінюються, підприємства, які бажають зберегти свою конкурентоспроможність та певну позицію на ринку, повинні адаптуватися до них, вносячи корективи до своєї управлінської політики. Тому вивчення ефективних шляхів розробки стратегії підприємства є досить актуальною проблемою.

Метою даної роботи є дослідження проблем розробки стратегії підприємства та рекомендацій щодо їх усунення.

Сьогодні багато керівників прийшли до висновку, що стратегічний менеджмент для підприємства є реальним засобом досягнення поставлених цілей, що дозволяє зробити підприємство ще більш успішним, забезпечити отримання нових прибутків і збільшити його вартість. Однак на практиці навіть ретельно розроблена система стратегічного управління в багатьох випадках не дає очікуваного ефекту і, більше того, вимагає невинувато високих ресурсовитрат (людських, часових, фінансових та ін.).

Стратегія становить детальний всебічний комплексний план, призначений для того, щоб забезпечити здійснення місії організації і досягнення її цілей, тому основоположним є таке твердження: при розробці стратегії необхідно пам'ятати, що вона повинна бути узгоджена всередині підприємства. Хоч стратегія здебільшого формулюється і розробляється вищим керівництвом, її практична реалізація спирається на активну участь усіх рівнів управління [2].

Суттєвою проблемою формування ефективного шляху розробки стратегії є наявність вертикальних елементів корпоративної культури на підприємстві, що впливає на зниження рівня партисипативності працівників підприємства, тобто залучення працівників до управління, вирішення та аналізу проблем, прийняття рішень та їх реалізації.

У першу чергу слід домогтися не забезпечення абсолютної правильності наміченого шляху діяльності, а того, щоб розроблена стратегія була обов'язково узгодженою як з менеджерами підприємства, які потім будуть контролювати процес її реалізації, так і співробітниками нижчого управління, які безпосередньо реалізуватимуть стратегію підприємства, а також працівниками середньої ланки, які виконуватимуть роль посередника між двома першими рівнями управління підприємства.

Річ у тому, що стратегічне управління – це, з одного боку, одна з найбільш слабоструктурованих областей менеджменту, а з іншого – потужний інструмент, яким потрібно навчитися користуватися [3].

Часто керівники підприємств, особливо невеликих, задаються таким питанням: "Коли (починаючи з якого моменту?) підприємству потрібно починати займатися стратегічним управлінням?". Відповідь на це дуже проста. Звичайно ж, з самого початку організації його діяльності, враховуючи тільки, що невелике приватне підприємство і велике промислове підприємство повинні застосовувати інструмент стратегічного управління в різних обсягах.

Таким чином, можна сказати, що менеджери змушені приділяти все більшу увагу не тільки подальшому розвитку бізнесу, а й, якщо компанія хоче бути успішною, вдосконаленню системи стратегічного управління.

Наук. керівн. Кайнова Т. В.

Література: 1. Клейнер Г. Б. Стратегии бизнеса : аналитический справочник / Г. Б. Клейнер. – М. : КОНСЭКО, 1998. 2. Акмаева Р. И. Стратегическое планирование и стратегический менеджмент : учебн. пособ. / Р. И. Акмаева. – М. : Финансы и статистика, 2006. – 208 с. 3. Винокуров В. А. Организация стратегического управления на предприятии / В. А. Винокуров. – М. : Финпресс, 2003. – 192 с.