

*Людмила Бурдонос, к.е.н., доцент
Олександр Кривцов, студент 2 курсу
Університет Григорія Сковороди в Переяславі, м. Переяслав*

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Стратегічний менеджмент передбачає:

- визначення головних ринкових позицій на перспективу залежно від пріоритетності цілей; - виділення ресурсів організації під стратегічні цілі;
- створення центрів керівництва кожною стратегічною ціллю;
- оцінка та стимулювання виробничих підрозділів та їх керівників по мірі досягнення стратегічних цілей [1, с. 78].

Тобто суть стратегічного менеджменту полягає в тому, що на підприємствах існує чітко виділене і організоване стратегічне планування, а з іншого боку, структура управління підприємства, механізми взаємодії окремих підрозділів які побудовані так, щоб забезпечити розробку довгострокової стратегії та її реалізацію через поточні виробничо-господарські плани.

Тобто стратегічний менеджмент включає два основні процеси:

- стратегічне планування;
- тактико-оперативне управління реалізацією сформульованої стратегії.

Стратегія менеджменту підприємства може ґрунтуватися на основі формування нових та використання наявних конкурентних переваг. Ці переваги проявляють себе лише на фоні дій конкурентів, тобто у вільному ринковому середовищі, і можуть бути ефективно реалізованими у випадку належної організації різних складових управлінського механізму. Завдання механізму стратегічного менеджменту підприємства – забезпечити зміцнення конкурентної позиції за рахунок найбільш ефективного використання конкурентних переваг.

Головною метою управління витратами підприємства в сучасних умовах є підвищення економічної конкурентоспроможності та ефективності його господарської діяльності. Необхідно зазначити, що стратегічна мета і завдання діяльності підприємства можуть змінюватися залежно від зміни навколишнього підприємницького середовища та етапів розвитку підприємства. Однак очевидно, що мета і завдання управління витратами повинні підпорядковуватися загальній стратегічній меті функціонування підприємницької структури, хоча б на певних етапах економічного розвитку.

М. Портер, який вважається одним з авторитетних науковців зі стратегічного менеджменту, використовуючи ідею ланцюжка цінностей, пропонує розглядати стратегічне управління як аналіз внутрішніх процесів та взаємодій між різними складовими організації для того, щоб визначити, як і де додається цінність. При цьому стратегія – це позиціонування організації щодо галузевого середовища [2, с. 263]

Стратегічний менеджмент на підприємстві дозволяє досягти таких основних результатів:

1. Створити системний потенціал для досягнення цілей організації.
2. Структури організації та її внутрішніх змін, що забезпечують чутливість до змін зовнішнього середовища і відповідну адаптацію.

До переваг стратегічно-орієнтованих підприємств відносять [3, с.14]

- зменшення до мінімуму негативних наслідків змін, що відбуваються, а також факторів «невизначеності майбутнього»;

- можливість враховувати об'єктивні (зовнішні та внутрішні) фактори, що формують зміни, зосередитись на вивченні цих факторів, сформувати відповідні інформаційні банки;

- можливість отримати необхідну базу для прийняття стратегічних і тактичних рішень;

полегшити роботу із забезпечення довго та короткострокової ефективності та прибутковості;

можливість зробити організацію більш керованою, оскільки за наявності системи стратегічних планів є змога порівнювати досягнуті результати з поставленими цілями, конкретизованими у вигляді планових завдань;

- можливість встановлення системи стимулювання для розвитку гнучкості та пристосованості організації та окремих її підсистем до змін;

- забезпечення динамічності змін через прискорення практичних дій щодо реалізації стратегічних планів на основі відповідної системи регулювання, контролю та аналізу;

Стратегічний менеджмент на більшості підприємствах України в сьогоденні умовах знаходяться в стадії становлення, та не змогли зреагувати на вплив зовнішніх факторів. Цьому сприяли такі фактори, як військові дії на території України, економічна криза, проблема взаємодії з ринками чинників виробництва, пошуку ринків збуту і джерел інвестування власної діяльності, знос виробничих засобів, політична нестабільність і т.д.

Список використаних джерел:

1. Кузьмін О.Є. Теоретичні та прикладні засади менеджменту: Навч. посібник. Львів: Львівська політехніка, Інтелект-Захід, 2002. 228 с.
2. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. Є. М. Кайлюк, В. М. Андрєєва, В. В. Гриненко; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Х.: ХНАМГ, 2010. с. 263
3. Пічугіна Т. С. Стратегічний менеджмент навч. посіб. Харків, 2009. с. 14 (ХДУХТ).