

УДК 338

Лендирук П. – ст. гр. БМм-51

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Науковий керівник: к.е.н., доцент Сороківська О.А.

Lendyruk P.

Ternopil Ivan Pul'uj National Technical University

FEATURES STRATEGIC MANAGEMENT ENTERPRISE

Supervisor: Sorokivska O.A.

Ключові слова: стратегічне управління, підприємство

Keywords: strategic management, business

Використання виробничих та управлінських технологій, посилення конкуренції, глобалізація світової економіки зумовлює необхідність застосування стратегічного підходу до управління підприємством.

В той час, як у зарубіжних країнах із розвинутою ринковою економікою проблемам стратегічного управління приділяють значну увагу, більшість вітчизняних підприємств зневажають навіть елементами оперативного (тактичного) планування.

За умов сильного конкурентного тиску на вітчизняних і зарубіжних ринках одним із основних інструментів маркетингу та менеджменту, що забезпечують досягнення успіху на ринку, є вдало обрана стратегія. Виявлення факторів формування стратегій сегментації ринку – один із найсуттєвіших і найскладніших етапів процесу маркетингового менеджменту організації. Досягнення та зміцнення провідного становища на ринку потребують на перегляд засад стилю та концепції управління підприємством.

З огляду на це, актуальною стала проблема розробки та впровадження на підприємстві концепції стратегічного управління, що являє собою стратегічне управління у вигляді найважливішого елементу діяльності сучасного підприємства та стосується трьох таких життєво важливих сфер, як розробка та реалізація стратегії розвитку та поведінки в зовнішньому середовищі на обраних цільових сегментах, стратегії щодо створюваної підприємством продукції та, нарешті, стратегії персоналу підприємства. Отже, стратегіям сегментації підприємств відводиться одне з центральних місць у стратегічному плануванні.

Сьогоднішнім менеджерам потрібно думати про те, в якому становищі перебуває підприємство, про вплив, який на нього здійснюють умови, що змінюються. Вони змушені досить ретельно аналізувати зовнішнє середовище, бути добре обізнаними з діяльністю підприємства, щоб знати, коли і які зміни вносити в стратегію.

Стратегічне управління передбачає не тільки необхідність проведення аналізу, оцінки середовища та прогнозування того, як воно буде змінюватися з часом, але й створення такої системи управління персоналом, яка б постійно підтримувала відповідність між середовищем і результатами діяльності організації.

Дослідження теорії стратегічного управління мають надзвичайне значення, оскільки світова практика бізнесу показує, що більшість організацій, які досягли значних результатів, завдячують саме впровадженню системи стратегічного

управління. Запорукою ефективності стратегічного управління є його «фундамент», тобто базовий елемент – стратегічна ідентифікація підприємством свого місця і перспектив на ринку, відповідно до результатів якої і розробляється та чи інша «лінія поведінки» в перспективі.

Важливість правильної ідентифікації обумовлена безпосереднім впливом інформації про ситуацію в тій чи іншій галузі чи секторі економіки на прийняття управлінських рішень, вибір тактичних підходів у діяльності, здійснення інвестицій в розвиток виробничої і соціальної інфраструктури. Іншими словами, стратегічна ідентифікація є інформаційною базою для формування стратегії і тактики підприємств щодо масштабів розвитку. Однією з головних задач вищого керівництва підприємства є формування такого мотиваційного ядра, яке б спонукало робітників системи стратегічного управління на інноваційний характер поведінки.

Сьогодні успішна діяльність компанії визначається тим, у якому ступені їй вдається адаптуватися до зовнішнього середовища, що стрімко змінюється. Конкурентна маркетингова стратегія виражає загальний план компанії по використанню ресурсів для створення конкурентної переваги на вибраних ринках. Потенціал деяких ринків зменшується й компанія змушена залишити їх. Інші, навпроти, пропонують більші можливості й вимагають збільшення інвестицій, інноваційних стратегій і нових технологій.

Стратегічне управління — багатоплановий процес, який допомагає формувати та виконувати ефективні стратегії, що сприяють балансуванню відносин між підприємством та зовнішнім середовищем, а також досягненню визначених цілей. Вибір стратегії пов'язаний зі станом ключових факторів, до яких відносяться сильні сторони галузі та підприємства, мета, місія, кваліфікація працівників.

Основними умовами успішного стратегічного управління в розрізі стратегічного бачення є:

- наявність чітких конкурентних цілей і постійний перегляд портфеля конкурентних маркетингових стратегій, заснованих на стрижньовій ідеї підприємства, на специфіці конкурентного середовища і на бажанні досягти певних конкурентних переваг;

- перспективне бачення – повинне бути присутнє переконання в правильності стратегій;

- систематичне програмування використання конкурентного потенціалу підприємства для реалізації конкурентних стратегій;

- концентрація головних зусиль в потрібному місці і в потрібний час;

- гнучкість стратегічної поведінки, що забезпечує використання мінімуму ресурсів для досягнення максимального результату;

- скоординований порядок дій керівництва.

Компанія зберігає тверду життєздатну позицію в умовах цінностей, що змінюються, і орієнтирів споживачів, прискорення процесів глобалізації ринків, загострення економічних, політичних і соціальних взаємодій. У конкурентних умовах зможуть досягти успіху тільки ті компанії, які стратегічно орієнтовані на ринки, що змінюються, і використовують повсякденно всі інструменти маркетингу для надання клієнтам вищої споживчої цінності.

Отже, стратегічне управління – це концепція виживання в певних умовах, яка дає уявлення про те, яким повинно бути підприємство в майбутньому: в якому оточенні йому необхідно буде працювати, яку позицію займати на ринку, які мати конкурентні переваги, які зміни слід здійснити та залежить від адекватності сприйняття та повноти врахування різних аспектів зв'язків підприємства зі своїм середовищем.