

УДК 339.13

Пелехат О. - ст. гр. БКМ-51.

*Тернопільський державний технічний університет ім. І. Пулюя*

## **СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗМІЦНЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА**

Науковий керівник: к.е.н., доц. Краузе О.І.

Україна останнього десятиліття відрізняється суттєвим перетвореннями у політичній, економічній і соціальній сферах. Слід зазначити, що становлення ринкових відносин неможливе без оволодіння світовим досвідом у цій галузі, без глибокого вивчення філософії сучасного бізнесу і досконалого оволодіння його прийомами.

Період переходу до ринкової економіки характеризується докорінним переглядом методів і інструментів управління. Основні зусилля при цьому повинні бути спрямовані на задоволення потреб споживачів, завоювання і зміцнення конкурентних позицій через нововведення, високу продуктивність, професіоналізм персоналу та належну якість товару. Важливою складовою підприємницької культури і інтегруючою функцією управління стає маркетинг.

На сучасному етапі розвитку вітчизняної економіки маркетинг забезпечує ріст та розвиток підприємства завдяки зміцненню його конкурентної позиції. Як базова функція управління, маркетинг орієнтує як виробничу систему, так і її економічну інфраструктуру на задоволення потреб клієнтів.

У сучасній науковій літературі зустрічається досить широкий спектр підходів щодо визначення стратегій, процесу їх розробки і вибору. У загальному розумінні стратегія увійшла в лексикон ділового управління для визначення того, що можна назвати діловою політикою спрямованою на прийняття узагальнених довготривалих заходів.

Метою стратегії є отримання довгострокових конкурентних переваг, які забезпечують підприємству високу рентабельність.

Загальна (генеральна) стратегія розвитку підприємства пов'язана з діяльністю підприємства в цілому, використанням всіх ресурсів і орієнтована на виконання його головної цілі.

Стратегічні плани повинні бути зроблені так, щоб не тільки залишатися цілісними протягом тривалих періодів часу, але і бути достатньо гнучкими, щоб при необхідності можна було здійснити модифікацію і переорієнтування. Загальний стратегічний план варто розглядати як програму, що спрямовує діяльність фірми протягом тривалого періоду часу, даючи собі звіт про те, що конфліктна і постійно мінлива ділова і соціальна обстановка робить постійні коригування неминучими.

Теорія стратегічного планування нараховує достатню кількість стратегій, які стали основою для виводу з кризи чи її запобігання на окремих підприємствах, в галузях виробництва, в окремих країнах. Автори цих стратегій є всесвітньовідомими теоретиками і практиками в області стратегічного планування і управління (Ансофф І., Портер М., ін.).

Ефективні стратегії можуть формуватися лише як результат спільних ділових розробок між і всередині всіх рівнів менеджменту підприємства. Необхідний діалог, що ґрунтується на розумінні стратегічних результатів та критеріїв оцінювання обраних або вдосконалених стратегій.