

2. Примак Т.О. Маркетингові комунікації: Навчальний посібник. — К.: Ельга, Ніка -Центр, 2003. — 280 с. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://knutd.com.ua/publications/pdf/Visnyk/2013-5/379_388.pdf
<http://www.info-library.com.ua/books-text-5541.html>

3. Мілаш О.О. Інформатизація вищих навчальних закладів як пріоритет державної освітньої політики в Україні. К.: Вісник КНУТД. Тем. вип. №4, 2012. - С. 298-307. –[Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/db/2010-1/doc/2/07.pdf>

ЧУПРУН Ю. П.

слухачка магістратури за спеціальністю

«Адміністративний менеджмент»

(науковий керівник: к.е.н., доцент, доцент кафедри державного і муніципального управління Велешук С.С.)

УДОСКОНАЛЕННЯ ПІДХОДІВ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ЗАГАЛЬНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Особливості управління промисловими підприємствами на сучасному етапі тісно пов'язані зі зміною стратегічних орієнтирів в їх діяльності. Основними економічними цілями суб'єкта господарювання в ринкових умовах є підвищення ефективності виробництва, максимізація прибутку, завоювання нових ринків та задоволення потреб споживачів. Для вироблення правильної стратегії управління конкурентоспроможністю меблевих підприємств необхідно виявити специфічні особливості з метою збільшення конкурентних переваг продукції, що випускається.

Для управління функціональною конкурентоспроможністю на меблевих підприємствах має бути організоване стратегічне управління [1].

Першочерговим завданням при розробці стратегії меблевого підприємства є розробка організаційних заходів, тобто необхідно сформувати робочі групи (метою функціонування яких є розробка місії, стратегічних цілей і задач підприємства), регламентувати їх діяльність, з метою уніфікації завдань і розробки механізмів заохочення робочої

групи.

У процесі планування стратегії можна виокремити наступні етапи: оцінка і аналіз наявної стратегії організації; аналіз та оцінка зовнішнього і внутрішнього середовища організації, встановлення цілей розвитку; прогнозування сценаріїв імовірних подій, можливих ризиків; коригування наявної або формування нової стратегії; обґрунтування та вибір стратегічних альтернатив; розробка функціональних і ресурсних стратегій; запровадження, контроль і оцінка результатів [2].

Процес стратегічного планування знаходиться в прямому взаємозв'язку з обраним типом побудови організаційної структури управління. Для керівництва організацією важливим є питання розподілу повноважень та відповідальності всередині організаційної структури у відповідності з компетентністю керівних кадрів всіх рівнів управління тому, що стратегічні плани не лише забезпечують узгодженість дій керівників організації, а також вимагають від учасників процесу планування брати до уваги багатовекторність їх дій в усіх функціональних площинах організації [3].

Існують деякі загальні підходи до формулювання стратегії та певні обмеження, які дозволяють відокремити стратегії одну від одної за певними складовими елементами. Таке розмаїття стратегій, що застосовується в стратегічному управлінні, ускладнює їх класифікацію. На нашу думку, серед класифікаційних ознак, які є найбільш вагомими і придатними до наших підприємств, є такі: рівень прийняття рішень; базова концепція досягнення конкурентних переваг; стадія життєвого циклу галузі; відносна сила галузевої позиції організації. Ускладнюючим чинником класифікації є те, що більшість стратегій не можуть бути однозначно визначені за однією з ознак. Як відомо, стратегію класифікують за трьома ознаками: 1) належність до п'яти стратегій досягнення конкурентних переваг (стратегії інтегрального розвитку); 2) належність до стратегій управління портфелем сфер бізнесу (стратегії корпоративного розвитку); 3) належність до стратегій, які застосовуються в залежності від зовнішніх і внутрішніх умов (стратегії функціонального розвитку) [4].

Так, наприклад, на підставі досліджених стратегічних напрямків ПП „Захід меблі” обґрунтуємо використання загальної стратегії розвитку

підприємства, що поділені на три рівні:

- стратегії інтегрального розвитку з виокремленням стратегій мінімізації витрат, позиціонування, диверсифікації, інвестицій, інновацій та оперативного реагування на зміни зовнішнього і внутрішнього середовища;

- стратегії корпоративного розвитку, що включають стратегії диверсифікації, відтоку капіталу і ліквідації, зміни курсу і реструктуризації та міжнародної диверсифікації;

- стратегії функціонального розвитку, які реалізуються у стратегіях вертикальної інтеграції, галузевих лідерах, рядових галузевих організаціях, слабких організаціях, конкуренції та наступальних і оборонних стратегіях [4].

Так, спектр стратегій, що використовується підприємствами у процесі їх діяльності, достатньо широкий. Як правило, у лідерах є підприємство, якому вдалося обрати ефективну стратегію стійкого розвитку, що відповідає як змінам зовнішнього середовища його функціонування, так і власним внутрішнім можливостям. В даному випадку, стійкий розвиток нами визначено як механізм забезпечення збалансування параметрів ефективної діяльності корпоративного підприємства із реалізацією відповідних стратегій як каталізаторів стратегічних змін у майбутньому. Це надає можливість підприємствам на певному етапі свого розвитку завжди мати стратегічний потенціал, відображений у сукупності параметрів, які полягають у співвідношення результатів та використаними ресурсами підприємства. Без наявності стратегічного планування розробка ефективних управлінських рішень є складною. Так, на етапі реалізації стратегічних рішень ми не можемо говорити про наявність на підприємствах ефективної системи управління, але для того, щоб вона існувала, ми пропонуємо для кожної обраної стратегії розробити програму, проект, план, які допоможуть координувати дії функціональних підрозділів корпоративного підприємства у процесі здійснення його довгострокової діяльності. При цьому, аналіз використання стратегій повинен обов'язково проводитися за наявності основних категорій рішень, які структурують кожне управлінське рішення з точки зору визначення проблеми, сутності, шляхів вирішення та визначити його характер і вплив на управлінську

систему. Така структуризація уможлиблює провести аналіз кожного управлінського рішення і розподілити їх на стратегічні, адміністративні та операційні, що дозволяє визначити їх ієрархічність в управлінській системі корпоративних підприємств. При такій ситуації, одним з головних завдань розвитку корпоративного підприємства є визначення параметрів стратегічного планування, спрямованих на розробку та впровадження ефективних стратегій з урахуванням результатів стратегічного аналізу. Широта та результативність досліджень уможливають ефективні трансформації в діяльності підприємств, що призводять до взаємозалежності та взаємозв'язку параметрів у системі управління. Такий підхід відображає доцільність застосування методу визначення альтернативних параметрів стратегічного планування розвитку корпоративних підприємств, що обумовлено не тільки завданнями, які повинні вирішити управлінський склад підприємства, але і необхідністю узгодження багатьох позицій стратегічного плану з іншими планами підприємства, складеними в розрізі реалізації обраних стратегій.

Література:

1. Берсуцкий А. Я. Особенности формирования перспективных планов развития предприятий мебельного производства / А. Я. Берсуцкий // Вісник економічної науки України. – 2008. - № 2. – С. 7.
2. Федулова Л. І. Актуальні проблеми менеджменту в Україні. /Федулова Л. І. — К., 2005. - 319 с.
3. Протасова Л.В. Деякі теоретичні аспекти стратегічного планування в сучасних умовах господарювання / Протасова Л.В. // Вісник ЖДТУ. – 2010. - № 1 (51). – С. 51-60.
4. Євтухова С. Параметральна оцінка розробки та впровадження стратегічного планування на підприємствах харчової промисловості Херсонської області // // Збірник наукових праць “Ринкова економіка: Сучасна теорія і практика управління” – Одеса : Астропринт, 2010. – Т.5. –С. 180-190.