

7. Шацька З.Я., Христинченко А.А. Економічна безпека сучасного підприємства в контексті впливу «м'яких» та «жорстких» загроз// З.Я. Шацька, А.А. Христинченко. – Причорноморські економічні студії. – Випуск 2. – Ч.2. – 2018. – 180 с.

УДК 338.2

Шацька З.Я., к.е.н., доцент

Гришко А.М., магістрант

Київський національний університет технологій та дизайну

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

В сучасних кризових умовах господарювання перед вітчизняними підприємствами, що функціонують на ринку постає проблема ефективної діяльності на майбутній період. Підприємства змушені пристосовуватися, адаптуватися, а також випереджати постійні зміни навколишнього середовища. Тому без формування і чіткого визначення довгострокового напрямку розвитку підприємству складно вижити в умовах конкуренції та динамічних змін на ринку. Розвиток підприємства, як відкритої соціально-економічної системи, в значній мірі залежить від ефективності діючої системи управління [5]. Провідну роль в системі управління сучасним підприємством займає стратегічне планування – систематизовані та більш-менш формалізовані зусилля всього підприємства, спрямовані на розробку та організацію виконання стратегічних планів, проектів і програм. Стратегічне планування створює міст у майбутнє і використовується для переходу організації від того, якою вона є зараз, до того, якою вона хоче бути. З приводу цього П. Друкер зазначав, що стратегічне планування – це не майбутні рішення, а вплив майбутнього на сьогоднішні рішення [1].

Особливості стратегічного планування полягають в тому, що воно:

- орієнтується на довгострокову перспективу;
- стратегічні плани визначають основні напрями розвитку підприємства;
- певні «ніші» господарської діяльності підлягають «заповненню» засобами оперативного планування;
- основна мета стратегічного планування полягає в забезпеченні майбутньої успішної діяльності підприємства [3].

Використання стратегічного планування дає змогу оцінити довгострокові перспективи розвитку, виявляє можливості й загрози зовнішнього середовища, сильні й слабкі сторони внутрішнього середовища, а також аналізує зміни конкурентної позиції підприємства на ринку.

Головною відмінністю стратегічного плану від інших планів є те, що він не просто описує довгострокове функціонування підприємства, а й спрямований на управління змінами, тобто досягнення бажаного майбутнього не тільки всередині підприємства, а й у зовнішньому середовищі. Стратегічний план розробляється підрозділом стратегічного управління на основі сформованої корпоративної стратегії підприємства з розбивкою за роками в показниках стратегічних цілей. Раніше на вітчизняних підприємствах обирався п'ятирічний період формування корпоративної стратегії. Зараз внаслідок значних динамічних і важко передбачуваних змін у зовнішньому середовищі та зростанню протиріч між внутрішнім та зовнішнім середовищами підприємства горизонт стратегічного планування скоротився до трьох років. Формування стратегічного плану є лише початком тривалого процесу його реалізації, в якому відбувається аналіз і оцінювання корпоративної стратегії підприємства.

Розробка стратегічного плану дає змогу підприємствам:

- задати перспективні напрямки розвитку та визначити основні та пріоритетні види діяльності;
- пов'язати в єдину систему маркетингову, виробничу, фінансову, збутову та кадрову діяльність;
- краще розуміти структуру потреб, процеси планування, просування і збуту продукції, механізм формування ринкових цін;
- встановити кожному підрозділу та всьому підприємству конкретні, чіткі, вимірювані та досяжні цілі, які узгоджуються із загальною корпоративною стратегією розвитку підприємства;
- забезпечити координацію зусиль усіх функціональних служб підприємства;
- стимулювати персонал краще оцінювати свої сильні і слабкі сторони з точки зору конкурентів, можливостей, обмежень і змін зовнішнього середовища;
- визначити стратегічні альтернативні дії підприємства на довгостроковий період;
- створити основу для розподілу обмежених ресурсів [4].

Таким чином, застосування стратегічного планування на всіх рівнях управління адаптує підприємство до змін у зовнішньому середовищі, координує роботу його структурних підрозділів, покращує систему контролю на підприємстві, підвищується вміння приймати оптимальні, ефективні та своєчасні управлінські рішення, які будуть здійснювати вплив на майбутнє і узгоджувати поточну діяльність зі стратегічними цілями підприємства, що в свою чергу забезпечує ефективність діяльності та

подальший сталий розвиток підприємства в довгостроковій перспективі.

Література

1. Краснокутська Н. В. Інноваційний менеджмент: навч. посіб. / Н. В. Краснокутська. – К.: КНЕУ, 2003. – 504 с.
2. Ольшанська О.В. Наукові засади визначення сутності регіону як суб'єкта господарювання та управління /О.В.Ольшанська// Актуальні проблеми економіки. - [науковий економічний журнал] – Київ: НАУ, 2011. – №12. – С. 100–108.
3. Холодний Г.О. Теоретичні аспекти стратегічного планування на підприємствах України: (підсумки 4-ї Міжнар. конф. «Харків-2011/ Холодний Г.О. // Вісник економіки. – 2011. – 54 с.
4. Шацька З.Я. Характеристика та основні моделі побудови системи стратегічного управління на вітчизняних підприємствах / З.Я. Шацька. – Електронний ресурс] // Ефективна економіка. -2013.-№ 12 - Режим доступу до журналу: <http://www.economy.nauka.com.ua>
5. Шацька З.Я. Особливості побудови системи стратегічного управління на вітчизняних підприємствах / З.Я. Шацька. – Вісник КНУТД. - №4(78). – 2014. – с.42-51.

УДК 338.439

Шацька З.Я., к.е.н., доцент
Когут А.Л., магістрант
Київський національний університет технології та дизайну

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

В сучасних умовах значна кількість вітчизняних підприємств працює неефективно, знаходячись у кризовому стані або на межі банкрутства, що свідчить не тільки про глибинні проблеми в економіці країни, але водночас і про наявність безлічі проблем на підприємствах. І однією з таких головних проблем сьогодні є низький рівень конкурентоспроможності вітчизняних товарів або послуг на світових ринках [3]. В умовах прискореної світової глобалізації перехід від простої цифрової технології, яка відбулася в ході третьої промислової революції, до інновацій, які базуються на комбінаціях різних технологій при четвертій промисловій революції [2], змушує вітчизняні підприємства шукати нові шляхи підвищення конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність підприємства може бути визначена як його унікальна перевага щодо інших підприємств цієї ж галузі як усередині національної економіки, так за її межами. Конкурентоспроможність підприємства може бути сформована лише в межах групи підприємств, які