

підприємства не повинен бути повністю направлений на «проїдання», а хоча б частково на перспективу[2].

Шляхи по відновленню конкурентоспроможності вітчизняних підприємств машинобудування повинні бути дієвими. Це різноманітне сприяння виробництву сучасної продукції з врахуванням нових технологій, що відповідає сучасним позиціям якості, необхідно надавати перевагу впровадженню енергозберігаючих технологій, нетрадиційних енергоресурсів та засобів контролю за витратами енергії.

Підприємствам необхідно впроваджувати комплексний механізм підвищення інноваційного розвитку, оскільки саме від управління внутрішньою діяльністю підприємства залежатимуть результативні показники всієї роботи підприємства. Крім вже визначених підходів є необхідність проведення обґрунтованої політики закупівлі по тендерах та постійний програмний ціновий моніторинг по закупівлі матеріалів та комплектуючих, що дозволить прозоро залучити нових постачальників з більш сприятливою ціною. Дієвий маркетинг як частина продажу продуктів підприємства, з цілеспрямованим відзначенням якості, може збільшити частку ринку внаслідок чого зростуть обсяги продажу.

Список використаних джерел:

1. Петюх В. Н. Рыночная экономика. Настольная книга делового человека. – К.: Урожай, 1995. – 432 с.
2. Сисоліна Н. П., Савеленко Г. В., Сисоліна І. П. Проблемні аспекти і перспективи інноваційного розвитку сільськогосподарського машинобудування // Центральнотраїнський науковий вісник. Економічні науки.–Кропивницький: ЦНТУ, 2018. – Вип. 1(34). – С. 278–286.

Тицький В. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

Сучасна концепція управління економічними системами на різних рівнях (країна – регіон – галузь – підприємство) – це концепція стратегічного менеджменту. Вона виникла в протидію викликам і загрозам навколишньому середовищу, підвищенню його глобалізації, погіршенню і радикальним змінам конкуренції. В процесі еволюції контролю, які відбулися під впливом змін у виробництві 60–70 роках ХХ століття і з'явилося стратегічне управління.

Основоположною концепцією науки є поняття стратегічного управління. Серед вчених, які досліджували формування і реалізацію бізнес-стратегії, не існує спільної думки про походження поняття «стратегія».

У економічній науці під поняттям стратегія розуміється генеральна програма дій, яка виявляє пріоритети проблем і ресурси для досягнення поставлених цілей.

У бізнесі, відповідно до стратегії, розуміється загальна концепція досягнення організаційних цілей, вирішення проблем, які можуть існувати в ньому.

Узагальнюючи вище наведені поняття, можемо зробити висновок, що стратегія підприємства, як модель довгострокового розвитку, була створена для того, щоб підприємство мало змогу пристосовуватися до умов навколишнього середовища, шляхом здійснення стійких конкурентних переваг. Важливим її компонентом є вектор розвитку підприємства, що визначає стратегічні напрями здійснення економічних, організаційних, технічних, соціальних та інших перетворень у функціональних областях діяльності підприємства.

Тому найбільш важливим фактором, що визначає ефективність стратегічного управління розвитком підприємства, є систематичний підхід до планування, який полягає у тому, що стратегічне планування повинно бути впроваджено на всіх рівнях ієрархії підприємства.

У сучасних умовах відновлення систем планування здійснюється за рахунок зміщення центру ваги від мікро до макрорівня, особливо при визначенні загальних тенденцій економічного розвитку і формування стратегії економічного зростання, забезпечення тісної координації національних і регіональних стратегій. Наступний приклад покаже встановлення взаємозв'язку і взаємозалежності стратегічного планування на підприємстві, на мезо- і макрорівнях.

Для підприємства, компанія буде підлягати плануванню в цілому, її функціональних областей та стратегічної бізнес-області. Для галузі це буде вид економічної діяльності у регіоні. Для національної економіки – національна економіка в цілому та її окремі ділянки [2].

Предметом планування для підприємства буде більш високий рівень державного управління. Для промисловості планування буде діяти як регіональний орган влади, гілка влади. Для народного господарства – державні органи виконавчої влади (Міністерство економічного розвитку і торгівлі України).

Звернімося до функції адаптації підприємства до навколишнього середовища, координації і управління, розподілу ресурсів для найкращого досягнення поставлених цілей, організаційних змін. В області є кілька функцій, таких як формування єдиного вектору розвитку економіки, економічного зростання,

безпеки і конкурентоспроможності підтримки галузі (регіону). Національна економіка повинна виправдовувати національну економічну політику, з метою забезпечення сталого економічного зростання, підтримки балансу циклічної економіки, забезпечення макроекономічної конкурентоспроможності [3].

Зміст підприємства, галузі і національного господарства мають відмінності, тому що це стратегічний вибір основних напрямків соціально-економічного розвитку.

Методи стратегічного аналізу підприємства включають STEP-аналіз, управління дослідженнями, SWOT-аналіз, аналіз портфеля, модель циклу промисловості і технології. В ізольованому аналізі рівня сектора тенденцій і закономірностей економіки: бізнес – життя – оцінка факторів навколишнього середовища, SWOT-аналіз, аналіз конкурентних переваг та ключових факторів успіху регіону (галузі).

На рівні національної економіки методи стратегічного аналізу включають в себе: аналіз конкурентоспроможності національної економіки, оцінку конкурентних переваг, оцінку впливу організаційних змін в інституціональних параметрах економіки, виявлення умов і факторів обмеження розвитку економіки [1].

Проведене дослідження показує, що стратегія управління розвитком та стратегія конкурентоспроможності будь-якого підприємства не буде успішною, якщо вони не будуть розроблені на основі стратегічних пріоритетів галузі, регіону і національної економіки в цілому. Тобто, формування стратегічних пріоритетів галузі та окремих підприємств є складним процесом, тобто система управління завданнями, яка надає методи виведення і «мотивує» промисловість адаптуватися до постійних змін як у внутрішньому, так і у зовнішньому середовищі.

Список використаних джерел:

1. Портер М. Конкурентная стратегия / М. Портер; пер. с англ. – К.: Основы, 1997. – 390 с.
2. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. – М.: Банки и биржи. Юнити, 1998. – 576 с.
3. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 312 с.
4. Економічне управління підприємством: навч. посіб. / А. М. Колосов, О. В. Коваленко, С. К. Кучеренко, В. Г. Бикова; за заг. ред. А. М. Колосова. – Старобільськ: Вид-во держ. закл. «Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка», 2015. – 352 с.
5. Гринько Т. Методичні підходи до вибору стратегічних альтернатив розвитку суб'єктів підприємництва / Т. Гринько, М. Шибецька // Управління розвитком. – 2017. – №1-2(187-188). – С. 94–100.