

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ

Стратегічне управління розвитком пов'язане з постановкою цілей підприємства і підтримкою певних взаємовідносин з оточуючим середовищем, які дозволяють йому досягати поставленої мити та відповідають його внутрішнім можливостям. Потенціал, який забезпечує досягнення цілей підприємства в майбутньому, є одним з кінцевих продуктів стратегічного управління. Не кожний вид продукції та послуг підприємства може бути включений до його потенціалу, а лише ті з них, які були випробувані з точки зору потенційної прибутковості. Це означає, що продукція підприємства, яка створена на базі нових перспективних технологій, має відмінні особливості та буде користуватися попитом на ринку [2, с. 222-223].

Формування стратегії економічного розвитку необхідно проводити на підставі трьох взаємопов'язаних компонентів: суспільних потреб, внутрішніх можливостей виробника і ситуації, яка склалася в галузі. Вивчення суспільних потреб, які з певною імовірністю будуть мати місце в майбутньому, повинно бути вихідним пунктом у розробці будь-якої стратегії підприємства. Але потреби можна задовольнити лише в тій мірі, наскільки це дозволяють ресурси виробника. Тому раціональна стратегія завжди є компромісом між потребами і ресурсами. Розробка стратегії підприємства повинна дати відповідь на три основних запитання: які напрями господарської діяльності необхідно розвивати, які існують потреби в капіталовкладеннях та інших ресурсах, яка можливість віддачі за обраними напрямками.

Одним з кінцевих продуктів стратегічного управління є потенціал, який забезпечує досягнення цілей підприємства в майбутньому. Потенціал складається із сировинних, фінансових і людських ресурсів, інформації, виробленої продукції і наданих послуг, набору правил соціальної поведінки, додержання яких допомагає підприємству досягати своїх цілей. Важливо відзначити, що не кожен вид продукції та послуг підприємства може розглядатися з точки зору потенційної прибутковості [3].

Другим кінцевим продуктом стратегічного управління розвитком є внутрішня структура та організаційні зміни, які

забезпечують чутливість організації до змін у зовнішньому середовищі.

Загострення конкурентної боротьби підвищує роль стратегічного планування в процесі управління розвитком підприємства. В той же час, динаміка науково-технічного прогресу пред'являє підвищені вимоги до самого процесу управління його розвитком. Значно збільшуються періоди планування; стратегії в галузі досліджень і розробок стають частиною довгострокових планів; до процесів управління включаються всі галузі діяльності підприємства (матеріально-технічне забезпечення, виробництво, фінанси, маркетинг, персонал та інші); до структури довгострокових планів вводять елементи "рухливого" короткострокового планування [2, 3].

Особливістю управлінського розвитку, який здійснюється в межах стратегічного менеджменту, є те, що він реалізується не тільки вищими ешелонами управління підприємства, але й безпосередніми виконавцями. В цьому полягає його відмінність від традиційних підходів до планування, коли розробка стратегій та їх реалізація виконувались різними підрозділами. Це визначає ряд вимог до побудови системи, що моделюється. Одна з таких базових вимог полягає в тому, що система, яка моделюється, повинна бути імітаційною системою колективної розробки і прийняття рішень. З іншого боку, реалізація такої системи вносить зміни і в технологію процесів управління розвитком.

Розвиток систем різної природи, в тому числі економічних і виробничо-економічних, можна поділяти на саморозвиток та керований розвиток. Для вирішення проблеми керованого розвитку виробничо-економічними системами необхідно відокремити спеціальну підсистему управління розвитком, яка забезпечує вирішення всієї сукупності завдань розвитку підприємства.

1. Кукушкін О.М. Сутність поняття "стратегія розвитку підприємства" / О.М. Кукушкін // Науковий вісник УкрДЛТУ: Збірник науково-технічних праць. – Львів: УкрДЛТУ. – 2006. – Вип.. 15.2. – С. 220-227.

2. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 972 с.

3. Стратегический менеджмент / [под ред. А.Н. Петрова]. – СПб.: Питер, 2005. – 496 с.