

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Кваско А.В.

*кандидат економічних наук, доцент,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут
імені Ігоря Сікорського»*

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ВИДАВНИЧО-ПОЛІГРАФІЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасна наука розглядає багато підходів до механізму управління розвитком підприємства. В більшості випадків увага зосереджується на виявленні та виправленні явних недоліків господарювання, в результаті чого можливий вихід підприємства із кризи. Зазначений напрям переважно пов'язаний з кількісним нарощенням обсягу виробництва, розширенням та удосконаленням матеріально-технічної бази, скороченням витрат. Проте, недостатньо уваги приділяється підходам та методам, якими варто керуватися успішному підприємству для підтримки існуючого рівня економічної ефективності. А це має включати не лише підтримування досягнутого рівня результативних показників діяльності, а й постійне вдосконалення діяльності для, як мінімум, збереження своїх позицій на ринку.

Саме тому для підприємств, що успішно розвиваються, на перший план виходять питання стратегічного планування, дослідження попиту, підвищення рівня конкурентоспроможності продукції (послуг) та підприємства в цілому, забезпечення пізнаваності та лояльності у споживачів тощо. Зосередження уваги на цих питаннях може забезпечити на тривалий період часу стабільність, а можливо і покращення, стану підприємства та утримання його ринкових позицій, проте відображення результатів на кількісній зміні показників не буде таким швидким, як того бажала б більшість.

В сучасних умовах навіть підприємства з високими техніко-економічними показниками та, здавалося б, непоганими ринковими позиціями стикаються з проблемами невизначеності та невідповідності цілей розвитку, відсутністю сформульованих його стратегічних напрямів.

Саме тому в управлінні розвитком на перший план має виходити стратегічний підхід, що базується на визначенні цілей, перспективному плануванні та провадженні діяльності відповідно до обраної стратегії розвитку.

Такий підхід є корисним для підприємств на різних фазах свого розвитку. Так, новостворені підприємства будуть зосереджувати увагу на знаходженні своєї ніші на ринку чи його певному сегменті; підприємства, що знаходяться у фазі стабільності, намагатимуться подовжити її тривалість за рахунок зважених управлінських рішень та постійного вдосконалення діяльності; а

підприємства у стані кризи на основі результатів стратегічного аналізу зможуть розробити заходи для подолання кризового становища, досягнення беззбитковості діяльності та підвищення ефективності господарювання.

Більшість вчених [1; 3], управління розвитком розглядають як циклічний процес, що виконує п'ять основних функцій:

- цілевстановлення, пов'язане з визначенням цільових установок та формуванням тактичних і стратегічних завдань;

- прогнозування, що передбачає діагностику організації, її середовища, виявлення причинно-наслідкових зв'язків в явищах і процесах, що можуть сприяти або перешкоджати розвитку організації, та безпосередньо розробка програм її розвитку;

- організація і координування, яка включає розробку принципів, процедур, механізмів здійснення змін, розподіл зон відповідальності, визначення трансформаційних процесів та формування робочих груп (команд), відповідальних за їх реалізацію;

- стимулювання і активізація, які пов'язані з розробка та впровадженням механізму стимулювання персоналу щодо ефективної участі в процесах розвитку підприємства;

- моніторинг, тобто застосування системи моніторингу для відображення розвитку організації як у просторі, так і в часі з метою коригування програм розвитку.

Управління розвитком підприємства на основі стратегічного підходу передбачає розробку та впровадження стратегії розвитку при одночасному підпорядкуванні підсистем управління єдиній меті, постійний перегляд стратегії, її вдосконалення. Основними етапами формування стратегії є [2; 3; 4; 5]: аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства, місія та цілі, стратегія розвитку та її задачі.

Для видавничо-поліграфічних підприємств дієвим буде алгоритм управління розвитком, що включає такі складові:

- аналіз зовнішнього середовища, де варто звертати увагу на макросередовище, мікросередовище та стан галузі;

- аналіз внутрішнього середовища та оцінка потенціалу організації з урахуванням потреб зовнішнього середовища;

- стратегічний аналіз та оцінка рівня розвитку організації, результатом якого повинно стати виявлення сильних і слабких сторін, можливостей і загроз;

- визначення напрямів розвитку підприємства, формулювання місії та цілей;

- визначення стратегічних альтернатив та вибір певної стратегії розвитку підприємства;

- розробка стратегічної програми дій та на її основі тактичних планів;

- реалізація стратегії, яка супроводжується постійним моніторингом процесу за визначеними тактичними інтервалами;

- оцінка ступеня досягнення стратегічної мети та ефективність реалізації стратегії розвитку.

Залежно від результатів моніторингу на передостанньому етапі та висновків останнього етапу приймається рішення про повернення на декілька етапів назад, у випадку незадовільного виконання тактичних планів, або на початок алгоритму, якщо результати є позитивними і можна вважати, що підприємство перейшло на новий рівень розвитку.

Стратегія розвитку організації визнається ефективною, якщо результатом її реалізації є задоволення потреб ринку і, як підсумок, високі конкурентні позиції та рівень прибутковості, достатній для подальшого розвитку організації.

Отже, управління розвитком підприємства є динамічним процесом, що базується на використанні потенціалу підприємства, орієнтується на отримання довгострокових конкурентних переваг на ринку та передбачає застосування коригуючих та попереджувальних впливів.

Список використаних джерел:

1. Верба В. А. Управління розвитком компанії: навч. посіб. / В. А. Верба, О. М. Гребешкова. – Київ: КНЕУ, 2011. – 482 с.
2. Забродська Л. Д. Стратегічне управління: реалізація стратегії: [навч. посібник для студ. екон. спец.] / Л. Д. Забродська. – Харків: Консул, 2004. – 208 с.
3. Раєвнева О. В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі: монографія / О. В. Раєвнева. – Харків: ВД «ІНЖЕК», 2006. – 496 с.
4. Раєвнева О. В., Чанкіна І. В. Моделі управління розвитком промислового підприємства в умовах трансформаційної економіки: Монографія / О. В. Раєвнева, І. В. Чанкіна. – Харків: ВД «ІНЖЕК», 2013. – 264 с.
5. Стратегічне управління / [В. Л. Дикань, В. О. Зубенко, О. В. Маковоз та ін.]. – Київ: Центр учбової літератури, 2013. – 272 с.

Макаревська О.Д.

студентка,

Національний університет харчових технологій

СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА СУБ'ЄКТА ЗЕД

В умовах сучасних тенденцій до глобалізації ринку українські виробники продукції постають перед проблемою виходу на зовнішні ринки збуту, виходячи з цього виникає необхідність стратегічного підходу до управління підприємством при виборі напрямку його розвитку.

Об'єктом управління конкурентоспроможністю підприємства на зовнішньому ринку є рівень міжнародної конкурентоспроможності, необхідний і достатній для забезпечення життєздатності підприємства як суб'єкта зовнішньої економічної діяльності [2].

Проблеми підвищення рівня конкурентоспроможності на зовнішньому ринку не є лише власною справою окремого підприємства, оскільки воно виступає як частина більш складної національної, територіальної й галузевої