

радикальні перетворення разом із усім суспільством. В умовах переходу до ринкових відносин найважливішим фактором успіху стає безупинне удосконалювання теорії і практики управління.

Управління на підприємстві – це процес формування довгострокової стратегії розвитку підприємства, пов'язаної з цілями та вимогами функціонування на ринку. Загальна стратегія розглядається як довгостроковий всебічно обґрунтований напрям розвитку підприємства, спрямований на закріплення його позицій на ринку, задоволення попиту споживачів та досягнення поставлених цілей [2].

Вибір правильної стратегії управління надає можливість забезпечувати оптимальне співвідношення між платоспроможністю та рентабельністю підприємства, покращити фінансовий стан що в результаті забезпечить підвищення інвестиційної привабливості підприємства та посилення конкурентних позицій на ринку. Застосування ефективних методів для прийняття управлінських рішень дозволить враховувати динамічність як зовнішнього, так і внутрішнього середовища та обмежити вплив негативних чинників на результати діяльності промислового підприємства. Таким чином, основна задача стратегічного управління промисловим підприємством полягає у забезпеченні розвитку підприємства. Сьогодні широко визнаною є необхідність свідомого управління змінами за допомогою науково обґрунтованих механізмів передбачення, регулювання, пристосування до мінливих зовнішніх умов функціонування підприємств. Це можливо досягнути використовуючи внутрішній потенціал та пристосовуючи його до мінливостей зовнішнього середовища, зробивши підприємство конкурентоспроможним та ефективно функціонуючим.

Таким чином можна зробити висновок, що ефективна діяльність в довгостроковій перспективі, забезпечення високих темпів розвитку та підвищення конкурентоспроможності в умовах переходу до ринкових відносин значною мірою визначається рівнем стратегічної політики, здатністю прогнозувати та приймати довгострокові рішення.

#### **Література:**

1. Концепція Загальнодержавної цільової економічної програми розвитку промисловості на період до 2020 року.[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/603-2013-%D1%80>
2. Ансофф И. Стратегическое управление // Пер. с англ. Науч. ред. и авт. предисл. Л.И. Евенко. – М.: Экономика, 1989. – 516 с.

## **СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ – ОСНОВА УСПЕШНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ В КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЕ**

А.В. Сулягина

*Одесский национальный политехнический университет*

В современных рыночных условиях стратегический менеджмент играет важнейшую роль в управлении хозяйственной деятельностью.

Никакая организация, будь-то небольшое предприятие или же мегакорпорация, не сможет успешно функционировать без четко обозначенных ориентиров. В этом и заключается актуальность стратегического менеджмента.

Ключ к успеху любого предприятия лежит в ответах на 3 главных вопроса:

1. Какова миссия и цель организации?
2. Каков существующий и будущий профиль бизнеса организации?
3. Что руководитель должен сделать, дабы обеспечить выполнение миссии и поставленных целей?

Стоит отметить, что определение миссии и цели является основополагающим принципом стратегического менеджмента. Миссия – смысл существования организации, определяет оригинальность ее существования, а цель является ответом на вопросы: для чего существует предприятие и чего хочет достичь.

При формировании миссии следует избегать следующих распространенных ошибок:

1. Наличия предложений, что весьма далеки от реального бизнеса организации и ее отношений с клиентами;

2. Наличия стандартных фраз, что не несут в себе конкретики по поводу занятий организации;

3. Направлений, которые никак не связаны с планами организации.

Миссия позволит объединить общий диапазон обязательств в распределении ресурсов с учетом локальных приоритетов, оценить действия отдельных факторов внешней и внутренней среды с точки зрения единой цели.

Цели в современных организациях устанавливаются на основе дерева целей.

Существует такая классическая группировка целей организации:

1. Общие экономические цели – определяют уровень прибыли, рентабельности;

2. Маркетинговые цели – определяют общий объем продаж, уровень цен, прирост объемов продаж;

3. Производственные цели – масштаб, качество, динамика производства;

4. Финансовые цели – определяют оптимальную структуру капитала, цену акций, прирост инвестиций;

5. Научно-технические цели – определяют технологический уровень, разработку новой продукции и технологий, получение патентов;

6. Кадровые цели – определяют оптимальный уровень числа и структуры персонала, уровень его квалификации, системы его отбора, уровень производственного труда;

7. Организационно-управленческие цели – внедрение эффективных технологий управления.

Таким образом, стратегический менеджмент - это процесс становления долгосрочного направления организации, определение специфических целей, разработки стратегии для их достижения с учетом внешних и внутренних обстоятельств, а также средств выполнения выбранного плана действий.[1,с.15]

Центральное место в теории стратегического управления занимает понятие стратегия.

Стратегия - это некий набор решений, которые направляют и формируют последующие действия предприятия, которые оказывают самое большое влияние на достижение стратегических целей. Стратегия определяется несколькими элементами или направлениями, которые применимы к любому бизнесу:[2,с.86]

- товарный рынок, на котором будет конкурировать бизнес;

- уровень инвестиций;

- функциональные стратегии, необходимые для конкуренции на выбранном рынке.

Успешный выбор стратегии, ее выполнение поведет за собой успех предприятия на рынке. Все, что требуется сделать – это создать нужные условия для ее успешной реализации путем стратегических изменений в организации с максимальным использованием всего персонала.

Естественно, это потребует немало терпения и времени, чтобы усилия менеджеров привели к позитивным результатам. Тем не менее, следует помнить, что именно на плечи менеджера ложится ответственность за подготовку стратегии компании к непредвиденно жестким условиям путем предусмотренного стратегического планирования – пожалуй, наиболее важной части стратегического управления.[3]

Предприятия без ясной и эффективной стратегии развития – это не бизнес, а набор активов, отягощенных обязательствами. Для того, чтобы не только выжить, но и усилить свои конкурентные позиции на рынке, необходимо заниматься стратегическим планированием на профессиональном уровне.[3]

#### Литература:

1. Литвак Б.Г. Стратегический менеджмент: Учебник для бакалавров / Б.Г. Литвак. - М.: Юрайт, 2013. - с.15.
2. Сульповар Л.Б. Управление формированием стратегии развития предприятия. // Сервис plus. - 2012. - № 2. - С. 86.
3. Концепция стратегического менеджмента в современных условиях [*Электронный ресурс*] – Режим доступа: <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=537515>