

підприємства, орієнтованого на вартість, оскільки забезпечує зростання майбутніх економічних результатів підприємства. На сьогодні сильні бренди стають необхідною умовою досягнення стійкого і тривалого ділового успіху компанії шляхом надання можливості призначати більшу ціну без зміни обсягу продажу; забезпечення більш стабільного попиту; створення бар'єрів вступу на ринок нових конкурентів.

Використані джерела

1. Гуля Ю.В. Методичні засади структурно-логічної моделі управління брендингом птахових підприємств / Ю.В. Гуля, В.М. Циганок // Інноваційна економіка. – 2016. – № 5-6 [63] – С. 157-165.
2. Шульгіна Л.М. Брендинг: теорія та практика (на прикладі об'єктів комерційної нерухомості): монографія / Л.М. Шульгіна, М.В. Лео. – Київ-Тернопіль: Астон, 2011. – 266 с.
3. Какодей А.О. Формування бренду в сучасних умовах товарного ринку / А.О. Какодей // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». – 2017. – № 1 (23), Т.2. – С. 76-79.
4. Ільницька А.С. Брендинг як сучасний маркетинговий інструмент досягнення підприємством конкурентних переваг / А.С. Ільницька // Вісник ХНУ. – 2013. – № 3. – С. 199-202.

Кватюра Ірина

(науковий керівник: к.е.н, доцент кафедри економіки підприємств і корпорацій Берницька Д.І)

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Основними проблемами сучасності є високий ступінь невизначеності, глобалізація, жорстка конкуренція, які потребують обґрунтованої стратегії розвитку підприємства та створення умов для її реалізації. Основними завданнями стратегічного управління є аналіз зовнішнього середовища та потенціалу підприємства, визначення місії та цілей підприємства, формування стратегічного плану, організація та контроль. Ефективне вирішення цих завдань передбачає освоєння теоретико-методологічних основ стратегічного управління підприємством та оволодіння специфічним методичним інструментарієм довгострокового прогнозування, планування і аналізу в умовах невизначеності та ризику.

Стратегічне управління – це управління, яке гнучко та оперативно реагує на зміни в конкурентному середовищі, орієнтує виробництво на ці зміни та на зміни потреб споживачів, що в цілому дозволяє підприємству вижити та досягти поставлених цілей [3].

На даний час існують складні умови господарювання, зокрема, це – зміни в технологіях, вимоги споживачів, що вимагають від управлінців нових знань, умінь та навичок які б відповідали вимогам сучасності. Менеджерам необхідно здійснювати аналіз зовнішнього середовища, щоб визначити можливості та

загрози, сильні та слабкі сторони діяльності свого підприємства та передбачити, які зміни принесуть успіх. Для цього необхідно застосовувати стратегічне управління, як одного з найефективніших і найпрогресивніших засобів управління організацією, розвитком ринкових відносин та зростаючою конкуренцією на будь-якому ринку.

Проблеми стратегічного управління пов'язані з усвідомленням того, що для отримання бажаного результату потрібно одночасно вирішувати як поточні, так і стратегічні завдання. Керівництво інколи настільки зайняте поточними проблемами, що не має змоги займатись довгостроковим плануванням діяльності підприємства. Причинами також є складність і швидка зміна ринкових процесів, зокрема, збільшення розмірів підприємств, ускладнення форм їх діяльності, нестійкість зовнішнього середовища тощо. Основною проблемою стратегічного управління вітчизняних підприємств є те, що вони прагнуть наростити прибутки на основі завоювання нових ринків збуту, забуваючи про антикризове управління в умовах нестабільності економіки. Причини і мотиви кризових явищ на вітчизняних підприємствах стосуються в основному таких напрямів:

- фінансування (занадто висока частка позичкового капіталу);
- постачання (втрата постачальників);
- виробництва (застарілі технології);
- наукових розробок і конструювання (відсутність власних патентів);
- керування (негнучкий менеджмент);
- організації (негнучка ієрархічна структура);
- персоналу (висока плинність, недостатня мобільність).

Тому, щоб не виникало таких проблем, формування стратегії розвитку підприємства має охоплювати такі основні складові:

1) усвідомлення місії підприємства. Оцінка загального періоду формування стратегії, головною умовою якого є передбачуваність розвитку економіки, в цілому, та кон'юнктури споживчого ринку, в тому числі;

2) визначення стану зовнішнього середовища та ступеня його впливу на діяльність підприємства. Формування ефективних форм взаємодії підприємства із зовнішнім середовищем та формування взаємозв'язків у його внутрішньому середовищі;

3) вибір конкретної стратегічної моделі розвитку підприємства з урахуванням стадії його життєвого циклу;

4) формування системи стратегічних цілей підприємства з врахуванням визначеної стратегічної моделі розвитку підприємства;

5) конкретизація цільових показників стратегічного управління розвитком підприємства по періодах реалізації та формулювання політики стратегічного управління за найбільш важливими напрямками діяльності підприємства;

6) прогнозування сценаріїв розвитку ринків функціонування

підприємства з урахуванням чинників зовнішнього середовища, розроблення альтернативних стратегій розвитку підприємства та сценаріїв їх реалізації;

7) розробка найбільш ефективних шляхів реалізації стратегічних цілей і політики стратегічного управління розвитком підприємства;

8) оцінка розробленої стратегії розвитку підприємства, моніторинг ходу реалізації стратегії та коригування стратегії розвитку в умовах мінливого середовища [2].

Недоліками стратегічного управління є:

- надвитрати часу для розробки стратегічних планів, що проявляється в запізненні реакцій на зміни в середовищі;
- розрив між стратегічною та поточною діяльністю, сподівання, що наявність стратегії вже забезпечує її здійснення;
- завищення очікувань, розробка нереалістичних планів, які не враховують специфіки об'єкта планування та можливостей (у тому числі – швидкості) здійснення змін [1].

Отже, при стратегічному управлінні на вітчизняних підприємствах необхідно:

- переконатись, що керівник дійсно прагне і готовий займатись стратегічним управлінням;
- створити на підприємстві відділ стратегічного розвитку;
- дотримуватись основних принципів розробки ефективних стратегій, а саме впроваджувати таку стратегію дій, що покращила б конкурентну позицію підприємства;
- усвідомити, що чітка стратегія забезпечить гарну репутацію на ринку, оскільки часта зміна стратегій дасть лише незначні результати;
- об'єктивно оцінювати конкурентів та їх дії, та інші.

Використані джерела

1. Василенко В.А. Стратегічне управління: [навчальний посібник] / В.А. Василенко, Т.І. Ткаченко – К. : ЦУЛ, 2003. – 396 с.
2. Пастухова В.В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність : [монографія] / В.В. Пастухова. – К. : КНТЕУ, 2002. – 302 с.
3. Василенко В. О. Стратегічне управління підприємством: навч. посібник / В. О. Василенко, Т. І. Ткаченко. – 2-ге вид., виправл. і доп.; за ред. В. О. Василенка. – К.: Цент навч. д-ри, 2004. – 400 с.