

Таким чином, модель соціально-психологічної підготовки керівників до професійної діяльності в умовах трансформацій, відображає поступове становлення та розвиток психологічної грамотності, психологічної компетентності, психологічної культури управлінців щодо: впровадження інноваційних змін в освітніх організаціях; забезпечення їхньої конкурентоздатності; впровадження гендерного підходу в діяльність освітніх організацій; формування позитивного іміджу; вдосконалення когнітивного стилю особистості управлінців; їхньої особистісної саморегуляції в умовах впровадження змін в освітніх організаціях. Разом з тим, реалізація моделі соціально-психологічної підготовки в освітню практику можлива за умови врахування специфічних особливостей керівників як дорослих суб'єктів навчання, які мають: ґрунтовні професійні знання, що більш-менш упорядковані на етапі попереднього навчання; □ власний управлінський досвід, що може не збігатися з пропонованими теоретичними знаннями; □ високий рівень тривожності, комплекс «загрози авторитету», ознаки «емоційного вигорання» тощо.

Використані джерела

1. Карамушка Л. М., Москальов М.В. Психологія підготовки майбутніх менеджерів до управління змінами в організації : монографія. К. ; Львів : Сподом, 2011. 216 с.
2. Орбан-Лембрик Л. Е. Психологія управління. К. : Академвидав, 2010. 544 с.

Баторик Олег

(науковий керівник: к.е.н., доценткафедри менеджменту,
публічного управління та персоналу ЗУНУ Смачило І.І.)

СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПЕРСПЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ: ПОНЯТТЯ ТА СУТНІСТЬ

У сучасних умовах господарювання, коли відбуваються стрімкі зміни в економіці, зростає конкуренція, важливою умовою ефективного управління сучасним підприємством, є насамперед

уміння завчасно передбачити результати прийняття рішень, тобто синтезувати тісний зв'язок минулої, сучасної та майбутньої діяльності підприємства. У господарській практиці і в наукових дослідженнях вітчизняних учених-економістів дедалі більше уваги приділяється розвитку господарських структур, засобам та механізмам, за допомогою яких досягається успіх. З огляду на це на перше місце виходять проблеми управління підприємством, зокрема розроблення його стратегій.

На сучасному етапі економічного розвитку більшість менеджерів усвідомлює необхідність управління діяльністю підприємства на перспективу. Ефективним інструментом перспективного управління діяльністю підприємства в теперішніх умовах істотних змін макроекономічних показників, системи державного регулювання ринкових процесів, кон'юнктури ринку та пов'язаної із цим невизначеності і виступає стратегія підприємства [1].

Розглядаючи ці питання, необхідно сформулювати чітке визначення суті, основних понять стратегії підприємства та її складових, проаналізувати методіку її розроблення, при цьому окреслити недоліки, установити економічну природу, принципи, компоненти стратегії та рівні її реалізації.

На жаль, багато українських підприємств в реаліях сьогодення занадто зосереджені на можливостях для виживання. Керівники підприємств, які ефективно функціонують на сучасному ринку, усвідомлюють необхідність стратегічного управління діяльністю на основі наукової методології передбачення напрямів розвитку підприємства, форм та адаптації до постійних змін зовнішнього і внутрішнього середовища. Тому розроблення стратегій підприємства є актуальним і важливим завданням вітчизняних підприємств, що дає їм змогу сформулювати концепцію розвитку та визначити перспективні напрями і шляхи їх вирішення.

Цю проблему, на наш погляд, логічно розглядати у такій послідовності: суть, основні поняття стратегії – складові стратегії підприємства – розроблення стратегії підприємства.

Головною умовою успішного та конкурентоспроможного підприємства є проведення постійного моніторингу його стратегії, коригування цієї стратегії з метою пристосування до нових умов. Важко уявити успішно працююче підприємство, що керується незмінною стратегією. Тому процес розроблення стратегії підприємства повинен мати перманентний характер.

Слово стратегія (від грецьк. *стратегос* – генерал, полководець) використовували ще з античних часів у військовому мистецтві на означення плану перемоги над супротивником за допомогою ефективного використання наявних ресурсів. Отже, поняття “стратегія” було відоме протягом сотень років. Сучасне поняття стратегії стосовно бізнесу з'явилося в середині ХХ сторіччя. Стратегію розглядали як комплекс дій компанії, сформованих відповідно до характеру визначеної ситуації [3], проте перші ґрунтовні дослідження поняття стратегії підприємства відносять ще до кінця 40-х – початку 50-х років ХХ сторіччя.

Значний внесок у вивчення цього поняття зробили такі вчені, як Рассел. Л. Акофф, І. Ансофф, П. Друкер, Б. Карлоф, В. Кінг, Д. Клиланд, Г. Клейнер, Дж. Ламбен, М. Портер, Д. Таргет, І. О. Бланк, В. О. Вінокуров, О. П. Градов, В. Краснова, Б. Г. Литвак, В. Д. Нємцов, А. В. Войчак, В. Г. Герасимчук, Г. І. Кіндрацька, А. О. Старостіна, З. Є. Шершньова та ряд інших.

Еволюція поняття стратегії почалася з праць таких відомих учених як Альфред Д. Чендлер, І. Ансофф та інших, які заклали основи стратегічного планування, пояснивши необхідність співвідносити можливості діяльності підприємства з ресурсами та проілюструвавши користь стратегічних планів [2].

Аналіз економічної літератури щодо визначення поняття стратегії показує, що не існує єдиного підходу з цього приводу. У всіх наявних визначеннях дослідники акцентують увагу на різних аспектах і особливостях цієї категорії. Незважаючи на розбіжності щодо визначення цього поняття, всі концепції об'єднуються в одній спільній меті – підприємству необхідно постійно оптимізувати свою

діяльність в однакових умовах конкурентного середовища всіх учасників ринку.

На основі аналізу існуючих визначень поняття стратегії, пропонуємо авторське бачення самого визначення стратегії розвитку підприємства, яке розкрито з погляду динамічного процесу, що орієнтує діяльність підприємства на досягнення головної цілі та реалізації його місії, на основі ефективного поєднання ресурсів підприємства та вимог і можливостей конкурентного середовища. Запропоноване розуміння цього поняття передбачає коригування визначеної стратегії розвитку під впливом змінних умов ринкового середовища, що дозволить підтримувати високий рівень конкурентоспроможності підприємства.

Слід відзначити, що, стратегія підприємства та її складові повинні розроблятися на основі наявного досвіду, а також планів, які сформовані менеджерами для здійснення принципово нових і сміливих кроків. Обставини постійно змінюються: відкриття у галузі технології, нова державна політика, забезпечення конкурентами ринку новим товаром, розширення інтересів покупців тощо. Завжди існує деяка невпевненість у майбутньому і заздалегідь не можливо передбачити всі стратегічні дії та постійно слідувати в наміченому напрямі, не вносячи коректив. Через це стратегія підприємства з часом зазнає певних змін.

Використані джерела

1. Здреник В. С. Особливості управління інвестиційної стратегії підприємства. *Регіональна бізнес-економіка та управління*. 2016. № 1 (49). С. 17.
2. Chandler A. D. *Scale and Scope: The Dynamics of Industrial Capitalism*. Belknap, Harvard University Press: Cambridge, MA. 2008. 250 p.
3. Porter M.E. *Competitive Advantage*. New York. 1980. 396 p.