

МЕТОДИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ КРИЗИ*Запорізька державна інженерна академія, кафедра МОУП*

Системні структурні кризи, від яких потерпають як окремі підприємства, так і цілі галузі та сектори економіки, змушують розробляти та застосовувати особливі управлінські підходи, які б змогли забезпечити своєчасне реагування на кризові процеси та забезпечити стабільність функціонування підприємств. З цих позицій важливим завданням для сучасних менеджерів є вчасне виявлення та визначення специфіки виникнення кризових процесів на підприємстві в сучасних умовах господарювання, що, в свою чергу, дасть змогу прорахувати можливі способи подолання кризових процесів і явищ [1, с.120].

Розвитку теоретико-методологічних та практичних засад стратегічного управління та антикризової господарської діяльності підприємства у нестабільному зовнішньому середовищі присвячені праці таких провідних зарубіжних та вітчизняних дослідників, як Р. Акофф, А.П. Градов, А.Г. Грязнова, Д. Кліланд, Т. Коно, Ж. Ж. Ламбен, Д. Хан, В. Чандлер, М. Портер, К.Ендрюс, В.С. Найдѐнов, М.М. Мартиненко Є.А. Більтюков, А.Д.Діброва, В.Д.Маркова, С.В. Оборська, О.О.Терещенко, З.Є. Шершньова та ін. Для виживання і успішного розвитку підприємства повинні постійно адаптувати свої маркетингову стратегію і тактику до умов змін середовища функціонування. Надійним інструментом вибору оптимальної маркетингової стратегії є swot-аналіз як досить простий і апробований спосіб оцінки, що дозволяє дослідити різні аспекти зовнішнього і внутрішнього середовища з метою виявлення і структуризації сильних і слабких сторін компанії, встановлення потенційних можливостей і нівеляції погроз, для визначення напрямів розвитку бізнесу. За результатами swot-аналізу можна оцінити, чи володіє підприємство надійними здібностями і необхідною ресурсною базою для реалізації наданих сприятливих можливостей і протистояння погрозам зовнішнього оточення, які внутрішні недоліки вимагають швидкого усунення. Будучи фактично дзеркальним відображенням полягання справ в компанії, swot-аналіз допомагає визначити стратегічні напрями подальшого розвитку, який виконується на етапі стратегічного аналізу що і становить основу стратегічного планування. Стратегічне планування – система управління підприємством, заснована на механізмі узгодження поточних рішень – тактичних і оперативних – із стратегічними, а також механізмом коректування і контролю за реалізацією стратегії.

Головна мета проведення стратегічного планування на підприємстві полягає в тому, щоб зібрати і провести аналіз інформації про кінцеві або проміжні результати, визначити зміни, що сталися, і сучасне перебування на підприємстві, оцінити вигоди і витрати, встановити області майбутнього вдосконалення і розвитку діяльності підприємства. Виходячи з вище названого можна зробити висновки ретельний swot-аналіз, здійснюваний на постійній основі з певною періодичністю, дозволяє підприємству вибирати оптимальну дорогу свого розвитку, уникаючи загрози (небезпеки), максимально ефективно використовуючи наявні в його розпорядженні ресурси, використовуючи надані ринком сприятливі можливості. Світова практика показує, що стратегічне планування в умовах кризи передбачає планування ще задовго до кризових ситуацій на підприємстві.

Література:

1. Комеліна О.В., Чайкіна А.О. Сутність і причини виникнення кризових процесів на підприємстві в сучасних умовах господарювання / О.В. Комеліна, А.О. Чайкіна // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – № 1 (52). – 2012. – с. 120 – 124.