

**Електронний додаток до матеріалів
Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції**

**«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ІННОВАЦІЇ:
ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ»**

присвячена видатному вченому-економісту О. Г. Ліберману

Тези доповідей

14 листопада 2019 року
м. Харків, Україна

Харків
2019

УДК 339.9

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Стрюков Олександр Володимирович, студент
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця,
e-mail: stryukov.aleks@gmail.com

В сучасних умовах стратегічне управління є найважливішим чинником успішної діяльності підприємства на міжнародних ринках. Це зумовлено кількома вимогами сучасного бізнес середовища.

По-перше, кожна фірма повинна бути готовою до постійних змін у зовнішньому середовищі. Дуже частим трендом керівників є планування діяльності підприємства на роки вперед, що є помилковим, адже така стратегія базується на даних сьогодення і не передбачає якісні зміни у зовнішньому середовищі. Стратегічне управління фокусується на тому, що підприємство має робити сьогодні, задля досягнення поставлених цілей у майбутньому.

По-друге, кожна фірма має, перш за все, керуватись вимогами ринку: попитом, конкуренцією тощо, а не своїми внутрішніми можливостями. Коли підприємство ставить цілі виходячи лише із власних виробничих потужностей, нехтуючи при цьому зовнішніми факторами, є висока вірогідність зазнати невдачі. Такий підхід також не має відношення до стратегічного управління.

В Україні керівники підприємств приділяють недостатньо уваги стратегічному управлінню. Підприємці, перш за все, націлені на отримання прибутку у короткостроковому періоді і вважають за потрібне здійснювати лише оперативне управління. Це може бути зумовлено тим, що бізнес-середовище нашої країни є молодим, воно почало формуватися недавно, тому багато підприємців, починаючи свою справу, не мають ні достатньої теоретичної бази, ні прикладів інших керівників. По суті поняття «стратегічне управління» є досі невідомим для значного кола українських бізнесменів. Для використання стратегічного управління в сучасних

умовах слід спочатку зрозуміти суть поняття, а також цілі стратегічного управління.

Стратегія – це довгостроковий план розвитку підприємства, або спосіб досягнення цілей, які визначає для себе фірма виходячи із власної політики [4, с. 206].

Для розробки стратегії кожне підприємство має визначити такі елементи своєї діяльності, як: місія, конкурентні переваги, особливості організації бізнесу, ринки збуту, продукт, ресурси, структура; виробнича програма, організаційна культура.

За М. Портером, стратегія – це формування унікальної й конкурентної позиції, що передбачає певний обсяг видів діяльності. Якби була тільки одна ідеальна позиція, не було б ніякої потреби в стратегії [5, с. 27]. Г. Мінцберг виділяє п'ять визначень стратегії:

- 1) Стратегія – це план, система послідовних дій;
- 2) Стратегія – це визначення положення підприємства в зовнішньому середовищі щодо своїх головних конкурентів;
- 3) Стратегія це «спритний прийом»;
- 4) Стратегія – це принцип поведінки;
- 5) Стратегія – це перспектива [3, с. 17].

Стратегічне управління – багатоплановий процес, який допомагає створювати та реалізовувати ефективні стратегії, що сприяють покращенню взаємодії між кожною частиною організації та зовнішнім середовищем, а також досягненню встановлених цілей [1, с. 544].

Мета стратегічного управління – це визначення цілей та стратегій підприємства, формування і своєчасне виконання системи планів як інструментів реалізації стратегічних цілей з удосконалення діяльності підприємства та його окремих частин, що є, перш за все, необхідним задля його успішного існування в довгостроковій перспективі та підтримання конкурентності на міжнародних ринках [2, с. 174].

Стратегічне управління базується на таких умовах:

1. Усвідомлення чітких цілей підприємства – що саме бажано досягти в майбутньому;

2. Основні чинники діяльності підприємств знаходяться зовні, а не всередині;
3. Підприємство повинно своєчасно реагувати на проблеми та зміни зовнішнього середовища, сформулювати механізми їх вирішення;
4. Реакція на загрози повинна здійснюватися до того, як вони виникли;
5. Управління повинно мінімізувати втрати, якщо уникнути їх неможливо;
6. Потенціал підприємства повинен бути узгоджений під стратегічні задачі;
7. Поточне управління є лише частиною стратегічного управління і має здійснюватися у межах існуючої стратегії.

Визначаючи бажані і можливі орієнтири своєї майбутньої діяльності на зовнішніх ринках, фірма зменшує ризики негативного впливу зовнішніх факторів, а також формує інструментарій подолання проблем і загроз.

Багато фірм в Україні ведуть свою діяльність без чітко сформованої стратегії. На їх думку, ситуація на ринку не впливає на розвиток бізнесу, або ж швидкі зміни факторів зовнішнього середовища неможливо передбачити, тому планування не принесе ніякої користі.

Задля ефективного впровадження систем стратегічного управління в Україні необхідна, перш за все, мотивація підприємців, а також правильна постановка цілей. Цього можна досягти у найближчому майбутньому, адже Україна поступово робить кроки інтеграції з ЄС, що є дуже конкурентним бізнес-середовищем. Вихід на нові ринки збуту може стимулювати українських керівників відійти від звички спиратися лише на оперативне управління і більше уваги приділяти стратегічному управлінню, а також переймати досвід західних конкурентів.

Таким чином, можна сказати, що використання стратегічного управління дозволяє максимально використовувати економічні,

організаційні, технічні можливості, своєчасно координувати роботу з розробки бізнес-планів розвитку підприємства. В сучасних умовах в Україні впровадження стратегічного управління є неминучим процесом задля нормального функціонування і конкурентоспроможності наших підприємств на світових ринках.

Література

1. Аакер А. Д. Стратегическое рыночное управление. Бизнес-стратегии для успешного менеджмента. СПб. : Питер, 2002. 544 с.
2. Блонська В. І., Шморгун І. В. Вдосконалення конкурентоспроможності та підвищення ефективності діяльності підприємства внаслідок ефективного управління. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2010. Вип. 20.6. С. 174–180.
3. Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Дж. Школы стратегий. СПб. : Питер, 2000. С. 16–20.
4. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : підручник. Київ : КНЕУ, 2004. 699 с.
5. Портер М. Е. Конкуренция. М. : Вильямс, 2001. 495 с.
6. Гарафонова О. І. Конкурентна стратегія: сутність та особливості формування на підприємствах легкої промисловості. *Соціально-економічний розвиток регіонів в контексті міжнародної інтеграції*. 2015. № 18 (7). С. 16–20.
7. Денисенко М. П., Михайлова Л. І., Грищенко І. М. Інвестиційно-інноваційна діяльність: теорія, практика, досвід : монографія. Суми : ВТД Університет. кн., 2008. С. 452–467.
8. Ігнат'єва І. А. Стратегічний менеджмент : підручник. Київ : Каравела, 2008. 480 с.
9. Кашуба Я. М. Вибір методів та підходів стратегічного управління розвитком підприємництва. *Економіка та держава*. 2011. № 9. С. 16–17.
10. Пузирьова В. П. Матриця ключових стратегій в управлінні фінансовим потенціалом промислових підприємств. *Актуальні проблеми економіки*. 2010. № 6. С. 151–156.

