

4. Шумович А. В. Великолепные Мероприятия: Технологии И Практика Event Management / А. В. Шумович. – 3-е изд. – М.: Манн, Иванов И Фербер, 2008. – 336с.

Онопрієнко Олександр,

к.е.н., доцент кафедри менеджменту

зовнішньоекономічної підприємств

onopriyenkoo@ukr.net

Боровик Ірина,

студентка 2 курсу

факультету економіки та бізнес-адміністрування,

irinka.borovik.2001@gmail.com

Онопрієнко Дмитро,

фахівець інституту новітніх технологій та лідерства,

onopriyenkodima@ukr.net

Національний авіаційний університет

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ

Ключові слова: стратегічне управління, розвиток, стратегія розвитку підприємства.

Анотація. Визначено сучасний стан, проблеми та умови розвитку стратегічного менеджменту на підприємствах України.

В умовах глобальної ринкової економіки без стратегічного управління неможливе ефективне функціонування та розвиток будь-якого підприємства. Сучасний світ перейшов на етап формування інтелектуального суспільства, яке базується на економіці знань, тому теорія та практика стратегічного менеджменту виходить на якісно новий рівень свого розвитку.

Сучасний менеджмент характеризується прийняттям управлінських рішень в умовах агресивного зовнішнього середовища. Відповідно успішна діяльність підприємств в умовах конкуренції все більш залежить від стратегічних рішень керівництва.

Сьогодні суб'єктам економічної діяльності необхідні такі стратегії розвитку, які б дозволили підтримувати стійкі конкурентні переваги у довгостроковому періоді. Це висуває нові, у тому числі нетрадиційні, вимоги до якостей управлінців усіх рівнів, націлює на формування особистості з креативним типом мислення, ініціативою, самостійністю й оригінальністю у прийнятті рішень.

У той же час, у господарській практиці України механізм стратегічного менеджменту знаходиться на стадії становлення. Характерною рисою сучасного стану стратегічного управління є те, що на більшості підприємств відсутнє стратегічне бачення їх розвитку [1].

Причинами такого стану до цього часу, на наш погляд, залишаються:

- рудименти старих підходів до управління підприємствами, що лишились ще з часів командної економіки;

- нестабільність податкової системи та неефективність податкового адміністрування;

- недостатній розвиток фінансового ринку. За оцінкою Всесвітнього економічного форуму за цим показником Україна посідає 114 місце з 148 країн. Особливе занепокоєння викликає 142 місце у показнику надійності банків[2].

- корупція на всіх рівнях управління;

- споживацько-агресивне відношення усіх правоохоронних і контролюючих органів до бізнесу;

- відсутність правосудного судочинства, що має наслідком низький рівень захисту прав власності;

- неприйнятно великий ступінь невизначеності зовнішнього середовища;

- агресія з боку Російської федерації, що призводить до довготривалої нестабільності, суттєво підвищує ризик інвестування;

- низький рівень ефективності законодавства з питань корпоративного управління, що обумовлює блокування діяльності підприємств, можливість викривлення відомостей про акціонерів, розмивання капіталу внаслідок додаткових емісій акцій, блокування проведення зборів акціонерів тощо;

несприятливий, у цілому, інвестиційний клімат, що є наслідком хронічного затягування проведення давно назрілих реформ, які в країнах Балтії і Східної Європи були здійснені ще 15-20 років тому назад.

Ретроспективний аналіз свідчить що, в командній економіці при розробці своїх планів підприємство одержувало зверху директивні показники про номенклатуру та кількість виробленої продукції, постачальників і споживачів, ціни на свою продукцію, багато інших показників і нормативів, що автоматично закладалися в основу розробки планів. Сама планова робота зводилася до пошуку відносно ефективних шляхів виконання завдань. Але при повній відсутності конкуренції в умовах абсолютно прогнозованого зовнішнього середовища у підприємств не було:

- по-перше, мотивації підвищувати якість продукції й ефективність виробництва в цілому;
- по-друге, необхідності займатися стратегічним управлінням.

Сьогодні підприємство повинне саме визначати і прогнозувати параметри зовнішнього середовища, асортимент продукції і послуг, ціни постачальників, ринки збуту, а найголовніше – свої довгострокові цілі та шляхи їх досягнення. Цю частину планової роботи й охоплює розробка стратегічного плану. Як свідчать результати зарубіжних досліджень, через відсутність стратегії близько 50% нових компаній зникають у перші п'ять років свого існування чи, досягши певного рівня росту, припинили свій розвиток [3].

Швидкі зміни зовнішнього середовища, з одного боку, змушують керівництво вітчизняних підприємств впроваджувати нові підходи і методи управління, а, з іншого боку, в певній мірі стримують застосування стратегічного менеджменту в системі загального управління підприємствами.

Важливою передумовою розвитку стратегічного менеджменту в Україні є процес глобалізації бізнесу, що торкнувся і нашої країни. Глобальні фірми розглядають світ як єдине ціле, у якому стираються національні розбіжності й переваги, як наслідок відбувається стандартизація споживання. Продукція глобальних фірм (таких як Mars, Siemens, Sony, Procter&Gamble, L'Orealuv та безлічі інших) продається у всіх країнах світу і є важливим чинником конкуренції на національних ринках. Протистояти натискові товарів глобальних фірм можна тільки шляхом широкого застосування захисних і наступальних стратегій у конкурентному середовищі.

Основними умовами розвитку стратегічного менеджменту на підприємствах України, на нашу думку, сьогодні є:

- проведення ефективної грошово-кредитної політики з метою постійного забезпечення макроекономічної стабільності;

- формування сприятливого бізнес-середовища та інвестиційного клімату;
- забезпечення сталого економічного розвитку;
- реформування та забезпечення стабільності податкової системи;
- ліквідація тиску на бізнес з боку правоохоронної системи та контролюючих органів;
- забезпечення правочинного судочинства;
- широке застосування еталонних стратегій розвитку суб'єктами господарської діяльності, що дає можливість вибору альтернативних шляхів їх розвитку в залежності від стану і вектору змін у різних сегментах зовнішнього середовища, а саме в глобальній, регіональній, національній економіці, в галузі чи сфері діяльності підприємств тощо, а також від стадії життєвого циклу того чи іншого підприємства[4].

Висновки.

1. Для широкого застосування і розвитку **стратегічного менеджменту в господарській практиці в Україні необхідні відповідні умови, головними серед яких є стабільна й ефективна** грошово-кредитна політика, стабільне податкове законодавство, забезпечення правочинного судочинства та ліквідація тиску на бізнес.

2. Досягнення високої результативності та ефективності стратегічного менеджменту в конкретній організації (що залежить від того, в якій мірі його модель відповідає викликам зовнішнього середовища, а також від вміння управлінського персоналу моделювати ситуацію; вчасно виявляти причини необхідних змін; розробляти та втілювати стратегію в життя) є гарним стимулом (умовою) для його впровадження в інших організаціях.

3. Використання різних моделей стратегічного управління, як нової системи управління на вітчизняних підприємствах, дасть можливість не тільки комплексно планувати подальший їх розвиток, але й спрямовувати його на безумовне досягнення поставлених цілей. Як свідчить досвід, підприємства, які мають стратегію розвитку та запроваджують стратегічний менеджмент, суттєво підвищують свою конкурентоспроможність порівняно зі своїми конкурентами.

Список використаних джерел:

1. Тараненко С. М. Сучасний стан та перспективи розвитку стратегічного управління на українських промислових підприємствах / С. М. Тараненко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 2, Т. 2. – С. 182–186.
2. Онопрієнко О.Д. Фундаментальні проблеми сучасної української економіки та завдання її відновлення. – Економіка. Фінанси. Право. – 2017. – № 6/2. – С. 20-22.
3. Бабій І. В. Аналіз наукових поглядів у формуванні стратегічного управління підприємством / І. В. Бабій // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. - 2016. - № 1. - С. 7-9.
4. Назаренко І.М. Наукові концепції розвитку стратегічного менеджменту: сутність, призначення та перспективи. –Науковий вісник Ужгородського університету. – 2014.– №1. –С. 53-58.

Тізеш Павло,

аспірант кафедри економіки і підприємництва
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»
Tizash555@gmail.com

ФУНКЦІ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В СИСТЕМІ ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ В РЕГІОНІ

Анотація. Представлені функції інноваційного бізнесу: формування попиту на продукцію, що має інноваційну характеристику; виробництво інноваційного продукту, якій задовольняє вказаний вище попит; створення попиту на креативну робочу силу, здатну працювати в інноваційному економічному сегменті; створення в регіоні культури, яка просуває інноваційні цінності; будує попит на смарт-інвестиції; моделює суб'єктно-об'єктні відносини.

Ключові слова: інноваційне підприємництво, функції, обструкції.

Tizesh Pavlo,

PhD student of the Department of Economics and Entrepreneurship,