

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
МІНІСТЕРСТВО АГРАРНОЇ ПОЛІТИКИ ТА
ПРОДОВОЛЬСТВА УКРАЇНИ
НААНУ ННЦ ІНСТИТУТ АГРАРНОЇ ЕКОНОМІКИ
ІНСТИТУТ ПРОДОВОЛЬЧИХ РЕСУРСІВ НААНУ

ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ
ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Матеріали X (Ювілейної) Міжнародної
науково-практичної конференції, присвяченої 130-річчю НУХТ

23-24 травня 2014 р.

Тези доповідей

Київ НУХТ 2014

СТРАТЕГІЧНА КАРТА ЯК ІНСТРУМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

О.І. Відоменко, канд. екон. наук,

П.В. Кривобок

Національний університет харчових технологій

В процесі забезпечення економічної безпеки підприємств вирішальне значення відіграє стратегічне управління з метою адаптації підприємства до мінливого зовнішнього середовища, попередження та нейтралізації небажаних ризиків та загроз, досягнення економічних інтересів і довгострокового успіху. Однією з новітніх методологічних концепцій стратегічного управління підприємством, що безпосередньо пов'язана з упровадженням у практику його діяльності системи оціночних показників, є методологія розробки «стратегічних карт» розвитку підприємства.

В процесі дослідження використовувалися останні наукові здобутки вітчизняних та зарубіжних економістів Р. Каплана, Д. Нортона, П. Нівена, О.Ю. Литовченка, М.Г. Громака та ін.

В дослідженні було застосовано евристичні (творчий підхід до вирішення поставленої проблеми та припущення можливих їх варіантів) та статистичні (на основі статистичних даних державних та міжурядових організацій) методи.

У ринкових умовах господарювання забезпечення економічної безпеки підприємства у значній мірі залежить від швидкості реагування його управлінської та виробничої систем на зміни у зовнішньому мікро- та макросередовищі, а також від збалансованості та пропорційності розвитку цих систем. В той же час підприємству необхідно спрямовувати зусилля не лише на захист від внутрішніх і зовнішніх загроз, а й на використання можливостей щодо забезпечення реалізації власних стратегічних економічних інтересів. Під економічною безпекою суб'єкта господарювання розуміють характеристику суб'єкта господарювання, яка відображає його здатність реалізувати власні стратегічні економічні інтереси при певних зовнішніх умовах завдяки захисту від існуючих і потенційних загроз та використанню можливостей, що надає зовнішнє середовище.

Ефективна система економічної безпеки підприємства передбачає побудову всебічного та постійного моніторингу її складових (фінансової, кадрової, виробничої, інформаційної тощо). Це означає, що при створенні стратегії діяльності підприємства потрібно в однаковій мірі враховувати значення кожної складової економічної безпеки. Однак на практиці спостерігається це не завжди вдається. Немає двох однакових підприємств, які мали б однаковий підхід до створення стратегії. Для одних її основою є фінансовий план росту доходів і прибутків; для інших – виробництво продукції і послуг; для третіх – цільові клієнти; для четвертих – якість і орієнтація на бізнес-процес; а дехто буде свою стратегію на основі складової навчання і розвитку своїх співробітників. Така вузькість поглядів далі ускладнюється індивідуальним досвідом менеджерів кожного підрозділу. Тільки одиниці розглядають підприємство як одне ціле.

Дослідження експертів міжнародних консалтингових компаній, проведені більше 15 років тому, довели, що підприємства, які за основу брали збалансовану систему показників (ЗСП), на базі якої будуються стратегічні карти, досягли поставлених цілей швидко та ефективно. Вони застосували ЗСП для формулювання ідеї, а потім зв'язавши це з існуючими системами менеджменту і, відповідно, з самою стратегією.

Тобто, загальна стратегічна карта формувалася з простої ЗСП, яка мала чотири основні складові. Карта деталізувала систему показників, ілюструючи динаміку стратегічного розвитку і роблячи більш чіткий фокус на тих напрямках, які визначали ефективність саме системи економічної безпеки.

Під «стратегічною картою» розглядають документ, що дозволяє зафіксувати прийняту на підприємстві стратегію розвитку показників. За допомогою неї створюється зв'язок між формуванням стратегії і її втіленням. Призначенням таких карт є сприяння реалізації стратегії підприємства, що на більшості вітчизняних виробничих підприємствах має формальний характер.

Механізм використання стратегічних карт полягає у плануванні, організації та заохоченні персоналу на досягнення поставлених стратегічних цілей, а також контролі за виконання стратегічних заходів. Обов'язковим етапом є внесення коректив до структури і змісту таких карт відповідно до змін у зовнішньому середовищі діяльності підприємства, його стратегії тощо. Метою використання цих карт є здійснення впливу на працівників. Такі карти можуть бути створені на будь-якому рівні управління, і кожен рівень матиме можливість бачити своє місце на загальній стратегічній карті. Шаблон стратегічної карти являє собою певний контрольний список стратегічних компонентів і їх взаємодію. Якщо в ньому відсутній будь-який елемент, то стратегія, найімовірніше, приречена на провал.

Стратегічна карта заснована на кількох принципах, а саме:

- врівноваження протидіючих сил (конфлікт інтересів між інвестуванням у нематеріальні активи з метою довготермінового росту прибутків та скороченням витрат з метою досягнення швидких фінансових результатів);
- диференціація за цінностями пропозиції для споживачів. Задоволення клієнтів – це джерело стійкого створення вартості;
- збалансованість внутрішнього розвитку, оскільки первинна вартість суспільних благ створюється у внутрішньому бізнес-процесі.

Стратегічна карта об'єднує всі складові діяльності підприємства з метою збалансованого їх оцінювання та формування на її основі загальної системи економічної безпеки.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Каплан, Р.С. Стратегические карты. Трансформация нематериальных активов в материальные результаты : монография / Роберт С. Каплан Р., Дейвид П. Нортон. – М. : Олимп-Бизнес, 2005. – 512 с.

2. Маслиган, О.О. Розробка стратегічної карти фінансового потенціалу виробничого підприємства / О.О. Маслиган О.О. // Економічний простір. – 2008. – №18. – С.221-226.

3. Поканевич, Ю.В. Методологія та основні концепції розробки

«стратегічних карт» розвитку компанії / Ю.В. Поканевич // Торгівля і ринок України. – 2009. – Вип. 28, Т. 2. – С. 247-252.