

# МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Скопенко Н. С.,

д.е.н., професор кафедри економіки праці та менеджменту  
Національний університет харчових технологій

Бондарчук А. В.,

Національний університет харчових технологій

Грамотне та ефективне стратегічне планування є ключовим моментом у вирішенні проблеми підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств, особливо в умовах нестабільного кризового економічного середовища.

Теоретичним і методологічним аспектам стратегічного планування присвячено значна кількість наукових робіт. Внесок у становлення та розвиток цього розділу науки управління внесли Ф. Абрамов, Р. Акофф, І. Ансофф, Дж. Куїнн, К. Ендрюс, М. Портер, Г.Хемел, Г. Мінцберг, К. Хофер, Г. Штейнер, А. Томпсон й інші зарубіжні вчені. З українських дослідників слід відзначити О. Міщенко, В. Герасимчука, О. Раєвнева, С. Ільяшенко та інших.

Стратегічне планування розглядають як важливий засіб для досягнення бажаного стану підприємства у майбутньому, виходячи із наявних у даний час умов. Метою стратегічного планування прийнято вважати визначення послідовності виконання робіт щодо забезпечення ефективної діяльності та розвитку підприємства у довготривалій перспективі [1].

На жаль, завдяки стратегічному плануванню неможливо точно передбачити майбутнє. Проте саме планування допомагає отримати приблизний опис майбутнього сценарію, який носить ймовірний характер.

Недосконалий опис майбутнього набагато кращий, ніж його повна відсутність. Загалом стратегічне планування – це сукупність інтуїції та мистецтва вищого керівництва підприємства щодо постановки та досягнення стратегічних цілей, які спираються на розробки стратегічних планів і володіння конкретними методами планового аналізу.

Стратегічне планування – це динамічна сукупність взаємопов'язаних управлінських процесів – існує стійкий зворотній зв'язок і вплив кожного процесу один на одного [2].

Найважливішим етапом є визначення місії та постановка цілей. Чітко сформульована місія дозволяє визначити цілі, виражені у відповідних обраних показниках. При цьому зазвичай виділяють спільну мету (місію), і конкретні цілі більш низького рівня. Цілі розвитку підприємства виконують кілька функцій. Цілі формують ієрархію, котра схожа з системою планування. Кожен відділ підприємства повинен володіти в реальності метою розвитку, тому формулювання успішне тоді, коли досягається баланс між цілями всієї організації і цілями окремих структурних підрозділів. На основі цілей і з урахуванням результатів стратегічного аналізу приймаються рішення про основні напрямки діяльності підприємства.

Подальший крок проведення стратегічного планування – здійснення аналізу зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства. Аналіз середовища можна вважати одним з головних процесів стратегічного планування, так як він забезпечує базу для виявлення місії і цілей, вироблення стратегії поведінки, що дозволяє організації здійснити свою місію і досягти своїх цілей і завдань. Аналіз зовнішнього середовища допомагає відслідковувати зовнішні чинники, а також підлаштовуватися під зміни зовнішнього середовища. Для успішного планування керівництво повинно мати повну інформацію не тільки щодо існуючих зовнішніх проблем, а й про внутрішні потенційні можливості і недоліки організації. Аналіз внутрішнього середовища дозволяє більш вірно сформулювати місію, визначити зміст і напрямки діяльності.

Етап реалізації стратегії не менш важливий, ніж етап її формування в рамках стратегічного планування. Реалізація стратегії передбачає, що підприємство встановлює цілі, мотивує своїх працівників і розподіляє ресурси таким чином, щоб була досягнута стратегічна мета. При цьому формується, розвивається і підтримується корпоративна культура, що сприяє реалізації стратегії. Одночасно створюється організаційна структура управління, проводяться маркетингові дослідження, підраховуються бюджети, поліпшується інформаційна система, а також встановлюється система оплати праці. Співробітники мобілізуються для того, щоб реалізувати обрану стратегію, що передбачає дисципліну і відповідальність.

Оцінка і контроль стратегії є основним завершальним процесом в стратегічному плануванні. Даний процес забезпечує зворотний зв'язок між процесом досягнення цілей і самими цілями. Основне завдання даного контролю – визначити, чи призводить обрана стратегія до досягнення цілей організації, тому коригування за результатами стратегічного контролю стосується як стратегії, так і цілей організації.

Таким чином, стратегічне планування – це постійно повторюваний замкнений цикл, який безперервно реалізується в організації. Оцінка діяльності організації та аналіз зовнішнього середовища одночасно є і початком, і кінцем цього циклу. У той же час основні напрямки діяльності, план конкурентної боротьби, створення переваг, коригування корпоративної культури, формування організаційної структури, яка відповідає зміненим стратегічним орієнтирам, – все це піддається змінам в залежності від ступеня мінливості зовнішнього середовища, в якому діє підприємство.

#### **Література:**

1. Костецька Н.І. Стратегічне планування діяльності підприємств: теоретичні аспекти. Інноваційна економіка. 2020. № 7-8(85). С. 65–71.
2. Сумець О. М. Стратегічний менеджмент: підручник. Харків : ХНУВС, 2021. 208 с.