

23. ФУНКЦІОНАЛЬНІ СТРАТЕГІЇ В ЗАГАЛЬНООРГАНІЗАЦІЙНОМУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

М.С. Мозоленко

Національний університет харчових технологій

Функціональні стратегії – це забезпечуючі стратегії, що визначають стратегічну орієнтацію функціональних напрямків – підсистем управління підприємством (маркетингу, виробництва, фінансів, науково-дослідного сектору, управління персоналом, екологічної і соціальної сфер) і забезпечують досягнення їх цілей, а також керованість процесом виконання корпоративної та конкурентної стратегій, приймаючи при цьому відчутну участь у розробці і коригуванні останніх.

Тобто, функціональні стратегії мають узгоджуватись і працювати на корпоративну та конкурентну стратегії. У свою чергу корпоративна і конкурентна стратегії повинні спиратися на функціональні, без врахування аналітичних даних і можливостей яких, розробити повноцінну і, головне, придатну для реалізації загальну чи бізнесову стратегію неможливо. Відповідальність за розробку функціональних стратегій лежить на керівниках і головних спеціалістах відповідних функціональних служб.

Функціональна стратегія є більш вузькою порівняно з діловою стратегією, але її роль полягає в конкретизації окремих деталей у корпоративній і діловій стратегії й у створенні управлінських орієнтирів для досягнення функціональних цілей фірми.

Метою функціональних стратегій є створення високоефективного функціонального потенціалу підприємства, який забезпечуватиме керованість стратегічних змін, що зумовлюється цілісністю та збалансованістю їхнього змісту та механізмів здійснення у системі управління

Призначенням функціональних стратегій є забезпечення розробки і досягнення довгострокових цілей кожною функціональною службою в руслі корпоративної і конкурентної стратегій підприємства, будучи при цьому:

а) одним із елементів системи формування корпоративної і конкурентної стратегій;

б) суб'єктами реалізації цих основних декомпонованих стратегій підприємства.

Важливо звернути увагу, що функціональні стратегії розробляються з урахуванням наступних загальних чинників:

- змісту діяльності підприємства;
- взаємозв'язку змісту та напрямку впливу конкретної служби на досягнення місії та конкретних цілей підприємства в цілому;
- характеру впливу виконання робіт кожною службою на розвиток чи занепад підприємства в цілому;
- меж функціональних служб та сфер інтересів, що перехрещуються;
- сильних і слабких сторін в діяльності окремих функціональних служб, у їх взаємодії;
- наявності вузько специфічних інтересів і підходів та конфлікту інтересів у розв'язанні загальних проблем підприємства;
- збалансованості інтересів підприємства і функціональних служб, між напрямками розвитку фірми в цілому і компетенцією фахівців, які є виконавцями окремих функцій, їх професіоналізмом, етичними нормами, підприємницьким духом тощо.

Функціональні стратегії взаємодіють між собою і являють собою систему стратегій. Але основоположною серед них в ринковій економіці є маркетингова стратегія. Вона дає стратегічні установки всім іншим функціональним стратегіям при відповідних змінах ринкового середовища. Маркетингова стратегія має два основні орієнтири – ринок і продукт. Виділяють наступні види функціональних стратегій:

- виробнича (операційна) стратегія;
- стратегія персоналу;
- фінансова стратегія підприємства;
- стратегія наукових досліджень і науково-конструкторських робіт;

- інші функціональні стратегії підприємства.

Діяльність будь-якого підприємства спрямована на задоволення потреб споживачів, тому стратегії всіх функціональних відділів мають бути пов'язані між собою єдиною метою: орієнтацію на вподобання споживачів, збільшення обсягів збуту товарів підприємства, пошуку нових каналів збуту

Основною проблемою підприємства є відсутність відділу управління стратегічного планування. Адже, не взаємопов'язані між собою стратегії функціональних підрозділів підприємства не є ефективними та призводять до погіршення його діяльності.

Оскільки функціональні стратегії є основною частиною стратегічного планування роботи підприємства та мають значний вплив на взаємозв'язок між його функціональними підрозділами варто розуміти важливість їх вдосконалення. Адже від стратегічного планування залежить діяльність підприємства, його прибутки, конкурентоспроможність, імідж на ринку певної галузі, можливість виходу на міжнародний ринок. Стратегічне планування підвищує якість управління, приводить його у відповідність до вимог швидких і часто непередбачуваних змін у зовнішньому середовищі. Це сприяє зростанню обґрунтованості управлінських рішень і концентрації довгострокової і поточної діяльності менеджерів, спрямованої на досягнення глобальних цілей фірми.

Саме тому розробка і постійне коригування функціональних стратегій є найважливішим етапом довгострокового стратегічного плану розвитку підприємства.

Науковий керівник – І.В. Тюха, канд. екон. наук