



МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ

Колісник О.В., доцент, кафедра ЕК, ХНУРЕ
Манаков В.П., професор, кафедра МСТ, ХНУРЕ

Процес становлення ринкової економіки, розвитку ринкових відносин між суб'єктами ринку знаходить прояв у посиленні ступеню невизначеності зовнішнього середовища, що потребує від малих промислових підприємств відповідної заздалегідь продуманої реакції у вигляді прийняття відповідних стратегічних рішень.

Від кожного малого промислового підприємства потребується не стільки зусиль щодо ефективної діяльності, скільки задоволення потреб споживачів і забезпечення життєдіяльності, вирішення завдання виживання в умовах посиленого конкурентного середовища. Якщо теоретичні питання розвитку й підвищення ефективності діяльності малих підприємств досить широко вивчені й висвітлені в спеціальній літературі, то проблеми створення механізму стратегічного управління діяльністю малих підприємств в умовах конкурентного середовища поки ще вивчені недостатньо.

Питанням стратегічного управління та розробкам концепцій стратегічного управління малих підприємств присвячено багато уваги як з боку вітчизняних, так і зарубіжних науковців [1-4]. Це свідчить про досить значну роль малого бізнесу, як рушійної сили економіки.

Взагалі стратегію можна визначити як специфічний управлінський план дій, спрямованих на досягнення встановлених цілей. Вона визначає, як організація функціонуватиме та розвиватиметься, а також яких підприємницьких, конкурентних та функціональних заходів і дій буде вжито для того, щоб організація досягла бажаного стану.

У фундаментальній праці І. Ансоффа «Стратегічне управління» наводиться таке поняття стратегії: «За своєю сутністю стратегія є переліком правил для прийняття рішень, якими організація користується в своїй діяльності». І Ансофф стверджує, що досвідчений фахівець бізнесу завжди зможе розгледіти за успіхом підприємства ту чи іншу оригінальну стратегію. Він виділяє два види управління: стратегічний і оперативний. Діяльність зі стратегічного управління пов'язана з постановкою цілей і завдань організації і з підтримкою продуктивних взаємин між організацією та її бізнес-середовищем, що дозволяють їй досягти своїх цілей, відповідають її внутрішнім можливостям і дозволяють залишатися сприйнятливою до зовнішніх викликів [5].

З метою виявлення невирішених проблем у сфері малого бізнесу було проведено аналіз напрямків наукових досліджень, елементів наукової новизни та практичного значення. За результатами проведених досліджень та узагальнення наукових наробітків учених у досліджуваній сфері було удосконалено методологічні аспекти стратегічного управління діяльністю вітчизняних МП, де було виділено наступні рівні: організаційно-правові форми діяльності малих



підприємств, рівень управління діяльністю малих підприємств, методи дослідження діяльності малих підприємств, механізми управління діяльністю малих підприємств, а також напрямки дослідження діяльності малих підприємств в Україні. Як показує проведений аналіз, основними й найпоширенішими організаційно-правовими формами малих підприємств в Україні є товариства з обмеженою відповідальністю, приватні підприємства. Що стосується рівня, на якому проводиться дослідження діяльності малого бізнесу, то пропонується ввести наступне визначення: рівень дослідження - це та область, в рамках якої проводиться наукове дослідження об'єкту дослідження, тобто підприємств малого бізнесу (місто, регіон або держава). Доречно виділити чотири рівня дослідження: місцевий, регіональний та загальнодержавний. Як правило, більшість науковців сконцентрували свою увагу на регіональному рівні дослідження, не приділяючи при цьому достатньої уваги місцевому, загальнодержавному та національному рівням. Щодо методів дослідження діяльності малих підприємств в Україні, аналіз спеціальної літератури показав, що найчастіше використовуються стратегічні методи, методи прогнозування, статистичні методи, методи маркетингових досліджень, графічні методи. Авторами пропонуються такі методи дослідження, як метод системного і комплексного підходу – для обґрунтування розробки організаційно – економічного механізму ефективного управління діяльністю малих машинобудівних підприємств; сітьового планування – для оптимізації процедури створення малих підприємств; кластерного аналізу – для класифікації малих машинобудівних підприємств за показниками їх економічного розвитку; факторного аналізу – для визначення основних показників, що впливають на формування грошових потоків на малих підприємствах машинобудівної галузі; експертний – для визначення ймовірності настання конкретних загроз та коефіцієнту їх впливу на діяльність малих підприємств; SWOT - аналізу – для розробки методичних рекомендацій щодо формування стратегії управління діяльністю малими машинобудівними підприємствами.

Узагальнення й аналіз існуючих теоретико-методологічних положень та науково-методичного забезпечення у сфері стратегічного управління діяльністю малих підприємств дозволяє обґрунтувати необхідність розробки концептуальної моделі стратегічного управління діяльністю малих підприємств.

Список літератури

1. Василенко В.О., Ткаченко Т.І. Стратегічне управління підприємством: навч. посібник. К.: ЦНЛ, 2004. Вид. 2-ге, виправл. і доп. 400 с.
2. Воронкова А.Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия : диагностика и организация. Луганск: ЛНУ, 2000. 310 с.
3. Bourgeois L.J., Duhaime I.M., Stimpert J.L. Strategic Management. Concepts for managers. Fort Worth: The Dryden Press, Harcourt Brace College Publishers, 2009. 346 p.
4. Аванесова Н.Е., Марченко О.В. Стратегічне управління підприємством та сучасним містом: теоретико-методичні засади: монографія / Харків. нац. ун-т буд-ва та архітектури. Харків : Щедра садиба плюс, 2015. 195 с.
5. Ансофф И. Стратегическое управление / науч. ред. и ав. предисл. Л.И. Евенко. М.: Экономика, 1989. 519 с.