

УДК 65.012.2

ПАРАМЕТРИ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ЯК ОСНОВА ІННОВАЦІЙНОГО ШЛЯХУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

С.М. Євтухова

Херсонський державний університет

У статті визначені параметри стратегічного планування, які є основою для інноваційного шляху розвитку українських підприємств та запропонована концепція стратегічного планування розвитку підприємств із визначенням системи вхідних і вихідних параметрів, що дозволяє сформулювати стратегічний напрям підприємств в сучасних умовах.

The parameters of the strategic planning as the basis for the innovative development of the Ukrainian enterprises are defined in the article, the strategic planning concept with the defining of the system with input and output parameters is proposed; it allows forming the strategic direction of enterprises in the modern conditions.

Ключові слова. Параметри стратегічного планування, стратегічний план, стратегія, інновації, інвестиції, концепція стратегічного планування.

Key words. Parameters of the strategic planning, strategic plan, strategy, innovations, investments, the concept of the strategic planning.

Актуальність проблеми. Управлінські системи підприємств України, що функціонують у сучасній ринковій системі, віддзеркалюють хаотичність основних елементів планової діяльності, що призводить до негативних наслідків їх ефективної діяльності. Неузгодженість різних структурних елементів щодо реалізації обраної стратегії та їх вибіркова реалізація у визначений період часу вимагає від українських підприємств застосування стратегічних підходів у плануванні й організації управління на основі

визначення та впровадження певних параметрів, які виступають підґрунтям для побудови стратегій їх стійкого розвитку.

Аналіз останніх досліджень. У світовій практиці існує велика кількість наукових праць з дослідження параметрів та їх впливу на різні системи [1, 2, 3, 5, 7, 8]. Що стосується визначення та впровадження параметрів стратегічного планування в діяльність підприємств, це питання залишається відкритим. У зв'язку з цим, постає необхідність розкриття даної проблематики у нашому дослідженні.

Мета роботи полягає у визначенні параметрів стратегічного планування, які характеризують системність використання стратегічних управлінських рішень і є визначальним атрибутом для обрання інноваційного шляху розвитку українських підприємств.

Викладення основного матеріалу дослідження. В сучасних умовах функціонування підприємств вище керівництво виступає тим органом управління, яке приймає стратегічні програми інноваційного розвитку та виступає контролюючим органом щодо реалізації всім управлінським персоналом запланованих заходів. Це співробітництво є особливо важливим у процесі розробки й оцінки саме корпоративної стратегії (визначається управлінським складом організації), тому що саме стратегія здатна змінити можливості підприємства на ринкові переваги.

Домінуючим для українських підприємств, у цьому контексті, повинен стати стратегічний напрямок розвитку, пріоритетом якого є інноваційність процесів управління, що спрямована на: якісне перетворення й удосконалення системи управління та планування; забезпечення сприятливого інвестиційного клімату; ефективне використання ресурсів та фінансових інструментів; балансування взаємовідносин учасників підприємств різних форм власності у розподілі капіталу та його збільшенні з одночасним утвердженням ефективних механізмів корпоративного управління.

Досліджуючи сутність стратегії, погляди авторів можна поділити на два підходи. По-перше, стратегія передбачає розробку системи параметрів, які

призначені відображати цілі розвитку суб'єкта господарювання та характеризувати напрямки змін у виробничо-господарській діяльності за тривалий проміжок часу. По-друге, побудова стратегії в сутності є визначення траєкторії базових показників перспективному періоді отримання бажаних конкурентних переваг у порівнянні з іншими суб'єктами господарювання, на основі яких формуються цілі розвитку. Вони слушно зосереджують свою увагу на тому, що у сфері бізнесу стратегія - це: система організаційно-економічних заходів з досягнення довгострокових цілей підприємства; генеральний напрямок діяльності підприємства, що забезпечує узгодження цілей, можливостей організації та інтересів робітників; програма (стратегічний план) дій, що визначає пріоритети проблем і ресурси для досягнення конкурентних переваг підприємства; система способів управління діяльністю підприємства; сукупність перспективних орієнтирів для роботи підприємства.

Узагальнюючи всі підходи до визначення стратегії, зазначимо, що обрані стратегії повинні найбільш повно враховувати сильні сторони підприємств з метою їх ефективної капіталізації, дозволяти з успіхом переборювати слабкі сторони, знаходити переваги у сприятливих зовнішніх умовах і ухилятися від зовнішніх небезпек. Розроблена і підтримувана “стратегія є компромісом між тим, що підприємство хоче зробити, коштами, якими воно володіє, тим, що воно повинно робити і що йому наказано робити” [9, с. 34]. За таких умов підприємство може своєчасно спрогнозувати появу загроз і можливостей, розробити ситуаційні плани на випадок виникнення непередбачених обставин, розробити стратегію, яка дозволяє організації досягти цілей і перетворити потенційні загрози у вигідні можливості.

На думку Хесселя М., метою корпоративної стратегії є придбання надійної переваги над конкурентами [4, с.83]. Ця стратегія, поряд з діловою та функціональною, дає точне визначення цілей підприємства та бізнесу і вибирає засоби, за допомогою яких підприємство перетворить свої стратегічні наміри у ринкову перевагу. Як визначають Мінцберг Г., Куїнн Дж. Б., Гошая С., “корпоративна стратегія диверсифікованих компаній існує як би на двох рівнях:

стратегія (конкурентна) бізнес-одиниць і корпоративна (для компанії загалом) стратегія” [6, с.502]. Особливість корпоративної стратегії полягає у видозміні підприємства з набору різних параметрів у єдине ціле. Відтак, основою для інноваційного шляху розвитку українських підприємств мають стати параметри, які будуть закладені у процесі побудови та реалізації відповідних стратегій, що забезпечать розробку ефективного інструменту планування, контролю, оцінки результатів діяльності, інформаційного обміну та координації всіх організаційних складових підприємства.

Параметр (від грец. *parametron* – відмірюваний) як поняття в математиці – це величина, числові значення якої дозволяють відзначити певний елемент з множини елементів того ж роду [2, 7, 8]. Взагалі, це певна величина, яка характеризує основні властивості процесу, явища або системи. В нашому розумінні це стосується вибору параметрів стратегічного планування розвитку корпоративних підприємств. При цьому, параметри стратегічного планування виступають як сукупність величин, що характеризують системність використання стратегічних управлінських рішень у плановій діяльності підприємства.

З цих позицій варто звернутися до концептуальних положень теорії систем. В наукових працях [1, 2, 3, 5, 7, 8], присвячених дослідженню поняття “система” (подібних визначень на сьогодні існує більш півсотні), можна виділити найбільш поширений наступний опис: “система являє множину елементів, в якій реалізується сукупність відносин з попередньо фіксованими властивостями”. Відповідно до цього система будується таким чином, що в ній містяться лише елементи, які взаємодіють між собою у вигляді окремих відношень з існуючими ознаками, властивостями та характеристиками. Параметрами кожного елементу системи в даному уявленні виступають їх відносини, ознаки, властивості та характеристики. Важливою умовою використання системного підходу до управління слід вважати здібність системи до адаптації до зовнішніх обурень, а також до внутрішніх змін. Такі параметри можуть бути зосередженими та розподіленими у просторі.

Досліджуючи наукові підходи до вибору параметрів простежується тенденція їх розподілу на дві групи: економічні та технічні, що на наш погляд не відображає змістовність ознак системності. Доповнюючи системний підхід в управлінні, треба зосередити увагу на запропонованій нами диференціації параметрів стратегічного планування, що є визначальним атрибутом у побудові стратегій ефективного функціонування вітчизняних підприємств.

Запропонована класифікація параметрів стратегічного планування (рис. 1) передбачає поділ на класи та групи з урахуванням відображення їх складових, характеру та структури. Поділ класу параметрів стратегічного планування виконано за способом завдяки якому відбувається розмежування на кількісні та якісні параметральні оцінки та за технологією, що дає змогу визначити групи і показати структурні елементи параметрів стратегічного планування. Базові параметри, що нами виділені як клас, дають змогу виокремити два напрямки структуризації параметрів:

1) показники, індекси та індикатори, що відображені у вигляді кількісних параметрів з їх поділом на виробничі фінансові та економічні групи параметрів і представляють можливість проводити кількісний аналіз діяльності підприємств щодо використання людських ресурсів, основних фондів, матеріальних витрат, забезпечення фінансової рівноваги та беззбитковості діяльності, розраховувати кількість обігових коштів, інвестицій, дохідність цінних паперів, страховий ризик, темпи прибутку, собівартість тощо;

2) способи, елементи, цілі, задачі, форми, рішення, методи, чинники, механізми, даючи можливість проводити якісну оцінку функціонування підприємств за такими групами як економічні, нормативні, функціональні, що структуровані за стандартами, нормами, умовами платежу, строками та умовами гарантії, достовірністю, адаптивністю, гнучкістю, стратегічністю тощо. При цьому економічна група параметрів нами включена як в кількісні, так і в якісні параметрами, оскільки відображає особливий і взаємопов'язаний набір інструментів, що визначають ефективність діяльності підприємств.

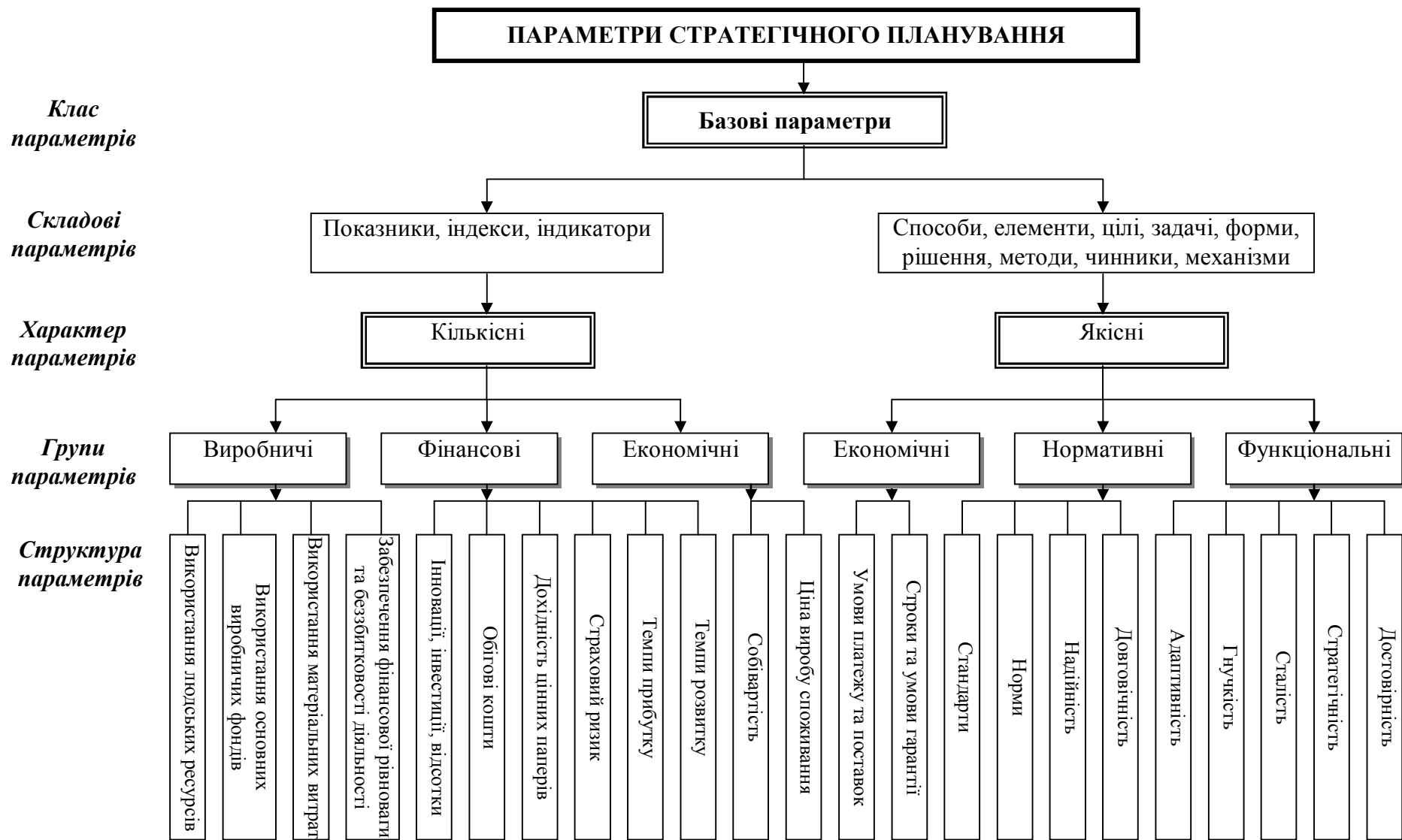


Рис. 1. Класифікація параметрів стратегічного планування

На підставі системи вхідних параметрів, що представлені деталізацією функціональних стратегій (менеджменту, маркетингу та фінансової стратегії) через аналіз діяльності підприємства визначено план реалізації його стратегічного напрямку, тобто корпоративні стратегії (інновації, інвестиції), визначених як система вихідних параметрів. Такий підхід дає можливість використовувати систему японського менеджменту (“знизу-вгору”), не відмовляючись від вітчизняної системи управління (“згори-вниз”). За сучасних умов стратегічні плани повинні спиратися на нововведення в діяльності українських підприємств. Як ми зазначили на рис. 2, головними вихідними параметрами при впровадженні стратегічного плану є інновації та інвестиції.

План інновацій розглядається як проміжний етап між плануванням стратегії і детальним плануванням інвестицій. Процес впровадження рішень щодо інвестиційної стратегії є важливою частиною стратегічного планування, яке дозволяє взаємопов’язувати поставлені завдання та цілі підприємств із ресурсною базою та реалізувати заплановані заходи в рамках поставлених завдань щодо фінансування певних проектів. Оскільки під інвестиціями розуміють довгострокові вкладення ресурсів, інвестиційні рішення повинні бути орієнтовані на довгострокову перспективу і за своєю сутністю завжди є стратегічним рішенням.

Тому, виходячи з основних положень запропонованої концепції, стратегічне планування, що ґрунтується на взаємозалежності базових параметрів, може не тільки поліпшити конкурентну позицію підприємства, а й забезпечити довгостроковий прибуток.

Висновки. Аналізуючи наведене, визначимо, що тільки за умови сукупної оцінки всіх параметрів діяльності вітчизняного підприємства можливо уявити реальну картину його дійсного стану і напрямів руху. Ґрунтуючись на основних чинниках, зазначених вище, ми зможемо скласти збалансоване уявлення про стратегічні аспекти роботи підприємства, а також співвіднести минулі результати його діяльності з перспективами розвитку. Перехід до стратегічного планування, що базується на використанні запропонованих параметрів та

враховує умови і вимоги ринкової системи господарювання, слід вважати однією з найважливіших гарантій досягнення підприємницького успіху.

Список використаних джерел:

1. Акофф Р. О целеустремленных системах / Акофф Р., Эмери Ф.: пер. с англ. И. Ушаков. – М.: “Олдин-Атертон”, 2008. – 272 с.
2. Дж.К. Ньютон. Теория линейных следящих систем / Дж.К. Ньютон, Л.А. Гулд, Дж. Ф. Кайзер. – М.: Государственное издательство физико-математической литературы, 1961. – 407 с.
3. Каплан Р. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Каплан Р., Нортон Д.: пер. с англ. – М.: ЗАО "Олимп-Бизнес", 2004. – 320 с.
4. Корпоративное управление: Владельцы, директора и наемные работники акционерного общества. / Под ред. Хессель М.; пер. с англ. Миловидов В. - М.: «Джон Уайли энд Санз», 1996 г. – 240 с.- (Малая библиотека современного делового человека).
5. Мардоян Л.Г. Квантовые системы со скрытой симметрией. Межбазисные разложения: монография / Мардоян Л.Г., Погосян Г.С., Сисакян А.Н., Тер-Антонян В.М. – М.: Физматлит, 2006. – 240 с.
6. Минцберг Г. Стратегический процесс / Г. Минцберг, Дж. Б. Куинн, С. Гошай; пер. с англ. Ю.Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2001. – 688 с. – (Теория и практика менеджмента).
7. Цыпкин Я.З. Основы теории автоматических систем / Я.З. Цыпкин. – М.: Главная редакция физико-математической литературы изд-ва «Наука», 1977 – 560 с.
8. L. von Bertalanffy, General System Theory—A Critical Review, «General Systems», vol. VII, 1962, p. 1-20.
9. Martinet A.Ch. Cahier francois / Martinet A.Ch. – Paris. Octobre-decembre, 1987. – 85 p.