

Селезньова Г. О.

Харківський Національний економічний університет ім. С. Кузнеця

Місце стратегічного контролінгу в економічному управлінні фармацевтичним підприємством

Економічне управління підприємством (ЕУП) – це сукупність економічних принципів, форм, методів, інструментів і засобів управління виробництвом і персоналом, спрямована на досягнення мети підприємства [1]. Зазвичай, до інструментів ЕУП відносять ті, які використовуються у поточній діяльності підприємства, метою якої є досягнення тільки короткострокового результату. Тому, для забезпечення життєдіяльності підприємства, необхідно застосовувати і інструменти стратегічного управління, до яких відноситься і стратегічний контролінг.

Мета роботи – визначення інструментів стратегічного управління, які необхідно застосовувати в економічному управлінні фармацевтичним підприємством.

Стратегічне управління – це ділова концепція компанії на задану перспективу, представлена у вигляді довгострокової програми конкретних дій, які здатні її реалізувати, і забезпечити компанії конкурентні переваги в досягненні цілей.

Мета стратегічного контролінгу – ефективне використання наявних переваг і створення нових потенціалів успішної діяльності компанії в перспективі і її адаптації до зовнішнього середовища.

Для досягнення мети стратегічного контролінгу на фармацевтичному підприємстві пропонується застосовувати наступний алгоритм та інструменти для здійснення відповідного етапу:

1. Проаналізувати стан галузі (інструмент: стратегічний аналіз стану галузі).
2. Оцінити конкурентів (інструменти: модель М. Портера, карта стратегічних груп, метод семантичного диференціалу та ін.).
3. Проаналізувати ринок (інструменти: анкетування споживачів, сегментування ринку та вибір сегменту для реалізації власних програм та ін.).
4. Визначити стратегічну мету діяльності підприємства.
5. Проаналізувати стратегічний розрив між поточним та бажаним станом компанії (інструмент: GAP-аналіз, діаграма Парето, діаграма Ісікави).
6. Визначити конкурентні переваги підприємства та розробити заходи для їх реалізації та досягнення встановленої мети.
7. Визначити причинно-наслідкові зв'язки між цілями різних рівнів (інструмент: дерево цілей).
8. Обрати фактори та показники оцінки ефективності досягнення встановлених цілей різних рівнів (інструменти: дерево цілей, збалансована система показників та ін.).
9. Розробити систему контролю реалізації заходів для досягнення встановленої стратегічної мети.

Таким чином, запропонований алгоритм дозволить підприємству оцінити свій поточний стан у зовнішньому середовищі та розробити заходи для досягнення бажаного стану.

Література.

1. Посилкіна О. В. Економічне управління підприємством: навч. посіб. для здобувачів вищої освіти другого рівня, які навчаються за спеціальностями 051 «Економіка» та 073 «Менеджмент» / О. В. Посилкіна, В. Г. Котлярова, О. В. Гладкова. Х. : НФаУ. 2019. – 301 с.
2. Селезньова Г. О. Конкурентні переваги підприємства: джерела та чинники формування / Г. О. Селезньова // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. – № 15. – С. 311-316.