

Тези доповідей 48-ої наукової конференції молодих дослідників ОНПУ-магістрантів "Сучасні інформаційні технології та телекомунікаційні мережі". // Одеса: ОНПУ, 2013, вип. 48.

## **СТРАТЕГІЯ В УПРАВЛІННІ СУЧАСНИМ ПРОМИСЛОВИМ ПІДПРИЄМСТВОМ**

Присяжнюк О. О.

Науковий керівник – ст. викл. кафедри «Менеджмент зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності», Аверіхіна Т.В.

Слово “стратегія” в перекладі з грецької мови означає “мистецтво розгортання військ у бою”. За останні 20 років це поняття широко увійшло в побут фахівців-управлінців, теорію і практику менеджменту, як набір правил, якими керується підприємство при прийнятті управлінських рішень. Також стратегію розглядають як загальний комплексний план, що забезпечує здійснення місії і досягнення господарських цілей. Стратегія визначає цілі та основні шляхи їх досягнення так, що підприємство отримує єдиний напрямок дій. Таким чином, стратегія визначає межі можливих дій і прийнятих управлінських рішень .

Для розробки стратегії необхідно проводити детальний аналіз багатьох факторів. На основі цього аналізу виробити стратегію, що повністю відповідає реальному стану компанії. Розповсюдження змісту стратегії – важливий і обов’язковий процес. Він повинен охопити не тільки внутрішнє середовище підприємства, тобто всі його підрозділи, працівників, але і зовнішнє середовище – клієнтів, акціонерів / власників, партнерів. Це дає велику перевагу підприємству перевагу над конкурентами.