

УДК 658.5:621

Пуліна Т.В.¹, Рєзанов Е.О.²

¹ д-р екон. наук, проф. НУ «Запорізька політехніка»

² асп. НУ «Запорізька політехніка»

УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНИМИ МОЖЛИВОСТЯМИ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Машинобудівна галузь залишається одним із ключових секторів промисловості України, визначаючи рівень технологічного розвитку національної економіки. В умовах посилення глобальної конкуренції, цифрової трансформації та структурних зрушень у промисловості підприємства галузі зіштовхуються з необхідністю не просто адаптуватися до змін зовнішнього середовища, а й формувати та розвивати стратегічні можливості, які забезпечують стійку конкурентну перевагу у довгостроковій перспективі.

Концепція стратегічних можливостей (strategic capabilities) сформована на перетині ресурсної теорії фірми (Resource-Based View) та теорії

динамічних здатностей. Під стратегічними можливостями машинобудівного підприємства слід розуміти інтегровану сукупність організаційних компетенцій, ресурсів і процесів, що дозволяють підприємству своєчасно розпізнавати ринкові можливості, конфігурувати активи відповідно до вимог середовища та генерувати довгострокову цінність. Відповідно до класифікації Д. Тіса, розрізняють операційні (звичайні) та динамічні можливості, при цьому останні виконують ключову роль у забезпеченні адаптивності підприємства [1].

Аналіз практики машинобудівних підприємств України свідчить про недостатній рівень систематизації роботи зі стратегічними можливостями[2]. Серед основних проблем - фрагментарність стратегічного планування, слабка інтеграція між підрозділами НДДКР і виробництвом, низький рівень цифровізації операційних процесів та обмеженість інвестицій у розвиток людського капіталу. Зазначені чинники призводять до звуження горизонту стратегічного бачення та знижують здатність підприємств до проактивного реагування на зміни [3].

З метою систематизації підходу до управління стратегічними можливостями пропонується авторська класифікація, яка охоплює чотири ключові блоки (табл. 1) [4,5].

Таблиця 1 – Класифікація стратегічних можливостей машинобудівного підприємства

Блок можливостей	Зміст та складові
Технологічні	Рівень автоматизації, якість виробничих процесів, НДДКР-потенціал
Організаційні	Структурна гнучкість, управлінські компетенції, корпоративна культура
Ринкові	Орієнтація на клієнта, розвиток партнерських мереж, брендинг
Людський капітал	Кваліфікація персоналу, система навчання, утримання талантів

Для ефективного управління стратегічними можливостями пропонується впровадження циклічної моделі, що включає чотири етапи: діагностика наявних можливостей та виявлення “стратегічних розривів”; пріоритизація напрямів розвитку з урахуванням ресурсних обмежень; розробка та реалізація програм розвитку можливостей; моніторинг і коригування на основі ключових показників ефективності (КПІ). Ключовим інструментом діагностики є матриця стратегічних можливостей, яка дозволяє зіставити поточний рівень розвитку компетенцій із цільовим станом відповідно до обраної корпоративної стратегії [6].

Таким чином, управління стратегічними можливостями машинобудівних підприємств є комплексним завданням, що потребує системного підходу, орієнтованого на довгострокову конкурентоспроможність. Запропонована класифікація та циклічна модель управління дозволяють структурувати цей процес та забезпечити узгодженість між стратегічними цілями підприємства і рівнем його організаційних, технологічних та ринкових можливостей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Козаченко Г.В., Ляшенко О.М. Стратегічне управління підприємством: теоретико-методологічний аспект. *Управління економікою: теорія та практика*. 2021. № 3. С. 45–58.
2. Тарнавська Н.П. Управління конкурентоспроможністю підприємств на засадах розбудови їхніх динамічних можливостей. Тернопіль: Економічна думка, 2017. 416 с.
3. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. Теоретичні та прикладні засади менеджменту. Львів: Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2020. 352 с.
4. Пуліна Т.В. Генезис кластерних об'єднань підприємств. *Проблеми економіки*. 2013. № 3. С. 134-142.
5. Пуліна Т. В. Взаємозв'язок стратегії розвитку і конкурентної стратегії підприємства харчової промисловості. *Агросвіт*. № 20. 2013. С. 21-26.
6. Зайцева В., Бут Т., Пуліна Т. Ринок туристичних послуг України: Навчальний посібник для студентів ВНЗ. Запоріжжя : Просвіта, 2019. 292 с.