

Косенко А. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ТА НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ЇЇ ОЦІНЮВАННЯ

Активні зміни в середовищі діяльності вітчизняних підприємств спричиняють появу нових методів та підходів до їх управління задля забезпечення стійкого розвитку та отримання стабільного прибутку. Господарча практика свідчить, що стратегічне управління зараз набуло важливого значення, воно дозволяє забезпечити конкурентну стійкість протягом довгострокового періоду, є набором дій, щодо визначення цілей, розробки плану заходів і досягнення стратегічних цілей підприємства. Саме воно є інструментом виходу підприємства на новий рівень розвитку [3].

Під стратегією розвитку підприємства розуміють модель дій у вигляді комплексу розроблених заходів, що спрямована на досягнення довгострокових цілей через певні зміни в діяльності підприємства, за урахування його ринкових можливостей та наявних ресурсів.

Стратегії розвитку підприємства поділяються на чотири типи:

- 1) стратегія концентрованого росту, застосування якої визначено зміною чи продукту, чи ринку його збуту. Цей вид є доцільним коли підприємство вже існує певний час, має позицію на ринку та зайняло свою нішу;
- 2) стратегія інтегрованого росту, що припускає зміну самого підприємства всередині галузі шляхом розширення чи реструктуризації;
- 3) стратегія диверсифікованого росту – застосовується коли велика компанія повністю освоїла ринок та реалізувала всі можливості просування свого продукту, полягає в освоєнні нових сфер та випуску нового продукту;
- 4) стратегія скорочення – застосовується лише за поганих умов функціонування підприємства, коли попереду для підприємства очікується банкрутство. Також бувають випадки застосування коли у підприємства є потреба в реструктуризації та після її здійснення переходу до росту.

Широкого поширення набули такі підходи до оцінювання стратегії:

1) оцінка ризику – керівництвом повинні враховуватися всі фактори вразливості стратегії: управлінський, що полягає у відсутності з боку керівництва дотримання забезпечення ефективної реалізації стратегії; технологічний, визначений обмеженістю технологічної бази; фінансовий – коли відсутні необхідні фінансові ресурси; продуктово-ринковий – продукція зорієнтована на невелику кількість ринків; виробничий – існує недолік виробничих потужностей для функціонування стратегії та врахування потенційних реакцій конкурентів як найважливішого фактора;

2) аналіз можливих реакцій конкурентів – в процесі розробки стратегії проводять аналіз конкурентного середовища, в якому працює підприємство для визначення потенційних загроз з їх боку. На етапі прийняття розробленої стратегії керівництву слід спрогнозувати реакцію конкурентів і визначити відповідні дії задля їх запобігання. Реакція конкурентів може бути найшвидшою за умов великої кількості підприємств, що конкурують в галузі, високої стандартизації продукції та невеликої норми прибутку. Одним з ефективних засобів захисту підприємства є ситуаційні плани, за використання яких нейтралізуються різні дії конкурентів. Оскільки за великої кількості цих планів існує багато засобів запобігання діям конкурентів, стратегія вважається тим ефективнішою та якіснішою, чим більше їх наявно і заздалегідь розроблено;

3) дослідження синергетичних ефектів – суть синергії полягає в тому, що результати спільної роботи є вищими за суму результатів окремої діяльності. Наприклад, коли вдається багаторазово використовувати ті ж самі ресурси, за реалізації стратегії виникають синергетичні ефекти;

4) оцінка здійснюваності стратегії – на основі певних оцінок формується загальна оцінка здійснюваності обраної стратегії, суть якої полягає у визначенні можливості досягнення цілей підприємства;

5) перевірка узгодженості стратегії з організаційними традиціями й оточенням – керівництво підприємства зобов'язане перевірити відповідність стратегії організаційній культурі підприємства, його структурі управління,

загальним цілям компанії, визначити, чи враховуються стратегією сильні та слабкі сторони, загрози та можливості у зовнішньому середовищі [1].

Сучасний стан економіки України потребує формування такої стратегії розвитку підприємства, що дозволить постійно підтримувати високий рівень конкурентоспроможності. Розробка стратегії має допомагати підприємству оцінити особливості ринкової ситуації і свої можливості, адаптуватися та визначати власні пріоритетні напрямки та можливості розвитку діяльності.

Стратегія підприємства має вирішувати проблеми першочергової важливості для компанії, визначати і координувати дії з реалізації місії та досягнення цілей. Стратегія розвитку є основою практичної діяльності підприємства, координації окремих напрямів його діяльності та процесу адаптації до зовнішнього середовища, вона спрямована на забезпечення сильних конкурентних переваг. Розробка її є складним системно-комплексним управлінським процесом, діяльність якого керівництву з розробки стратегії треба розглядати як процес послідовного прийняття рішень, спрямованих на усунення проблем, що виникають при впливах різних факторів [2].

Список використаних джерел:

1. Біловодська О. А. Оцінка стратегій розвитку виробничих підприємств як основа для їх корпоративної реформації / Економічне обґрунтування реінжинірингу бізнес-процесів виробничих підприємств : монографія / за заг. ред. к. е. н., доц. Л.М. Таранюка. – Суми: ВВП «Мрія-1», 2010. – С. 198 – 213.
2. Гринько Т. В. Формування стратегії розвитку вітчизняних підприємств / Т. В. Гринько // Прикладна статистика: проблеми теорії та практики. – 2013. – Вип. 13. – С. 67-72. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pspttp_2013_13_10
3. Гринько Т. В. Підходи до розробки стратегії інноваційного розвитку підприємства / Т. В. Гринько // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Наукові засади ресурсозбереження в системі антикризового управління і відтворення економіки» (м. Хмельницький, 30-31 січня 2015 р.). – Хмельницький: Видавничий дім «Гельветика», 2015. – Ч. 1. – С. 99-102.