

Колос О. М.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ОБҐРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

На сьогоднішній день ринок де діють підприємства постійно змінюється, що спричинює формування складного середовища для їх існування. Питання зміни попиту, зростання кількості конкурентів, поява численних ризиків для існування, роблять ринкові відносини досить складними. В таких умовах необхідною перевагою підприємства виступає здатність пристосуватись до змін у цьому середовищі, тобто розвиватись у відповідності з ними.

Для того щоб підприємство мало свої конкурентні переваги на відповідному ринку, воно повинно мати власну стратегію, яка найбільше буде відповідати його унікальності. Перспективні конкурентні переваги відкриваються для будь-якого підприємства в будь-який час, але для того, щоб ними скористатися потрібно мати чіткий план дій, тобто стратегію розвитку. Більшість підприємств функціонують в умовах жорсткої конкуренції та пропонують споживачам аналогічну продукцію. Тільки ті з них, які здатні створити унікальні конкурентні переваги, запропонувати споживачу щось нове, більш повно задовольнити його потреби, зможуть забезпечити успішне функціонування, а це і є головною ціллю стратегії розвитку підприємства.

Обґрунтування стратегії розвитку підприємства, яка б дозволяла йому створювати унікальні конкурентні переваги, пропонувати споживачу щось нове, більш повно задовольняти його потреби, отримувати прибуток – це і є основна задача для підприємства.

Теоретичні і методологічні проблеми обґрунтування стратегії розвитку підприємства знайшли своє висвітлення у дослідженнях зарубіжних та вітчизняних економістів, які у своїх працях відображають рішення по формуванню стратегії розвитку підприємства в умовах зовнішніх та внутрішніх змін в його середовищі існування. Будь-яке підприємство є унікальним за

своєю сутністю, а тому процес вибору його стратегії розвитку є індивідуальною задачею, тому що стратегія залежить від багатьох складових, таких як динаміка розвитку, позиція підприємства на ринку, поведінки конкурентів, потенціалу, стану економіки, характеристик продукції та багато іншого.

Обґрунтування стратегії розвитку підприємства – достатньо складна, але дуже важлива задача. Причина більшості сучасних економічних криз на підприємствах полягає не стільки в докорінній зміні економічно-соціального устрою, скільки в структурі виробництва, застарілості і низькій ефективності виробничо-технологічної бази, втраті конкурентоспроможності продукцією підприємств. Зміна такого положення залежить від розвитку економічних відносин, радикального оновлення виробничо-технологічної бази, а також методології взаємодії між споживачем та виробником продукції.

Стратегія розвитку – це дорожня карта з прийняття управлінських рішень, якими працівники і керівники користуються у процесі практичної діяльності. Для того, щоб вибрати стратегію розвитку підприємства, потрібно вивчити всі внутрішні та зовнішні фактори, які діють на нього. Враховуючи положення та особливості підприємства на ринку, потрібно вибрати таку стратегію розвитку, яка надасть його змогу досягти поставлених стратегічних результатів та цілей.

Для обґрунтування стратегії розвитку підприємства необхідно:

- розкрити поняття стратегії;
- розкрити поняття стратегічного управління та планування;
- визначити особливості та принципи стратегічного планування;
- розробити коротку характеристику стратегій розвитку підприємства;
- розробити рекомендації щодо стратегічного розвитку підприємства.

Обґрунтування стратегії розвитку підприємства базується на розкритті сутності поняття стратегії, стратегічного управління та планування, визначенні особливостей та принципів стратегічного планування, розробці короткої характеристики існуючих стратегій, а також безпосередньо рекомендацій щодо стратегічного розвитку підприємства.

Список використаних джерел:

1. Бойчик І. М. Економіка підприємства : навч. посіб. /І. М. Бойчик.– К. : Атіка, 2012. – 543 с.
2. Булен Ж. Партнер для професіоналов / Ж. Булен // Стратегии. – 2010. – № 12. – 26 с.
3. Гетьман О. О., Шаповал В. М. Економіка підприємства: Навч. посіб. – 2-ге видання. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 488 с.
4. Горелов Д. О. Стратегія підприємства : навч.-метод. посіб. / Д. О. Горелов, С. Ф. Большенко. – Х. : ХНАДУ, 2011. – 133 с.
5. Дикань В. Л. Стратегічне управління: навч. посіб. / В. Л. Дикань, В. О. Зубенко, О. В. Маковоз, [та ін.]. – К.: ЦУЛ, 2013. – 272 с.
6. Саленко О. В. Шляхи визначення ступеню ефективності діяльності підприємства / О. В. Саленко // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі. – 2013. – № 4. – С. 62–71.
7. Сладкевич В. П. Стратегічний менеджмент організацій : Підруч. для студ. вищ. навч. закл. – К. : ДП «Видавничий дім «Персонал», 2008. – 496 с.