

20. СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

М.С. Мозоленко

Національний університет харчових технологій

В сучасних умовах з'являється все більше нових підприємств. Нові фірми створюються з метою максимального задоволення потреб споживачів.

Підприємства створюються, а через деякий час частина з них не витримує конкуренції і банкрутує, оскільки стабільний довготривалий розвиток підприємства можливий лише за умови визначення чітких довгострокових цілей і розробки конкретних шляхів їх досягнення.

Стратегія розвитку підприємства – це детальний комплексний план, що має на меті забезпечити здійснення місії організації та

досягнення її довгострокових цілей. Тільки розробка стратегії розвитку підприємства може забезпечити це[2].

Питання розробки стратегії розвитку, стратегічного управління фірмою розглянуті в працях таких вітчизняних фахівців, як С. Оборська, З. Шершньова, М.Г. Саєнко, Л.С. Селіверстова, Р.А. Славюк та іноземними вченими, а саме С Віссемах, Г. Джонс, Г Мінцберг, М. Портер, А. Стрікленд, А. Томпсон, Ч. Хілл, І. Ансофф.

Одним із стратегічних напрямків, а також чинником ефективного розвитку підприємства є зовнішньоекономічна діяльність [1]. З розширенням та активізацією ЗЕД особливо актуальною стає проблема побудови ефективної системи управління ЗЕД на підприємстві. Успіх діяльності підприємства все більше і більше залежить від того, наскільки добре організована його зовнішньоекономічна діяльність.

Усі відомі на сьогодні стратегії підприємств можна об'єднати у певні групи, але не дивлячись на це, слід зауважити, що будь-яка стратегія, обрана конкретним підприємством, завжди буде мати індивідуальний характер, оскільки вона формується і впроваджується під впливом багатьох чинників внутрішнього та зовнішнього середовища [2].

Можна впевнено стверджувати, що двох абсолютно однакових стратегій не може бути. Однак, незважаючи на це, у менеджменті підприємства часто визначають загальні стратегії підприємства, надають їм певні назви та характеризують їх на основі спільних рис, що їм притаманні. Так, загальновідомі стратегії підприємств можна класифікувати за такими групами [3]:

I. Стратегії концентрованого зростання. До них зазвичай належать:

- стратегія посилення позиції на ринку;
- стратегія розвитку ринку;
- стратегія розвитку продукту.

II. Стратегії інтегрованого зростання. Серед них основними є:

- стратегія вертикальної інтеграції «зворотна»;
- стратегія вертикальної інтеграції «вперед»;
- стратегія горизонтальної інтеграції .

III. Стратегії стабілізації. Серед них основні такі:

- стратегія захисту частки ринку;
- стратегія підтримки виробничого потенціалу;
- стратегія модифікації продукції.

IV. Стратегії реструктуризації. Найбільш часто серед цих стратегій застосовують:

- стратегію зростання через придбання;

- стратегію продуктово-ринкової переорієнтації;
- стратегію організаційних змін.

V. Стратегії диверсифікованого зростання :

- стратегія центрованої диверсифікації;
- стратегія конгломератної диверсифікації;
- стратегія горизонтальної диверсифікації.

VI. Стратегії скорочення. Вирізняють 4 основні види:

- стратегія скорочення витрат;
- стратегія «збирання врожаю»;
- стратегія скорочення діяльності;
- стратегія ліквідації.

З метою досягнення безперервного зростання обсягів діяльності підприємство повинно формувати власну стратегію розвитку. Розробка стратегій підприємств – це досить складний і тривалий процес, враховуючи постійну переоцінку і періодичну перевірку вибраних цілей, аналізуючи при цьому стан середовища діяльності самого підприємства [3].

Слід відмітити, що при розробці та здійсненні стратегії значне місце посідає аналіз ринкових чинників, які безпосередньо впливають на діяльність підприємства, тобто розглядають попит, пропозицію, кон'юнктуру та рівень конкуренції за певною системою показників.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Євтухова С.М. Стратегічний план як перспективний напрямок розвитку українського підприємства / С.М. Євтухова // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – №3.

2. Марцин В.С. Деякі підходи до стратегічного планування в умовах ринкової трансформації / В.С. Марцин. – 2012. – №2.

3. Циба Т.Є. Особливості і механізм стратегічного планування / Т.Є. Циба // Актуальні проблеми економіки. – 2013.